UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

CULTURA TRIBUTARIA PARA LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017.

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE

CONTADOR PUBLICO

Autor

Bach. Arévalo Acuña Magaly Marilú

Asesor:

Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique

Línea de Investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2019

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017.

Aprobación de Tesis

_____

Grado académico apellidos y nombre

Asesor académico

_____

Grado académico. Apellidos y nombre

Presidente del Jurado de Tesis

_____

Grado académico. Apellidos y nombre

Vocal del jurado de tesis

_____

Grado académico. Apellidos y nombre

secretario del jurado de tesis

DEDICATORIA

El siguiente proyecto está dedicado en especial a Dios, por guiarme y cuidarme a cada momento de mi vida, a mis padres, porque me dan las fuerzas que necesito y sobre todo me brindan su apoyo para poder llevar a cabo este proyecto el cual es muy importante para mi carrera y así poder desenvolverme profesionalmente.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Por medio de este trabajo agradezco a mi familia por su apoyo incondicional que me brindan día a día, a mí Maestro Wilmer Enrique Vidaure García por guiarme con sus enseñanzas para poder realizar un buen trabajo de tesis a mi asesor José Ricardo Mondragón Regalado, y a la Universidad Señor De Sipan por darme la oportunidad de realizar un proyecto tan importante el cual será mi futuro para poder desenvolverme profesionalmente.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por finalidad conocer sobre como un programa de cultura tributaria que permita formalizar a los comerciantes del mercado Sector Fila Alta provincia de Jaén, durante el trabajo de campo realizado para la recopilación de datos se obtuvo que la gran mayoría de comerciantes no cuentan con una cultura de conocimientos básicos sobre formalización y tributación.

La capacitación en temas de formalización y tributación debe ser una estrategia por parte del estado a través de sus diferentes organismos que los representa para poder crear en los comerciantes una cultura tributaria a través de su formalización ya que de otro punto de vista diríamos que si no se conoce poco importa y esto genera perdida al estado y por ende a su desarrollo.

La investigación se realizó con la finalidad de que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT tome la presente propuesta científica e implemente un programa de capacitación en temas de tributación a todos los comerciantes del mercado sector Fila Alta -Jaén y porque no en otros mercados a lo largo y ancho de nuestro país ya que de esta forma se concientizaría a los comerciantes que se formalicen de acuerdo a las normas vigentes y de esta manera puedan contribuir al desarrollo de país con sus tributos así como evitar sanciones tributarias por parte de los organismos reguladores en el futuro.

Palabras claves: Cultura, tributación, formalización, programa, capacitación, desarrollo, estado.

ABSTRACT

The present investigation had as aim to know about how a program of tax culture allows to formalize to the merchants of the Sector Fila High sector province of Jaén, during the field work done for the data collection it was obtained that the great majority of merchants do not have A culture of basic knowledge about formalization and taxation.

Training in formalization and taxation issues should be a strategy on the part of the state through its different agencies that represents them to create in the merchants a tax culture through its formalization and from another point of view we would say that if not Is known little matter and this generates loss to the state and therefore to its development

The investigation was carried out with the aim of the National Superintendence of Customs and Tax Administration (SUNAT) to take the present scientific proposal and implement a training program on taxation issues for all market traders in the Fila Alta sector - Jaen and why not in Other markets throughout our country since this way it would make the traders aware that they are formalized according to the current rules and in this way can contribute to the development of the country with its taxes as well as avoiding tax penalties on the part of Regulators in the future.

Keywords: Culture, taxation, formalization, program, training, development, state

ÍNDICE

Pág.

Dedicatoria iii
Agradecimiento. iv
Resumen v
Abstract vi
CAPITULO I INTRODUCCIÓN
1.1.Realidad problemática 12-14
1.2.Trabajos previos. 14-18
1.3. Teorías relacionadas al tema 18-23
1.4. Justificación del problema 23
1.5. Justificacióne importancia de la investigación: 23
1.6. Hipotesis general 25
1.7. Objetivos de la investigación 25
1.7.1 Objetivo general 25
1.7.2 Objetivo especifico 25
CAPITULO II MATERIAL Y MÉTODO
2.1. Tipo y Diseño de Investigación: 27
2.2. Población y muestra 28
2.3. Variables y operacionalización. 28-30
2.4. Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección de datos 31
2.5. Validez y confiabilidad 31
2.6. Pocedimiento para la recolección de datos 32
2.7. Aspecto ético 32
2.8. Criterio de rigos científico 32
CAPITULO III: RESULTADOS
3.1 Resultados en tablas y graficos. 34-62
3.2 Discusión de resultados. 63-65
CAPITULO IV: CONCLUSIONES RECOMENDACIONES
4.1. Conclusiones: 67
4.2. Recomendaciones 68
4.3. Referencias bibliograficas 69-71

ANEXO **72-84**

ANEXO 1 ..... **85-88**

ANEXO 2 ..... **89-91**

ANEXO 3 ..... **92-93**

ANEXO 4 ..... **94-100**

ANEXO 5 ..... **101-107**

ANEXO 6 ..... **108-110**

CAPITULO I:

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El mercado del sector Fila Alta se encuentra a un k de la ciudad Jaén está conformado con un promedio de 90 comerciantes organizados entre sí para ocupar dicha ubicación geográfica en el rubro del comercio su actividad de comercio es básicamente expendiendo víveres de primera necesidad.

La gran mayoría de las personas que se dedican a actividades comerciales no conocen temas básicos sobre cultura tributaria es decir lejos de tener el asesoramiento de un contador creo que los ciudadanos debemos conocer sobre temas de tributación básica; durante la recolección de la información en la presente investigación me entreviste con mucho comerciantes del mercado Fila Alta -Jaén y me comentaban que nunca han recibido charlas de capacitación sobre temas de tributación es por eso que para evitar el pago de altas tasas de impuestos no se formalizan.

Una cultura tributaria permitirá primero que los comerciantes se formalicen y puedan tributar de acuerdo a la normatividad vigente, evitando sanciones, multas por evasión tributaria; en segundo lugar, los comerciantes lejos de ver a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT como una amenaza tomaran conciencia que uno debe tributar de acuerdo a sus movimientos y operaciones que cada uno realice según el régimen al que se encuentren.

La investigación se realizó con la finalidad de que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT tome la presente propuesta científica e implemente un programa de capacitación en temas de tributación a todos los comerciantes del mercado sector Fila Alta –Jaén la cual permitirá prevenir sanciones o infracciones tributarias y contribuir al desarrollo del país.

Capítulo I: Conoceremos nuestra problemática se conocerá sobre la situación real, y que a través de nuestros objetivos planteados se dará una solución.

Capitulo II: En este capítulo se detalla los antecedentes, bases teóricas donde se fundamentan nuestra investigación la cual servirán como base para la definición de nuestro trabajo.

Capitulo III: Indicaremos los tipos de variables y técnicas que presenta nuestro trabajo de investigación.

Capitulo IV: Análisis estadístico de acuerdo a las muestras tomadas a los comerciantes del mercado sector Fila Alta Jaén 2017.

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

A Nivel Internacional.

Banfi, (2013) En su artículo menciona que "Venezuela de acuerdo con los resultados desarrollados, con base en la cultura tributaria como manifestación del comportamiento social, se observó que los valores representan una conducta primordial desarrollada en las etapas iniciales de la vida para poder convivir con los demás miembros de una comunidad. De esta forma, es posible compenetrarse con las personas facilitando la interacción entre ellos, logrando así actualizarse de los avances tecnológicos, impositivos, culturales, sociales, entre otros, lo que provoca que los seres humanos actúen dentro de las normas legales establecidas, cumpliendo así con las distintas obligaciones no solo en materia tributaria sino a nivel social evitando sanciones y conductas contrarias al deber ser. Una vez analizado el comportamiento social en materia tributaria, es importante la aplicación correcta tanto de los deberes formales como materiales, de lo contrario se estaría ante la presencia de los ilícitos tributarios, considerados así por violar una norma estipulada en las normativas legales, lo que trae como consecuencia un riesgo tributario mediante el cual los sujetos pasivos conviven con ella, alterando así el funcionamiento de cada una de las actividades llevadas a cabo por los contribuyentes".

Lozano, (2014) En su artículo menciona que "Colombia carece de un diseño de capacitación tributaria, que facilite el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los pequeños contribuyentes" (P.1-14)".

Borrero (2012) En su artículo menciona que "En Ecuador los contribuyentes tienden a tomar diferentes posiciones en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, estas son: el contribuyente está dispuesto a cumplir, trata cumplir, pero no siempre lo logra, no quiere cumplir, pero lo hará si le prestamos atención, o ha decidido no cumplir. Los ciudadanos saben que existen obligaciones tributarias que tienen que cumplir, pero al mismo tiempo saben y están muy interesados en conocer los derechos que la misma tributación les brinda".

Pérez, (2016) En la revista sociocultural hace referencia: que los cubanos tienen poca cultura, pues en los últimos años los impuestos no han existido para la mayoría de contribuyentes. El problema con los tributos en cuba es que, por más que cambian las cuantías y formas, continúan siendo algo ajeno a los ciudadanos parece ser que en cuba

existen dos actitudes imperantes ante los impuestos: desentenderse o evadirlos violando la ley por la ausencia de cultura tributaria.

A Nivel Nacional

Arrieta y Moscoso (2016) En su artículo precisa que existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan así mismo, El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes antes del programa de difusión tributaria presento un bajo nivel de cultura tributaria alcanzando 6.67 en promedio, después de la aplicación del programa los comerciantes registraron un promedio de 13.41 alcanzando un buen nivel de cultura tributaria.

Según el gerente de desarrollo COFIDE. Menciona en su entrevista que "El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero menos del 20% de Mypes acceden a una capacitación tributaria esto hace que los contribuyentes incurran en infracciones tributarias por la inexistencia de orientación sobre cómo opera la tributación. (Terrones, 2014).

Espinoza (2012) en su Artículo afirma que en nuestro país el problema que afrontan las Mypes es la absoluta ausencia de información tributaria y programas de apoyo, en el contexto de globalización, competitividad y del conocimiento que caracteriza a las sociedades actuales, es imposible el desarrollo de las empresas (de cualquier tipo) y con mayor razón de la pyme si es que la ciencia, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa.

Gonzales (2016) en su Artículo afirma que se identificó el conocimiento tributario en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016 y se concluyó que el 80% no conoce lo que es un tributo y el 93% no conoce los requisitos y condiciones del Régimen Tributario al que pertenece. El nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016 es bajo debido a que 25 de los comerciantes del mercado que realizaron la encuesta obtuvieron resultados por debajo del promedio equivalentes a un 83% del total de encuestados.

López y Veliz de Villa (2016). En su Artículo concluye que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por Tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización. El gobierno de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento.

A Nivel Local.

Actualmente Jaén es un ciudad cuya actividad primordial es el comercio estos los realizan en forma individual y en otros casos se organizan para desarrollar actividades en conjunto como es el caso del mercado del sector Fila Alta –Jaén; sin embargo a pesar de encontrarse dentro de la zona urbana se nota la ausencia del estado en cuanto a formar y brindar charlas de concientización sobre temas básicos de tributación y esto contribuye a la informalidad perjudicando al desarrollo del país y corriendo el riesgo de ser sancionados por los órganos reguladores por evasión de impuestos. Es por ello que se ha visto conveniente realizar una propuesta de cultura tributaria para los comerciantes del mercado del sector Fila Alta Jaén – 2017 para concientizarlos a la formalización y contribución de sus obligaciones y evitar multas y sanciones posteriores.

1.2 TRABAJOS PREVIOS.

Internacionales.

Hernández, Tineo & Yáñez (2014). En su tesis "Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa "Inversiones Vadami, C.A.", ubicada en la ciudad de Carúpano, Municipio Bermúdez del estado sucre". Universidad de Oriente Núcleo de Sucre. Quito. Trabajo de Grado modalidad Cursos Especiales de Grado Presentado como Requisito Parcial para optar al Título de Licenciado en Contaduría Pública. Concluye que La empresa "INVERSIONES VADAMI C.A" cuenta con un personal adecuado para el manejo de los tributos, el cual conoce a fondo, todo y cada uno de los elementos de la planificación fiscal

utilizados, así como también las normativas tributarias más relevantes, lo cual logra tener aspectos positivos que son beneficiosos para la empresa. Considerando los valores de la cultura tributaria: pacto social, sociedad como proyecto, dinámica, información-conocimiento y participación; en la empresa "INVERSIONES VADAMI, C.A" estos se ven reflejados de forma eficiente, tomando en cuenta la incidencia de este proceso en los aspectos sociales y económicos, en relación al papel protagónico que debe cumplir cada empresa como contribución para el alcance de las metas establecidas a nivel nacional, estadal y local.

Según la investigación encontrada concuerdo con los autores en que es de mucha importancia conocer sobre temas de tributación fiscal y la normatividad vigente los cuales permiten el logro de los objetivos de la empresa convirtiendo así a la misma en una empresa más eficiente y se contribuye de alguna manera al crecimiento nacional.

Cristina, C. (2012). En su tesis "La cultura tributaria en un grupo de actividad informal en la provincia de Pichincha Catón- Quito". Universidad Politécnica Salecinas. Tesis presentada para optar el grado de Magister en Administración de Empresas. Concluye que la cultura tributaria no se logra de un día para el otro si no es un largo proceso educativa que baya formando la conciencia del contribuyente con respecto a la importancia y necesidad que puedan tener los impuestos para poder cubrir las necesidades colectivas. La falta de conocimientos la ciudadanía no conoce sus deberes y responsabilidades, así como para crear una cultura tributaria se debe de actualizar los conocimientos de los contribuyentes y de esta manera se reducirá las brechas fiscales. También dice que es necesario que no pagar o evadir impuestos los ciudadanos pueden ser intervenidos en cualquier tiempo y pagar esto con interés acumulados.

Según la investigación aporto que la formación de una cultura tributaria es un largo proceso que no se puede lograr en el corto tiempo si no creo que el estado debe promover políticas públicas para invertir en capacitación sobre temas de tributación a los ciudadanos que a la larga contribuye a la formalización de los ciudadanos a una cultura tributaria y que evadirlos no es una buena alternativa.

Tirape & Velastegui. (2016). En su tesis "Incidencia De La Cultura Tributaria En El Sector Informal De La Provincia De Santa Elena, Año 2016". UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL. Ecuador. Trabajo presentado para

la obtención del grado de ECONOMISTA. Concluye que en la actualidad el sector informal de la provincia de Santa Elena carece de capacitación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias debido a que no han recibido una educación acerca de los tributos su función y sus beneficios para la sociedad. Además, no conocen como funciona la economía nacional y no perciben que reciben parte del pago de los impuestos. Sin embargo, si no recibe una atención de calidad no asumirá su responsabilidad de aportar el tributo que le corresponde al Estado".

Según la investigación se afirma que el sector informal carece de cultura tributaria y que incide en que la mayoría de comerciantes permanezcan en la informalidad en este sentido el estado debe intervenir en educación para hacer más participativa a la ciudadanía en cuanto a temas de tributación.

Nacionales.

Arrieta & Moscoso. (2016). En su tesis "Programa de difusión tributaria y su Incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de tumbes". Universidad Nacional de Tumbes. Perú. Tesis para Optar el Título Profesional de CONTADOR PÚBLICO concluye que Existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan. 2. Un 15% de los comerciantes indican que sus ventas diarias promedio son mayores a las declaradas mensualmente, refiriendo que es común ver que otros comerciantes no paguen impuestos. 3. Se elaboró un programa de difusión tributaria, basado en la teoría de Vargas, L. (2013), Allingham, M. & Sandmo, A. (1972) y Solórzano, D. (2011) que relaciona el comportamiento tributario y las causas que generan dicho incumplimiento. 4. De la aplicación del programa de difusión tributaria se obtuvieron resultados favorables con una diferencia en los promedios registrados en el pre y post test de 6.74 representando una incidencia significativa en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes.

De la investigación manifiesto que la educación tributaria debe ser para el estado peruano una de las principales alternativas de solución, para poder eliminar el informalismo en los comerciantes. Creo que la educación tributaria no es algo que se

puede cambiar de hoy para mañana sino es un proyecto a mediano y largo plazo se debe iniciar por la educación básica regula de nuestros jóvenes desde las instituciones educativa. De esta manera se contribuirá a que los ciudadanos tomen conciencia sobre la tributación y bajar los índices de evasión de impuestos.

Aguirre & Silva. (2013). en su tesis "Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013". Trujillo. Universidad Privada Antenor Orrego facultad de ciencias económicas. Trabajo presentado para "obtener el Título Profesional de Contador Público". Concluye que los comerciantes de Abarrotes que se encuentran ubicados en los alrededores del mercado Mayorista por el giro de negocio que tienen, deben cumplir con todas las obligaciones formales que les corresponden (otorgar comprobante de pago por sus ventas, presentar sus declaraciones, llevar registros y libros contables de acuerdo a su régimen) a los contribuyentes, así como con la determinación y pago de los impuestos a los que están afectos (obligaciones sustanciales) , tales como el IGV, IR y ESSALUD. Por la actividad que realizan los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista pueden acogerse a cualquier régimen tributario (Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial de Renta y Régimen General).

Según la investigación se afirma que los comerciantes deben contribuir con sus obligaciones tributarias que les corresponde también afirmamos que los comerciantes son libres de elegir su formalización al régimen tributario de acuerdo a sus movimientos económicos que cada uno de ellos realice y de esta forma contribuir al desarrollo de país y evitar en lo sucesivo multas por parte de los órganos rectores del país.

Izaguirre & Carranza. (2010). en su tesis "Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en Los Comerciantes del Mercado Central De Huaraz "Virgen de Fátima", Periodo 2010. Universidad nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz. Trabajo presentado para optar el título profesional de Contador Público. Concluye que Los resultados obtenidos de la prueba de la hipótesis general nos proporcionan evidencia suficiente para concluir que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de Huaraz "Virgen de Fátima" incide favorablemente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, sin embargo, la

valoración a los tributos por parte de los comerciantes no incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El 19.60%de los comerciantes del mercado central de Huaraz "Virgen de Fátima" tienen cultura tributaria mientras que el 80.40% no lo tienen. Por otra parte, el 43.30% de los comerciantes cumplen con sus obligaciones tributarias y el 56.70% no cumplen.

Según la investigación se afirma que más del 50% de comerciantes de los mercados y paradas no tiene cultura tributaria de igual manera más del 50% no cumplen con el pago de impuestos diríamos que según la investigación la cultura tributaria incide en el pago de impuestos y en la formalización empresarial. Una educación progresiva permitirá culturalizar en temas de tributación de impuestos y fiscalización por parte del estado.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Variable independiente: Cultura tributaria

Cultura tributaria

Carolina Roca2 define cultura tributaria como un "Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación".

En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. Dichas conductas intentan autojustificar, descalificando la gestión de la administración pública por la ineficiencia o falta de transparencia en el manejo de los recursos, así como por la corrupción.

Conciencia tributaria.

El concepto de Conciencia Tributaria según Felicia Bravo es "la motivación intrínseca de pagar impuestos" refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales.

Programa de Capacitación Tributaria

Es una herramienta que permite estructurar una estrategia considerando aspectos no solamente financieros, sino intangibles (Kaplan y Norton, 2005).

La importancia de promover la cultura tributaria

La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Pero hay contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano. La cultura ciudadana, es un conjunto de programas y proyectos orientado a mejorar las condiciones de la convivencia ciudadana mediante un cambio conductual consciente, partiendo de la premisa de que la modificación voluntaria de los hábitos y creencias de la colectividad puede llegar a ser un componente crucial de la gestión pública, del gobierno y la sociedad civil. No pueden llevarse a cabo políticas tributarias o fiscales verdaderamente eficaces sin contar con el conglomerado humano, para ello, debe tomarse en cuenta el factor humano y social. Todas las normas y planificaciones tributarias corren el riesgo de ser estériles si no se presta la debida atención a las creencias, actitudes, percepciones y formas de conducta de los ciudadanos, a su moral personal y colectiva, e incluso a sus ideas sobre el modo de organizar la convivencia.

Importancia de la educación tributaria.

Según **Delgado Lobo**, la Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales, en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva.

Mypes.

Micro y pequeña empresa es una organización económica dedicada a las actividades empresariales.

"Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial, tiene como finalidad desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios" (Ministerio de Trabajo Y Promocion de Empleo, 2014)

Variable Dependiente: Formalizar

FORMALIZAR

Inscripción en diversos registros públicos, Los emprendedores que deciden iniciar un negocio mediante la creación de una empresa, podrán realizar su trámite a través de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) que designe el Ministerio de Producción. De esta manera, las inscripciones de la Constitución de Empresa y la Reserva de Preferencia Registral (reserva de nombre) cuyo trámite se inicie por los CDE, se encontrarán exonerados del pago de tasas registrales, siempre que el capital social de la empresa no supere una Unidad Impositiva Tributaria (S/. 4,050), según el Decreto Supremo N° 006-2017-PRODUCE que reglamenta las disposiciones del Decreto Legislativo N° 1332.

El proceso para obtener las inscripciones de la Constitución de Empresa y Reserva de preferencia registral, se realizará empleando un sistema informático, como el SID-SUNARP, que permite interoperar con las bases de datos del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y los notarios; incorporando distintas medidas de simplificación como la asignación automática del RUC, la Escritura Pública Unilateral y la firma digital del notario.

La norma otorga a la SUNARP un plazo de 30 días hábiles para adecuar el módulo del Sistema de Intermediación Digital a fin de considerar al notario como CDE, permitiendo realizar la reserva de preferencia registral y obtener la inscripción de la constitución de empresa en el Registro de Personas Jurídicas.

Términos:

- **Reserva del nombre (solo Persona Jurídica)**

  Acudir a la Oficina de Registros Públicos (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos-SUNARP), y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al que queremos para nuestra empresa.

- **Elaboración de la minuta (solo Persona Jurídica)**

  Es el documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene la declaración de voluntad de constituir la empresa

- **Elevar minuta a escritura pública (solo Persona Jurídica)**

  Una vez redactada la minuta, debemos llevarla a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública

- **Obtención del número de RUC**

  El RUC es un registro que contiene información del contribuyente. Por ejemplo, datos de identificación, actividades económicas, domicilio fiscal, así como los tributos a los que se encuentro afecto, entre otros datos

- **Contribuyentes**: "Persona física o jurídica sobre la que recae el pago de un impuesto o tributo. La carga tributaria se deriva del hecho imposible" (SUNAT)

- **Comprobante de pago: "**es un documento formal o sustancial que acredita la transferencia o entrega de un bien o servicio"

- **Cultura: "**Conjunto de conocimientos, creencias, conducta en el aspecto social al que pertenece una persona para desarrollar su juicio crítico".

- **Cultura tributaria:** idea sobre un tema determinado de tributación ya que de ella se desglosan todos los impuestos y cada uno de los integrantes que lo conforman conocimiento de cómo opera las normas tributarias en el país.

- **Obligación tributaria:** Es el vínculo establecido mediante una ley dicha coyuntura es entre el contribuyente y el Estado para el pago de tributos, la obligación nace en el momento que el contribuyente realice sus actividades económicas.

- **Programa:** Es importante precisar que programa es un conjunto de actividades que se va a realizar o desarrollar en un determinado tiempo y espacio.

- **Tributos: "**es el pago en dinero o en especie que el estado como ente recaudador exige a los individuos mediante la contribución de tributos en virtud a una ley para cubrir los gastos directos e indirectos que el estado retribuye" (SUNAT).

- **Persona natural** es responsable personalmente de las deudas y obligaciones de una empresa.

- **Persona jurídica**, **las deudas** u obligaciones se limitan a los bienes de la empresa.

Impuesto: Es un tributo que todas las personas físicas y empresas naturales o jurídicas están obligadas a pagar al estado determinado pago no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado. Tal es el caso del Impuesto a la Renta (IR) el Impuesto General a las Ventas (IGV). Impuesto selectivo al consumo (ISC) entre otros.

- **Nuevo Régimen Único Simplificado - RUS**

  Es el primer régimen donde se encuentran las personas o negocios de menor movimiento económico establecido dentro de los rangos establecidos por la Sunat.

- **Contribuciones:** Es un aporte que todo ciudadano debe pagar al estado para que al mismo tiempo el estado retribuya ese pago mediante la realización de obras públicas o cualquier tipo de actividades estatales.

- **Importancia de los tributos:** es muy importante que todos los ciudadanos cumplan con la obligación del pago tributos porque es la principal fuente de recaudación del estado el cual permite al gobierno central realizar obras públicas en beneficio del país.

- **Normas tributarias**: Son en conjunto de leyes y reglamentos que regulan las obligaciones de personas y empresas para con el estado por medio de impuestos.

- **Régimen Tributario:** Son las categorías en las cuales toda persona natural o empresa jurídica posea al momento de iniciar un negocio esta deberá estar registrada debidamente en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, quien establece a que nivel de pago de impuestos pertenece su actividad ya comercial de servicios o industriales.

Tipos de régimen a que me puedo acoger

- Nuevo Régimen Único Simplificado – Nuevo RUS
- En este régimen no estoy obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV.
- Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER.
- Régimen General del Impuesto a la Renta.
- En estos dos últimos regímenes sí estoy obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV.

1.4. Formulación del Problema.

¿De qué manera una cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado del Sector Fila Alta Jaén - 2017?

1.5 Justificación e importancia de la investigación

Según el Banco Mundial (2010) en un Reporte señala que "el emprendimiento en América Latina que las pequeñas empresas se han estancado ubicando al Perú con un 65% de empresas informales."

La presente investigación tiene por objetivo de desarrollar y aplicar un programa de capacitación en temas básicos de tributación para concientizar a los comerciantes del mercado del sector Fila Alta y de esta forma invocar a formalizarse ya que se ha visto que la mayoría de comerciantes no se formalizan porque desconocen temas de tributación.

Si bien es cierto los gobiernos de turno han decretado una serie de leyes y normas para llamar a la formalización de las pequeñas empresas, sin embargo, lo que no ha invertido es en temas de capacitación y sensibilización de temas básicos de tributación a la sociedad.

Con la presente investigación se beneficiará a todos los comerciantes del sector Fila Alta – Jaén ya que permitirá la formalización progresiva y podrán contribuir al estado mediante sus impuestos de acuerdo al régimen en la que se encuentren y contribuir al desarrollo del país.

Limitaciones de la investigación:

Para el desarrollo del trabajo de investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

- Tiempo limitado por parte de los comerciantes para atendernos y poder aplicar encuestas y entrevistas.
- Poca voluntad por algunos comerciantes en presentar atención al tema.
- Algunos comerciantes se reúsan a presentar información.
- Recursos económicos limitados con el que se dispone para poder desplazarnos.

Delimitación de la Investigación

Campo: Socioeducativo a los contribuyentes.

Área: Contable - Tributaria.

Aspecto: Desconocimiento sobre tributación.

Delimitación Espacial: La presente investigación se desarrolló en el sector Fila Alta Distrito de Jaén – Provincia de Jaén Región Cajamarca.

Delimitación Temporal: Esta investigación se realizó en el año 2017

Delimitación del Universo: Nuestra población comprende todos los comerciantes del Mercado Sector Fila Alta – Jaén.

Delimitación del Contenido: La presente investigación tratará de buscar una respuesta científica sobre si una cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Sector Fila Alta – Jaén.

1.6. Hipótesis general

H_0). La aplicación de un programa de cultura tributaria no influye significativamente en la formalización de los comerciantes del mercado Sector Fila Alta –Jaén

(H_1). La aplicación de un programa de cultura tributaria influye significativamente en la formalización de los comerciantes del mercado Sector Fila Alta –Jaén.

1.7. Objetivos de la investigación:

1.7.1 Objetivo general

Proponer un programa de capacitación en temas tributarios y formalizar a los comerciantes del mercado del sector Fila Alta – Jaén, 2017.

1.7.2. Objetivo especifico

- Identificar el estado de formalización en los comerciantes del mercado sector Fila Alta – Jaén, 2017, mediante un pre test.
- Seleccionar estrategias adecuadas para motivar la formalización de los comerciantes.
- Diseñar el programa de capacitación en temas de tributación a los comerciantes del mercado sector Fila Alta – Jaén, 2017.

CAPÍTULO II:

MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de Investigación:

Según **La Torre, (1998)** es investigación Descriptivo-Explicativa porque "tiene como objetivo central la explicación de los fenómenos, y el estudio de sus relaciones para conocer su estructura y los aspectos que intervienen".

Descriptiva:

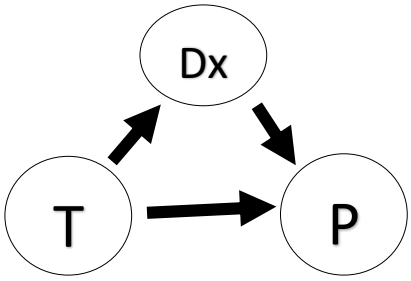
Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. En la presente investigación analizaremos si una cultura tributaria permitirá formalizar a los comerciantes del mercado Fila Alta – Jaén

2.1.2. Diseño de la investigación:

El diseño de la presente investigación es cuantitativo ya que es necesario para poder analizar la recolección y análisis de datos, así como también los resultados obtenidos de las encuestas que se les realizara a los comerciantes del mercado sector Fila Alta-Jaén.

"La investigación no experimental se realiza sin manipular deliberadamente variables lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo" (Hernández, Fernández, Baptista, 2003 p.184).

El esquema del diseño es el siguiente:



DX=Diagnostico de la realidad

T=Revisión teórica

P=Propuesta

DPCT=Diseño de programa de cultura tributaria

2.2. Población y muestra

Población:

La población estuvo conformada por 550 personas que forman el mercado sector Fila Alta Jaén.

Muestra:

Para esta investigación se ha tomado en cuenta el muestreo aleatorio simple

N=30

2.3 Variables y Operacionalización.

2.3.1. Variables:

Variable independiente: Cultura tributaria.

Variable dependiente: Formalización.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿De qué manera una cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado del Sector Fila Alta Jaén – 2017?	**GENERAL** • Proponer un programa de capacitación en temas tributarios y formalizar a los comerciantes del mercado del sector Fila Alta – Jaén, 2017. **ESPECÍFICOS** 1.- Identificar el estado de formalización en los comerciantes del mercado sector Fila Alta – Jaén, 2017, mediante un pre test. 2.- Seleccionar estrategias adecuadas para motivar la formalización de los comerciantes. 3.- Diseñar el programa de capacitación en temas de tributación a los comerciantes del mercado sector Fila Alta – Jaén, 2017.	**(H_1).** La aplicación de un programa de cultura tributaria influye significativamente en la formalización de los comerciantes del mercado Sector Fila Alta –Jaén.	**VI:** **Cultura tributaria** **VD:** **Formaliza empresas**	Es descriptivo propositivo **DISEÑO** Diseño no experimental	Asociados al mercado del sector Fila alta **MUESTRA** Aleatoria estratificada simple 30 encuestados	Encuesta **INSTRUMENTOS** Cuestionario (Se realizá un cuestionario de 21 preguntas con alternativas de 1= Nunca 2= A veces 3 = Siempre	Programa Estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), apoyándose de la técnica del Alpha Crombach.

2.3.2. Operacionalización.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	ESCALA DE MEDICION
INDEPENDIENTE **CULTURA TRIBUTARIA**	Es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes	Cultura Básica Tributaria	Concientizar sobre cultura tributaria Capacitaciones Eventos Talleres Sesiones o visitas	Entrevistas Encuestas	Test para verificar si el programa de cultura tributaria permite la formalización de los comerciantes
DEPENDIENTE **FORMALIZACION DE EMPRESAS**	Formalizar es inscribir en los registros públicos tu empresa , dotarla de las herramientas mínimas que requiere para su constitución, operación y funcionamiento en una actividad económica determinada	Procesos de formalización	Jurídica Natural Licencias	Entrevistas Encuestas	Test- entrevista

2.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1 Métodos

Método de investigación:

El desarrollo del proyecto de investigación se realizará a través de la aplicación de técnicas

2.4.2 Técnicas de recolecciones datos.

Con respecto a las técnicas de investigación, se aplicó la encuesta, que es caracterizada por su una herramienta muy importante para el recojo de información de campo y por ser una herramienta sencilla en su manejo y utilización**.**

Encuestas: técnica que hemos utilizado con la finalidad de recolectar la información mediante cuestionarios y analizar sobre el nivel de cultura tributaria que poseen los comerciantes en el mercado del sector Fila Alta - Jaén.

Cuestionarios: Instrumento para recolectar la información mediante preguntas cerradas.

Observación

Es el objetivo de establecer contacto con la realidad para procesar mejor la información y obtener un mejor resultado para poder implementar acciones sobre capacitación en cultura tributaria y de sensibilización a los comerciantes del sector Fila Alta la ciudad de Jaén.

2.5. La validez y Confiabilidad.

Validez

La validez se ha realizado a los instrumentos mediante pruebas piloto utilizando al programa estadístico Spss y verificar si el instrumento si son adecuados para recolectar la información.

Confiabilidad

El grado de confiabilidad se ha logrado atraves del juicio de expertos y se ha comprobado que los resultados que se han obtenido son confiables e íntegros y servirá como un aporte para la solución de problemas.

2.6. Procedimiento para la recolección de datos.

Una vez aplicadas la encuesta se procederá a realizar el proceso de la información mediante tabulaciones y gráficas de barras expresadas en porcentajes.

Análisis estadísticos de datos

Con el fin de obtener mejores resultados estadísticos todo el proceso se desarrollará en el programa estadístico Spss, aquí se procesará la validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados.

2.7 Aspectos éticos

Se han considerado la citas y fuentes bibliográficas sobre teorías de la información como tesis, revistas, informes, páginas web entre otros, también se ha guardado la confidencialidad de la información obtenida por parte de los comerciantes.

2.8 Criterios de rigor científico

El presente trabajo se ha desarrollados teniendo en cuenta la normatividad vigente de la Universidad y de las normas internaciones de investigación, se ha utilizado técnicas de recolección de datos y se aplicado encuestas cuyos resultados obtenidos se sustenta en el marco teórico y con antecedentes de tesis y artículos publicados que miden las mismas variables.

CAPITULO III

RESULTADOS.

3.1. Resultados en tablas y gráficos

CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017.

Tabla 1

CORRELACIONES

		Cultura tributaria	Formalización
Cultura tributaria	Correlación de Pearson	1	1,000**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Formalización	Correlación de Pearson	1,000**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Tabla 2

¿Usted conoce que es un tributo?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	73,3
A veces	6	20,0
Siempre	2	6,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

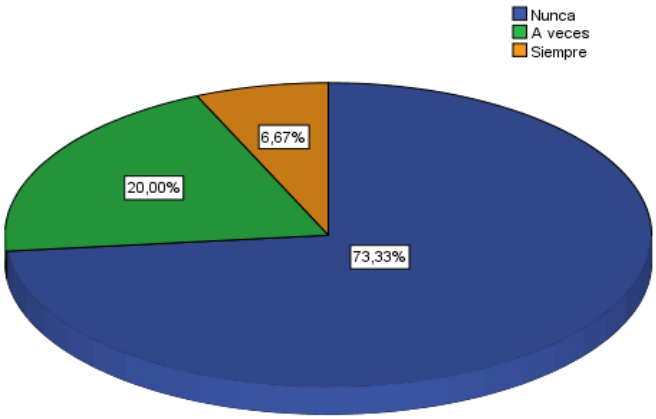


Figura N°1: ¿Usted conoce que es un tributo?

Interpretación.

Según la tabla 2 y figura 1, se observa que; de los 30 encuestados, 22 personas que representa al 73,3% opinan que nunca han conocido lo que es un tributo, de 6 personas que representa el 20,0% opinan que a veces ha escuchado hablar sobre tributo y 2 personas que representa al 6,7% cree que siempre si conoce sobre tributo.

Tabla 3

¿Conoce quien los establece los tributos?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	73,3
A veces	5	16,7
Siempre	3	10,0
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

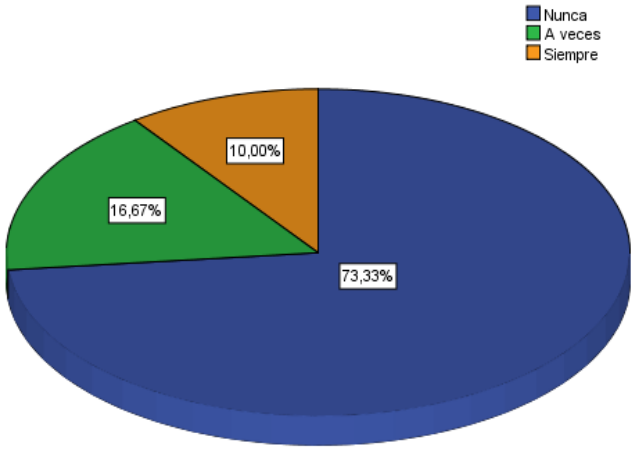


Figura N°2: ¿Conoce quien los establece los tributos?

Interpretación.

Según la tabla 3 y figura 2, se observa que; de los 30 encuestados, 22 personas que representa al 73,3% opinan que las empresas nunca han conocido quien lo establece los tributos, 5 personas, que representan el 16,7% opinan que la empresa algunas veces si tienen conocimientos de quienes lo establecen los tributos y 3 personas que representa el 10,0% creen que la empresa siempre conoce quien lo establece los tributos.

Tabla 4

¿Sabe por qué es importante pagar tributos o impuestos?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	20	66,7
A veces	9	30,0
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

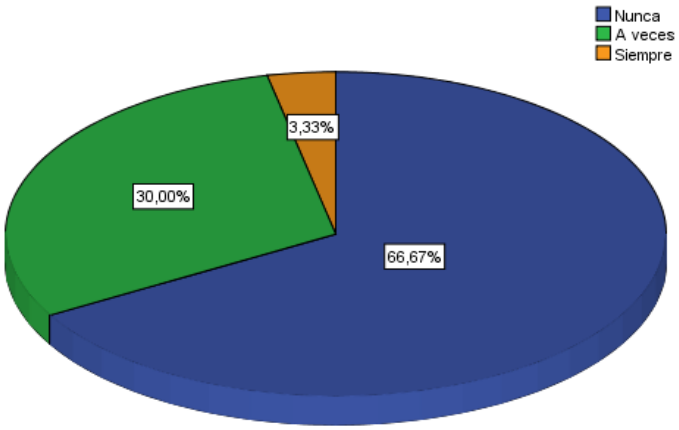


Figura N°3: ¿Sabe por qué es importante pagar tributos o impuestos?

Interpretación.

Según la tabla 4 y figura 3, se observa que; de los 30 encuestados, 20 personas que representa al 66,7% opinan que la empresa nunca ha tenido conocimientos lo importante que es pagar tributo o impuestos, 9 personas, que representan el 30,0% opinan que algunas veces si es importante pagar tributos o impuestos y 1 personas que representa el 3,3% creen que la empresa siempre paga sus tributos o impuestos.

Tabla 5

¿Conoce por qué es importante entregar comprobante de pago?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	24	80,0
A veces	4	13,3
Siempre	2	6,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

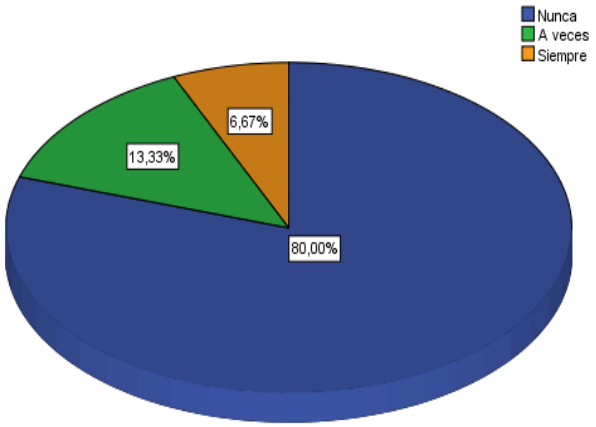


Figura N°4: ¿Conoce por qué es importante entregar comprobante de pago?

Interpretación.

Según la tabla 5 y figura 4, se observa que; de los 30 encuestados, 24 personas que representa al 80,0% opinan que la empresa nunca ha conocido lo impórtate que es entregar comprobantes de pago, 4 personas, que representan el 13,3% opinan que algunas veces si es importante entregar comprobantes de pago y 2 personas que representa el 6,7% creen que la empresa siempre conoce lo importante que es entregar comprobantes de pagos.

Tabla 6

¿Conoce qué son regímenes tributarios?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	63,3
A veces	10	33,3
Siempre	1	3,3
Total	30	100,0

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

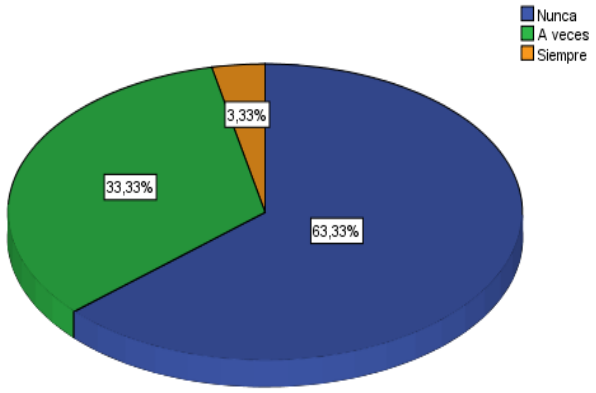


Figura N°5: ¿Conoce qué son regímenes tributarios?

Interpretación.

Según la tabla 6 y figura 5, se observa que; de los 30 encuestados, 19 personas que representa al 63,3% opinan que no saben que es un régimen tributario, 10 personas, que representan el 33,3% opinan que algunas veces si conocen sobre el régimen tributarios y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre han sabido sobre el régimen tributario.

Tabla 7

¿Conoce sobre que es el RUC?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	20	66,7
A veces	9	30,0
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

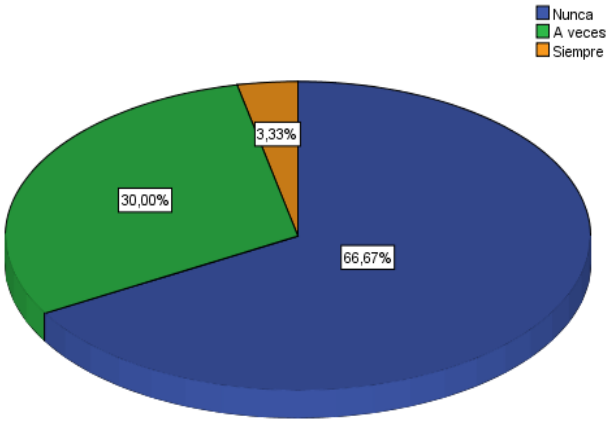


Figura N°6: ¿Conoce sobre que es el RUC?

Interpretación.

Según la tabla 7 y figura 6, se observa que; de los 30 encuestados, 20 personas que representa al 66,7% opinan que nunca han tenido conocimiento de lo que es RUC, 9 personas que representan el 30,0% opinan que algunas veces si conocen sobre RUC y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre han sabido lo que es RUC.

Tabla 8

¿Conoce desde qué monto está obligado a entregar comprobantes de pago por una venta?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	63,3
A veces	9	30,0
Siempre	2	6,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

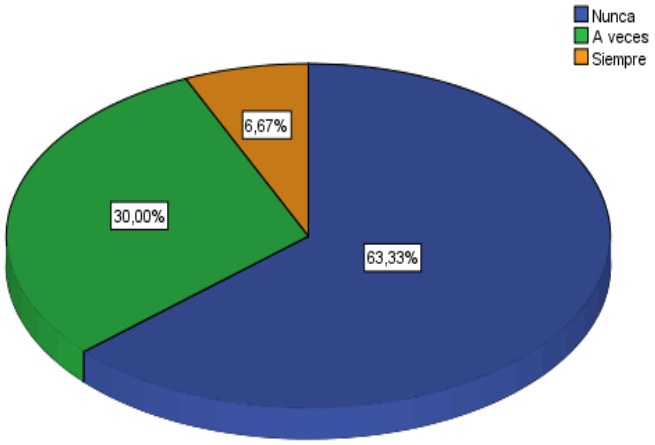


Figura N°7 ¿Conoce desde qué monto está obligado a entregar comprobantes de pago por una venta?

Interpretación.

Según la tabla 8 y figura 7, se observa que; de los 30 encuestados, 9 personas que representa al 63,3% opinan que nunca han tenido conocimiento sobre el monto que está obligado a emitir comprobante de pago por una venta, 9 personas que representan el 30,0% opinan que algunas veces si ha tenido conocimiento sobre la obligación de emitir comprobante de pago por una venta y 2 personas que representa el 6,7% creen que siempre han conocido la obligación de emitir comprobantes de pago por una venta.

Tabla 9

¿Usted conoce sobre algunas sanciones que puede recibir por no haberse formalizado?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	21	70,0
A veces	8	26,7
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

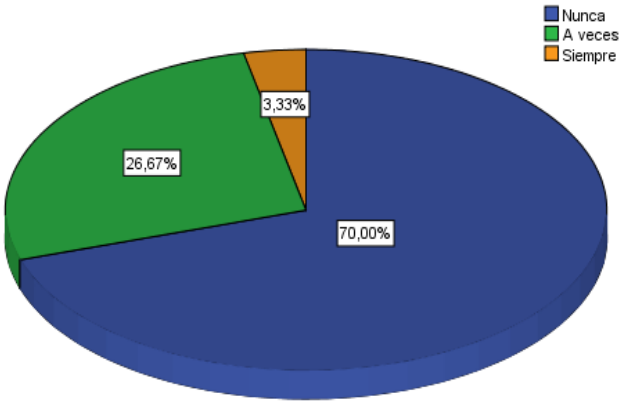


Figura N°8 ¿Usted conoce sobre algunas sanciones que puede recibir por no haberse formalizado?

Interpretación.

Según la tabla 9 y figura 8, se observa que; de los 30 encuestados, 21 personas que representa al 70,0% opinan que nunca han tenido conocimiento sobre sobre algunas sanciones que puede recibir por no haberse formalizado, 8 personas que representan el 26,7% opinan que algunas veces si ha tienen conocimiento sobre sanciones que se puede recibir por no haberse formalizado y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre conocen sobre sanciones que pueden recibir si no se formaliza.

Tabla 10

¿En algunas oportunidades le ha solicitado comprobante de pago?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	63,3
A veces	10	33,3
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

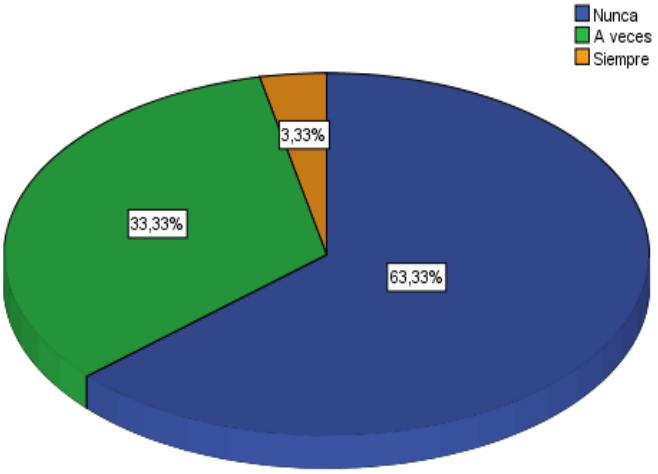


Figura N°9 ¿En algunas oportunidades le ha solicitado comprobante de pago?

Interpretación.

Según la tabla 10 y figura 9, se observa que; de los 30 encuestados, 19 personas que representa al 63,3% opinan que nunca se le ha solicitado comprobante de pagos, 10 personas que representan el 33,3% opinan que algunas veces si le han solicitado comprobantes de pago y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre conocen solicitan comprobantes de pagos.

Tabla 11

¿Le gustaría emitir comprobantes de pago?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	73,3
A veces	5	16,7
Siempre	3	10,0
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

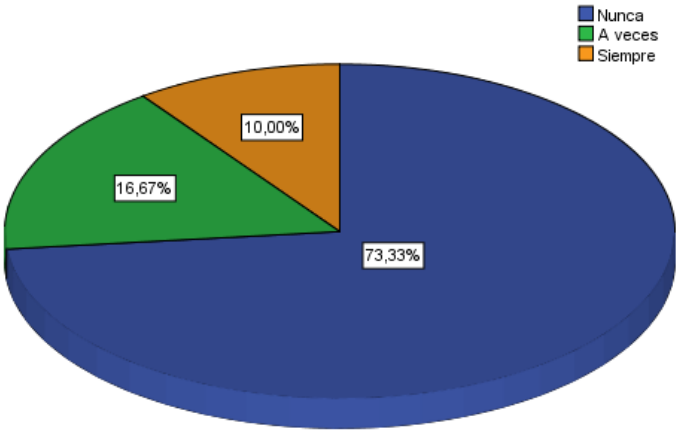


Figura N°10 ¿Le gustaría emitir comprobantes de pago?

Interpretación.

Según la tabla 11 y figura 10, se observa que; de los 30 encuestados, 22 personas que representa al 73,3% opinan que no les gustaría emitir comprobantes de pago, 5 personas que representan el 16,7% opinan que algunas veces si les gustaría emitir comprobantes de pago, mientras que de 3 personas que representa el 10,0% creen que siempre les gustaría emitir comprobantes de pago.

Tabla 12

¿Ha escuchado que a nivel de la provincia de Jaén existen programas de capacitación por parte de la SUNAT?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	60,0
A veces	11	36,7
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

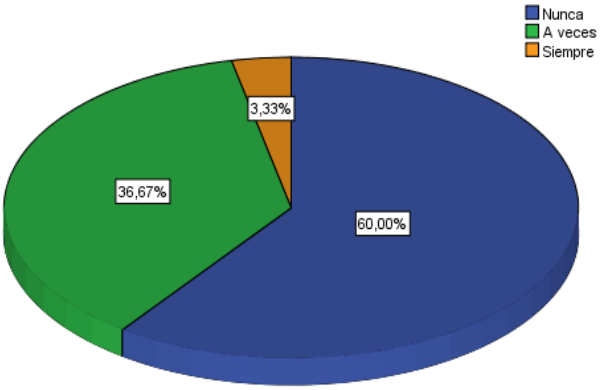


Figura N°11 ¿Ha escuchado que a nivel de la provincia de Jaén existen programas de capacitación por parte de la SUNAT?

Interpretación.

Según la tabla 12 y figura 11, se observa que; de los 30 encuestados, 18 personas que representa al 60,0% opinan que nunca han escuchado que a nivel de la provincia de Jaén existen programas de capacitación por parte de la SUNAT, 11 personas que representan el 36,7% opinan que algunas veces si hay capacitaciones en la provincia de Jaén programas por parte de la SUNAT y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre hay programas de capacitación por parte de la SUNAT en la provincia de Jaén.

Tabla 13

¿Desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	73,3
A veces	7	23,3
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

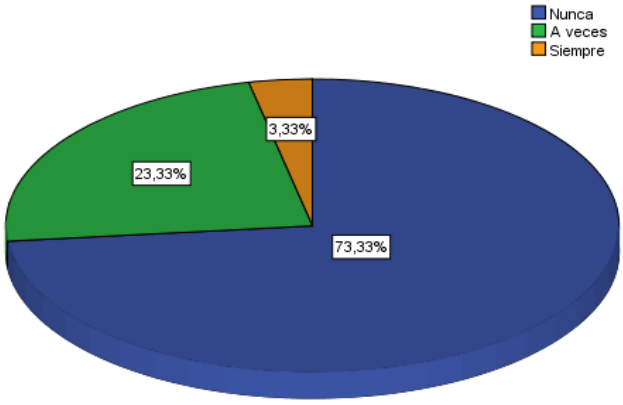


Figura N°12 ¿Desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado?

Interpretación.

Según la tabla 13 y figura 12, se observa que; de los 30 encuestados, 22 personas que representa al 73,3% opinan que nunca desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado, 7 personas que representan el 23,3% opinan que algunas veces si desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado.

Tabla 14

¿Ha participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	17	56,7
A veces	11	36,7
Siempre	2	6,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

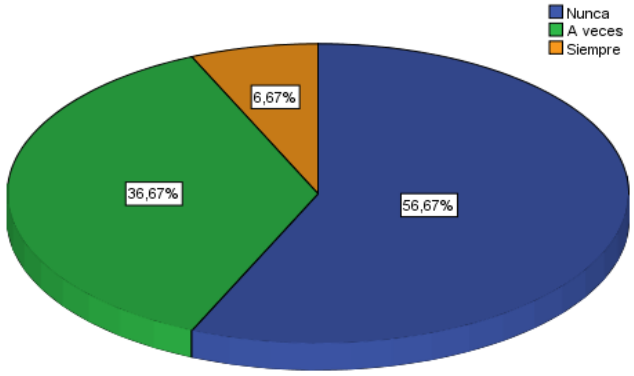


Figura N°13 ¿Ha participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios?

Interpretación.

Según la tabla 14 y figura 13, se observa que; de los 30 encuestados, 17 personas que representa al 56,7% opinan que nunca ha participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios, 11 personas que representan el 36,7% opinan que algunas veces si han participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios y 2 personas que representa el 6,7% creen que siempre han participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios.

Tabla 15

¿Le gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	63,3
A veces	10	33,3
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

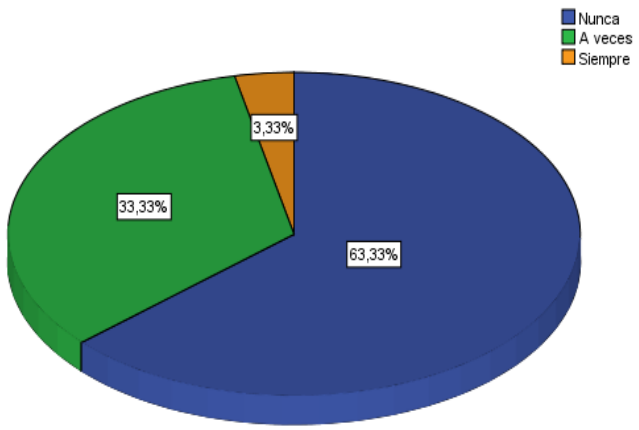


Figura N°14 ¿Le gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación?

Interpretación.

Según la tabla 15 y figura 14, se observa que; de los 30 encuestados, 19 personas que representa al 63,3% opinan que nunca les gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación, 10 personas que representan el 33,3% opinan que algunas veces les gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre les gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación.

Tabla 16

Según el tiempo que permanece realizando esta actividad comercial. ¿La SUNAT o alguna otra institución han realizado talleres para darles algunos alcances sobre tributación?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	63,3
A veces	11	36,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

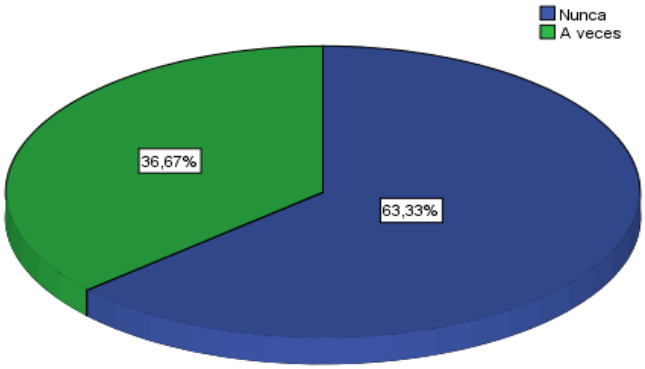


Figura N°15 Según el tiempo que permanece realizando esta actividad comercial. ¿La SUNAT o alguna otra institución han realizado talleres para darles algunos alcances sobre tributación?

Interpretación.

Según la tabla 16 y figura 15, se observa que; de los 30 encuestados, 19 personas que representa al 63,3% opinan que nunca la SUNAT o alguna otra institución ha realizado talleres para darles algunos alcances sobre tributación, 11 personas que representan el 36,7% opinan que algunas veces la SUNAT o alguna otra institución ha realizado talleres para darles algunos alcances sobre tributación.

Tabla 17

¿En alguna ocasión personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	73,3
A veces	7	23,3
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

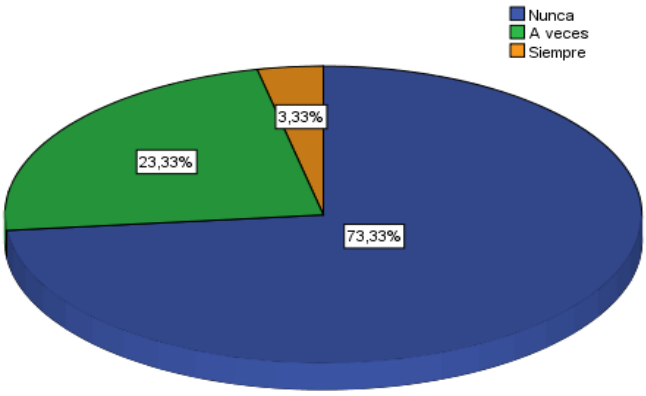


Figura N°16 En alguna ocasión personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

Interpretación.

Según la tabla 17 y figura 16, se observa que; de los 30 encuestados, 22 personas que representa al 73,3% opinan que nunca en alguna ocasión personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, 7 personas que representan el 23,3% opinan que algunas veces al personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre el personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Tabla 18

¿Ha escuchado hablar sobre personas jurídicas y naturales?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	21	70,0
A veces	9	30,0
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

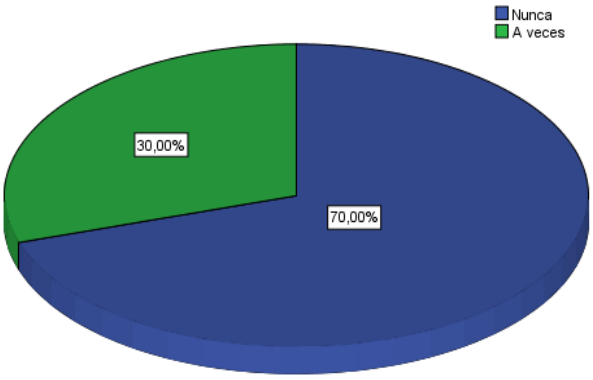


Figura N°17 ¿Ha escuchado hablar sobre personas jurídicas y naturales?

Interpretación.

Según la tabla 18 y figura 17, se observa que; de los 30 encuestados, 21 personas que representa al 70,0% opinan que nunca han escuchado hablar sobre personas jurídicas y naturales, 9 personas que representan el 30,0% opinan que algunas veces si han escuchado hablar de personas jurídicas y naturales.

Tabla 19

¿Usted se encuentra inscrito en la SUNARP?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	63,3
A veces	11	36,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

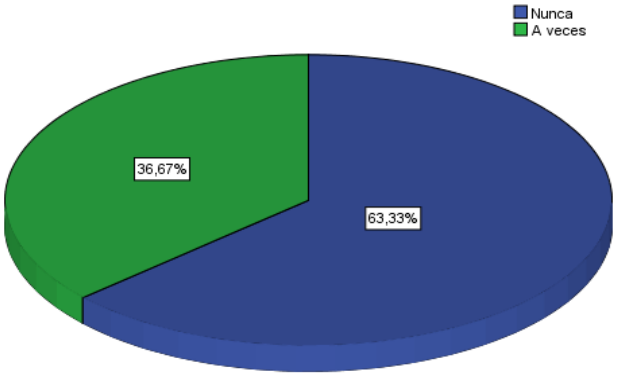


Figura N°18 ¿Usted se encuentra inscrito en la SUNARP?

Interpretación.

Según la tabla 19 y figura 18, se observa que; de los 30 encuestados, 19 personas que representa al 63,3% opinan que nunca se han inscrito en la SUNARP, 11 personas que representan el 36,7% opinan que algunas que algunos si están inscritos en la SUNARP.

Tabla 20

¿Ud.Tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	60,0
A veces	11	36,7
Siempre	1	3,3
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

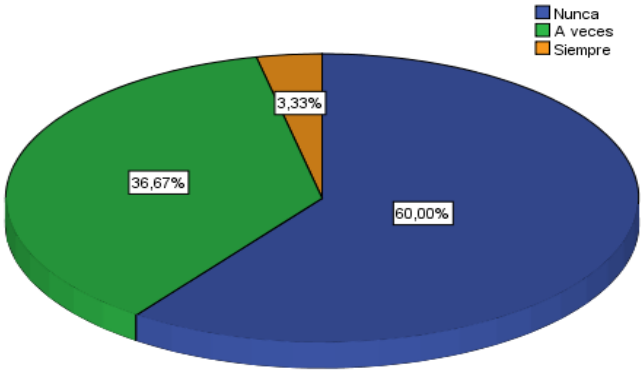


Figura N°19 ¿Ud. Tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad?

Interpretación.

Según la tabla 20 y figura 19, se observa que; de los 30 encuestados, 18 personas que representa al 60,0% opinan que nunca han tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad, 11 personas que representan el 36,7% opinan que a veces si tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad y 1 personas que representa el 3,3% creen que siempre tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad.

Tabla 21

Si usted recibiera charlas o cursos sobre tributación ¿Ud. Se formalizaría como persona natural acogiéndose a régimen que le corresponda?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	28	93,3
A veces	2	6,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

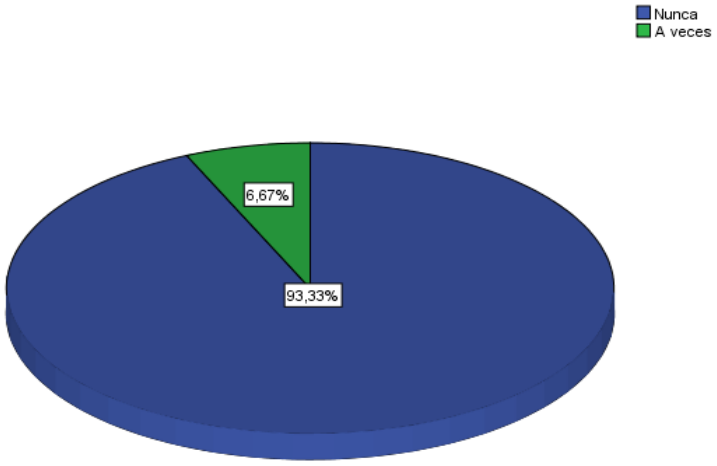


Figura N°20 Si usted recibiera charlas o cursos sobre tributación ¿Ud. Se formalizaría como persona natural acogiéndose a régimen que le corresponda?

Interpretación.

Según la tabla 21 y figura 20, se observa que; de los 30 encuestados, 28 personas que representa al 93,3% opinan que nunca se formalizaría como persona natural acogiéndose a régimen que le corresponda con solo recibir charlas o cursos de tributación, 2 personas que representan el 6,7% opinan que alguno se formalizaría como persona natural acogiéndose a régimen que le corresponda con recibir charlas o cursos de tributación.

Tabla 22

¿Cuenta con licencia de funcionamiento y otros permisos municipales?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	30	100,0
total	**30**	**100**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

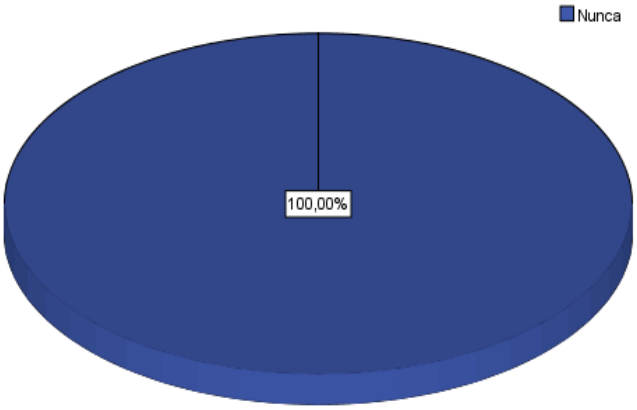


Figura N°21 ¿Cuenta con licencia de funcionamiento y otros permisos municipales?

Interpretación.

Según la tabla 22 y figura 21, se observa que; de los 30 encuestados, 30 personas que representa al 100% opinan que nunca Cuenta con licencia de funcionamiento y otros permisos municipales

Resumen por dimensiones e indicador

DIMENSION: CULTURA TRIBUTARIA BASICA.

Tabla 23

Indicador: *conciencia sobre cultura tributaria básica.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	38,3
A veces	11	61,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

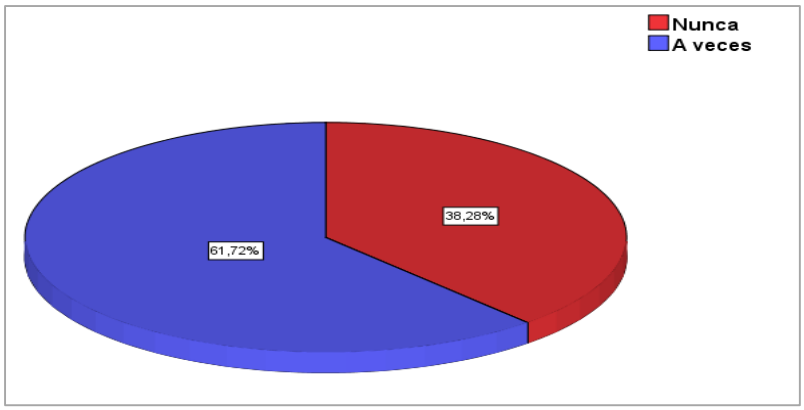


Figura 22 *Indicador: conciencia sobre cultura tributaria básica.*

Interpretación:

Según la tabla 23 y figura 22 se observa que; de los 30 encuestados, 9 personas que representa el 38.3% opinan que nunca recibieron temas de concientización sobre temas de tributación básica, 11 personas, que representan el 61.7% manifiestan si conocen a veces algunos temas sobre cultura tributaria básica.

Llegando a concluir que el estado por intermedio de la SUNAT debe abordar de manera urgente temas de sensibilización con la población que se dedica a actividades comerciales; de ésta manera puedan formalizarse y realizar sus actividades dentro los parámetros legales que le corresponde.

Tabla 24

Indicador: *Capacitaciones*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	25	83,6
A veces	5	16,4
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

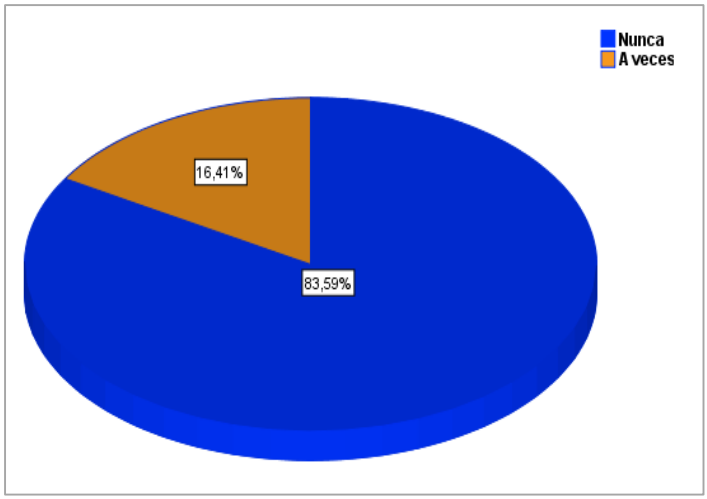


Figura 23 ***Indicador:*** *Capacitaciones*

Interpretación:

Según la tabla 24 y figura 23 se observa que; de los 30 encuestados, 25 personas que equivale al 83.59% afirman que nunca tuvieron acceso a una capacitación por parte de la SUNAT y otras instituciones, se concluye que es un porcentaje muy elevado que desconocen sobre temas tributarios; mientras que 5 personas que representa el 16.41%, indican que algunas veces tuvieron oportunidad de capacitarse en temas de cultura tributaria, lo que significa que es un porcentaje muy bajo de comerciantes que conocen sobre temas tributarios.

Se concluye que el bajo nivel sobre cultura tributaria de los comerciantes implica en que no se formalicen, generado evasión de impuestos y perjudicando al estado.

Tabla 25

Indicador: *talleres*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	28	93,4
A veces	2	6,6
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

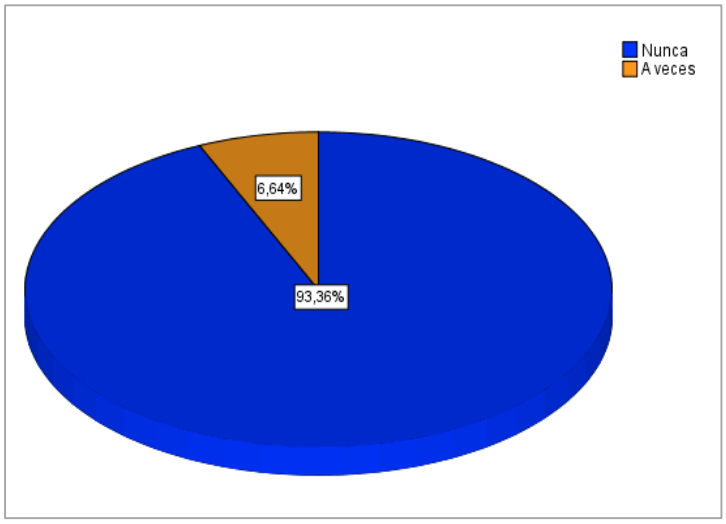


Figura 24 Indicador: *talleres*

Interpretación:

Según la tabla 25 y figura 24 se observa que; de los 30 encuestados, 28 personas que equivale al 93.36% opinan que nunca tuvieron acceso a un taller de capacitación sobre cultura tributaria básica, 2 personas, que representan el 6.64% indican que a veces tuvieron oportunidades de participación en talleres sobre temas tributarios.

Se concluye que las instituciones pertinentes como este caso la SUNAT no brinda servicios de educación tributaria con la población.

Tabla 26

Indicador: *sesiones o visitas*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	24	81,6
A veces	6	18,4
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

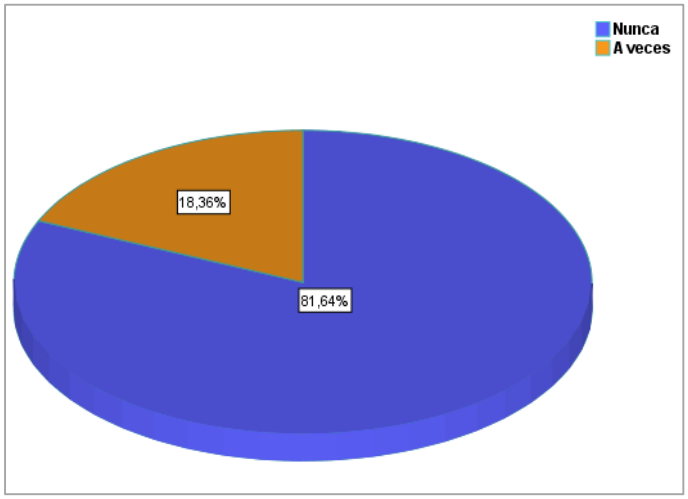


Figura 25: *Indicador sesiones o visitas*

Interpretación:

Según la tabla 26 y figura 25 se observa que; de los 30 encuestados, 24 personas que representa el 81.6% mencionan que nunca tuvieron acceso a sesiones o visitas por parte de la SUNAT, 6 personas, que representan el 18.4% afirman que si a veces tuvieron sesiones o visitas por parte de la SUNAT.

Concluyendo que es un porcentaje totalmente representativo que no tuvieron atención o visitas por parte de la SUNAT, los comerciantes se ven en un entero abandono y que no tienen dentro de sus planes formalizarse por desconocimiento o por no tener una buena información por parte de los organismos correspondientes.

DIMENSIÓN: PROCESOS DE FORMALIZACIÓN

Tabla 27

Indicador: *como persona jurídica.*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	4,3
A veces	29	95,7
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos.*

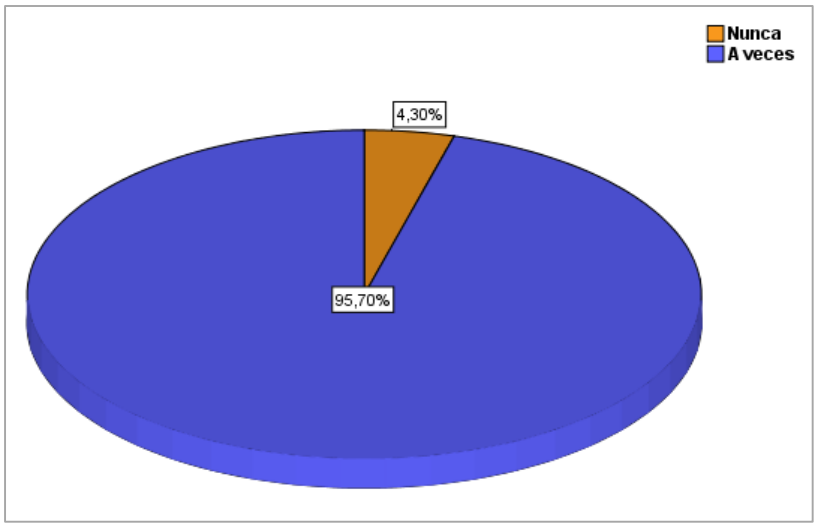


Figura 26: *Indicador como persona jurídica.*

Interpretación:

Según la tabla 27 y figura 26 se observa que; de los 30 encuestados 1 personas que representa al 4.3% opinan que nunca tuvieron conocimiento sobre empresas con personería jurídica, 29 personas, que representan el 95.7% indican que si a veces tiene conocimiento básico sobre formalización de empresas jurídicas.

Se concluye que los comerciantes si tienen nociones sobre temas de formalización de empresas en registros públicos pero que no se formalizan porque desconocen el tema tributario y se sienten renegados de contribuir con sus impuestos por falta de sensibilización.

Tabla 28

Indicador: *persona Natural*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
A veces	15	50,0
Siempre	15	50,0
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos*

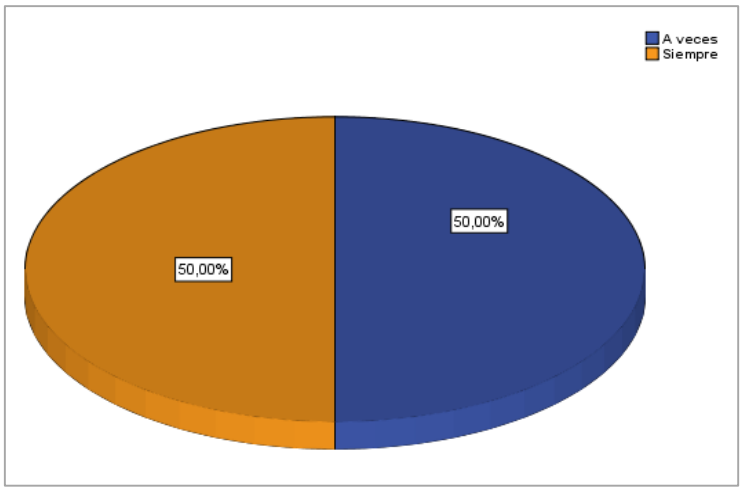


Figura 27: *Indicador persona Natural*

Interpretación:

Según la tabla 28 y figura 27 se observa que; de los 30 encuestados, 15 personas que representa al 50% opinan que si a veces tienen nociones sobre la formalización de empresas como persona natural y 15 personas, que representan el 50% indica que siempre tiene nociones sobre la formalización de empresas como persona natural.

Se concluye que los comerciantes si tienen nociones sobre temas de formalización de empresas en registros públicos pero que no se formalizan porque desconocen el tema tributario y se sienten renegados de contribuir con sus impuestos por falta de sensibilización.

Tabla 29

Indicador: *Licencias de funcionamiento*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	33,2
A veces	10	33,2
Siempre	10	33,6
Total	**30**	**100,0**

Fuente: *Procesamiento estadísticos de los datos*

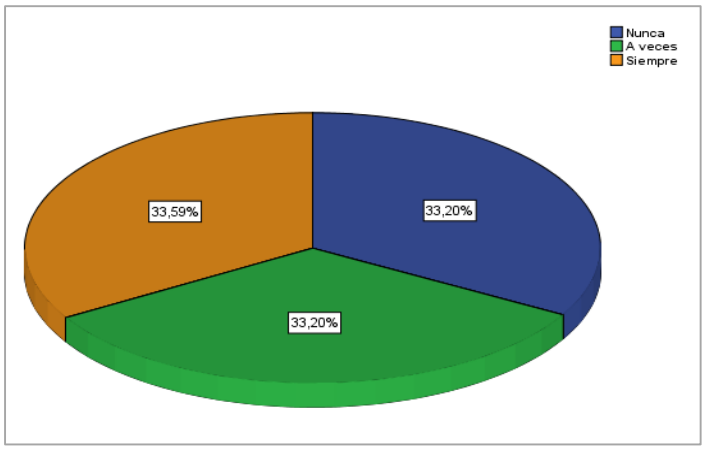


Figura 28: *Indicador: Licencias de funcionamiento*

Interpretación:

Según la tabla 29 y figura 28 se observa que; de los 30 encuestados, 10 personas que equivale al 33.2% el cual opinan que nunca tuvieron una licencia de funcionamiento municipal, 10 personas, que representan el 33.2% indican que en pocas oportunidades tuvieron una licencia por parte de la municipalidad; Asimismo se observa que según datos estadígrafos 10 personas que equivale al 34.6 % indican que siempre tiene licencia de funcionamiento municipal.

Se concluye que un bajo porcentaje de los comerciantes no tienen licencia y siendo un requisito indispensable para formalizarse.

3.2. Discusión de los resultados

En el presente trabajo de investigación titulado "Cultura tributaria para formalizar a los comerciantes del mercado del sector Fila Alta Jaén – 2017." Se llegó a los siguientes resultados:

En la tabla 1 el cuadro estadístico de Correlaciones observamos que la significación bilateral es de 0.000 esto demuestra que existe relación altamente significativa entre la cultura tributaria y la formalización, al ser menor de 0.05 debemos rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis planteada por el investigador entendemos por ello que La aplicación de un programa de cultura tributaria influye significativamente en la formalización de los comerciantes del mercado Sector Fila Alta –Jaén.

Tabla 23. En la dimensión cultura tributaria básica se ha analizado el indicador conciencia sobre cultura tributaria básica; donde se ha encontrado que el 38% nunca recibieron concientización sobre cultura tributaria y el 61% manifiesta que si a veces conocen algunos temas de cultura tributaria.

Tabla 24. En la dimensión cultura tributaria básica se ha analizado el indicador Capacitaciones; donde se ha encontrado que el 83% nunca recibieron capacitaciones y el 16% manifiesta que si a veces recibieron capacitación.

Tabla 25. En la dimensión cultura tributaria básica se ha analizado el indicador talleres; donde se ha encontrado que el 93% nunca participaron de un taller y el 6.54% manifiesta que si a veces asistieron a talleres.

Tabla 26. En la dimensión cultura tributaria básica se ha analizado el indicador sesiones o visitas; donde se ha encontrado que el 81.64% nunca tuvieron visitas por parte de la sunat y el 18.38% manifiesta que si a veces tuvieron visitas por parte de la sunat.

Tabla 27. En la dimensión procesos de formalización se ha analizado el indicador: conoce sobre una persona jurídica; donde se ha encontrado que el 95.7% nunca conocen sobre personería jurídica y el 4.30% manifiesta que si a veces conocen sobre el tema.

Tabla 28. En la dimensión procesos de formalización se ha analizado el indicador: conoce sobre persona Natural; donde se ha encontrado que el 50% nunca conocen sobre personería natural y el 50% manifiesta que si a veces conocen sobre el tema.

Tabla 29. En la dimensión procesos de formalización se ha analizado el indicador: Licencias de funcionamiento donde se ha encontrado que el 33.3% nunca tienen licencia de funcionamiento, el 33% a vences tiene licencia de funcionamiento y el 33.4% siempre tienen licencia de funcionamiento.

Estos resultados son corroborados por; **Banfi, (2013)** en su artículo manifiesta que "Venezuela de acuerdo con los resultados desarrollados, con base en la cultura tributaria como manifestación del comportamiento social, se observó que los valores representan una conducta priordial desarrollada en las etapas iniciales de la vida para poder convivir con los demás miembros de una comunidad"; **Borrero (2012).** En su artículo menciona que "En Ecuador los contribuyentes tienden a tomar diferentes posiciones en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, estas son: el contribuyente está dispuesto a cumplir, trata cumplir pero no siempre lo logra, no quiere cumplir pero lo hará si le prestamos atención, o ha decidido no cumplir"; **Pérez, (2016)** en la revista sociocultural hace referencia: que los cubanos tienen poca cultura, pues en los últimos años los impuestos no han existido para la mayoría de contribuyentes; **Arrieta y Moscoso (2016)** en su artículo precisa que existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan así mismo El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes antes del programa de difusión tributaria presento un bajo nivel de cultura tributaria alcanzando 6.67 en promedio, después de la aplicación del programa los comerciantes registraron un promedio de 13.41 alcanzando un buen nivel de cultura tributaria; Espinoza (2012) en su Artículo afirma que en nuestro país el problema que afrontan las Mypes es la absoluta ausencia de información tributaria y programas de apoyo, en el contexto de globalización, competitividad y del conocimiento que caracteriza a las sociedades actuales, es imposible el desarrollo de las empresas (de cualquier tipo) y con mayor razón de las pyme si es que la ciencia, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa; **López y Veliz de Villa (2016)** en su Artículo concluye que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen.

Y finalmente son corroborados por **Carolina Roca2** define cultura tributaria como un "Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene

sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación"; **Felicia Bravo** manifiesta que es "la motivación intrínseca de pagar impuestos" refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales; **Delgado Lobo**, la Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales, en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva; **Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo** es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial, tiene como finalidad desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios" ; Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) Inscripción en diversos registros públicos, Los emprendedores que deciden iniciar un negocio mediante la creación de una empresa, podrán realizar su trámite a través de los que designe el Ministerio de Producción.

CAPITULO IV:

CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones:

- Después de haber realizado el análisis de la información recolectadas por parte de los comerciantes del mercado podemos concluir lo siguiente:
- Que la mayoría de comerciantes no se formalizan porque no tienen una cultura de formación tributaria básica.
- Que después de haber realizado un análisis sobre la situación actual en cuanto a formalización de los comerciantes del sector Fila Alta- Jaén se llegó a concluir que no se formalizan porque carecen de una cultura tributaria que impulse a formalizarse, ya que manifiestan que en ciertas oportunidades tiene que emir comprobante de pago y que no pueden realizarlo porque no están formalizados, así mismo se concluye que desconocer sobre temas de cultura tributaria básica.
- Se concluye que es necesario que el estado y otras instituciones implementen un programa de estrategias adecuadas para lograr motivar al comerciante a formalizarse ya que de esta manera se estaría evitando la evasión de impuestos y contribuir al crecimiento de nuestro país.
- Se simplemente un programa de capacitación tributaria con el fin de capacitar a los comerciantes del mercado sector Fila Alta ya que de esta forma permitirá concientizaríamos a que estos logren formalizarse y ser más competitivos y evitar posibles multas y sanciones por parte de la SUNAT.
- Se concluye que el presente trabajo de investigación me ha permitido conocer más a fondo sobre el tema de cultura tributaria y la formalización de empresa ya que es parte fundamental dentro de mi formación profesional que finalmente me conlleve ser una profesional de éxito.

4.2. Recomendaciones

- Se recomienda que el órgano recaudador de impuesto SUNAT deben emprender una cultura de formación a la comunidad sobre temas de tributación, se deben iniciar por las instituciones educativas, mercados y otros sectores, ya que según nuestras conclusiones la mayoría de comerciantes no se formalizan porque desconocen conceptos básicos sobre tributación y sus ventajas de ser un comerciante formal.
- La SUNAT debe de realizar campañas de concientización sobre temas de tributación en todos los mercados y otros centros comerciales.
- A los comerciantes que deben formalizarse ya que es gratis y de esta forma ser más competitivo y contribuir al estado declarando y pagando nuestros tributos conscientemente ya que de esta forma contribuiremos al desarrollo del país.
- Que la presente investigación puede ser tomada como un instrumento científico para ser aplicada. A la comunidad en general que puede contribuir a la mejora de la propuesta siempre y cuando se mantengan los derechos de autoría.

4.3. Referencias bibliográficas.

Trabajos Citados

SUNAT. (s.f.). Que entiende por tributo.

Vilchez Rao, G. A., & Centurion Medina, R. Z. (Agosto de 2016). Capacitación en micro- y pequeñas empresas de venta de alimentos, bebidas y otros, del A. H. Miraflores Alto, Chimbote, 2013. Revista científica de la Facultad de Ciencias Contables & Administrativas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote., 276.

Banfi, (2013) En su artículo menciona que "Venezuela de acuerdo con los resultados desarrollados.

Burga Argandoña, (2015). Cultura Tributaria Y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del Emporio Gamarra. lima.

Lozano, (2014) En su artículo menciona que "Colombia carece de un diseño de capacitación tributaria.

Borrero, (2012) En su artículo menciona que "En Ecuador los contribuyentes tienden a tomar diferentes posiciones en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Pérez, (2016) En la revista sociocultural hace referencia: que los cubanos tienen poca cultura, pues en los últimos años los impuestos no han existido para la mayoría de contribuyentes.

Arrieta y Moscoso (2016) En su artículo precisa que existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras.

Terrones, L. (14 de OCTUBRE de 2014). Menos del 20% de mypes acceden a capacitación, según Cofide. Diario de Economia y Negocios del Peru.

Espinoza (2012) en su Artículo afirma que en nuestro país el problema que afrontan las Mypes es la absoluta ausencia de información tributaria y programas de apoyo

Gonzales (2016) en su Artículo afirma que se identificó el conocimiento tributario en el mercado María del Socorro de Huanchaco

López y Veliz De Villa (2016) en su Artículo concluye que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad.

Hernández, Tineo & Yáñez (2014). En su tesis "Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa "Inversiones Vadami.

Cristina, C. (2012). En su tesis "La cultura tributaria en un grupo de actividad informal en la provincia de Pichincha Catón- Quito". Universidad Politécnica Salecinas.

Tirape & Velastegui. (2016). En su tesis "Incidencia De La Cultura Tributaria En El Sector Informal De La Provincia De Santa Elena, Año 2016". UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Arrieta & Moscoso. (2016). En su tesis "Programa de difusión tributaria y su Incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de tumbes". Universidad Nacional de Tumbes.

Vargas, L. (2013), Allingham, M. & Sandmo, A. (1972) y Solórzano, D. (2011) que relaciona el comportamiento tributario y las causas que generan dicho incumplimiento.

Aguirre & Silva. (2013). en su tesis "Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013". Trujillo.

Izaguirre & Carranza. (2010). en su tesis "Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en Los Comerciantes del Mercado Central De Huaraz "Virgen de Fátima".

Carolina Roca2 define cultura tributaria como un "Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos.

Kaplan y Norton. (2005). Es una herramienta que permite estructurar una estrategia considerando aspectos no solamente financieros, sino intangibles.

Delgado Lobo, la Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos.

La Torre, (1998) es investigación Descriptivo-Explicativa porque "tiene como objetivo central la explicación de los fenómenos.

Hernández, Fernández, Baptista, 2003 La investigación no experimental se realiza sin manipular deliberadamente variables lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo.

ANEXOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TÍTULO DE PROPUESTA

PROGRAMA DE CAPACITACION TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017.

PARA OBTENER EL GRADO BACHILLER EN CONTABILIDAD

AUTOR

BACH. MAGALY MARILÚ ARÉVALO ACUÑA

ASESOR

C.P.C. Wilmer Enrique Vidaure García.

Jaén, agosto 2017

1. PRESENTACIÓN.

La presente propuesta consiste en proponer un programa de capacitación en temas de cultura tributaria con el fin de concientizar a los comerciantes del mercado sector Fila Alta Jaén. De la misma manera el presente programa servirá como instrumento educativo a la SUNAT para que sea aplicada en a nivel de la provincia, región y país.

Actualmente más del 90% de los comerciantes del mercado sector Fila Alta- Jaén son informales y que según el trabajo de campo realizado estos no se formalizan porque desconocen de una cultura en aspectos tributarios. Así mismo se constató que los comerciantes en un 50% desconocen sobre temas de formalización de empresas y estas seria las principales causas por lo que los comerciantes del sector Fila Alta no se formalizan.

Para la ejecución del programa se solicitará de oficio a la SUNAT con un colaborador que se desempeñará como capacitador, la actividad se realizará en un local comunal del sector 3 horas por semana cuyo horario será los días viernes, en el horario de 6:00 pm – 10:00 pm. Así mismo se formará un comité educativo con los mismos comerciantes los mismos que se encargarán de planificar, organizar, ejecutar y dirigirán el evento por dos meses consecutivos.

2. RESUMEN

La presente investigación se ejecutará demográficamente en el sector Fila Alta, distrito y provincia de Jaén. Dirigido a los comerciantes del mercado Sector Fila Jaén, ya que se constató que los comerciantes poseen bajo nivel de cultura tributaria y esto implica en la poca voluntad de formalizarse.

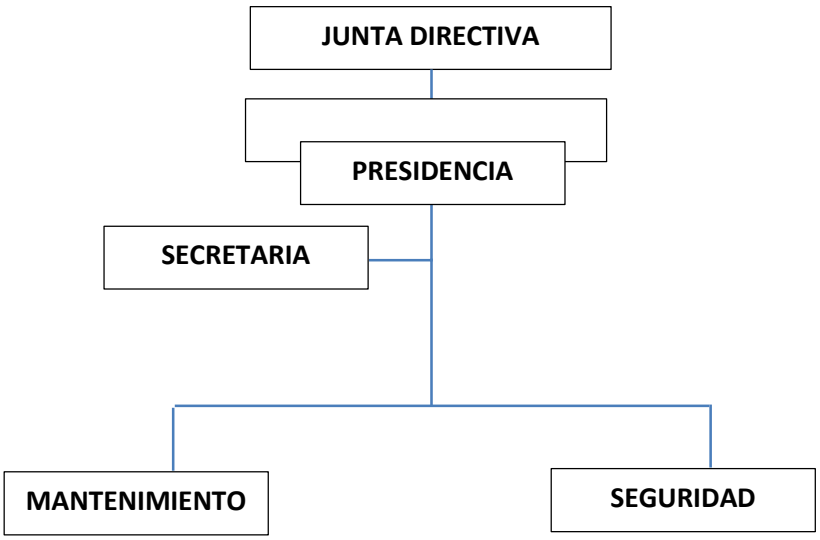
Los resultados que espero después de la aplicación del programa es que un 90% de los comerciantes del mercado sector Fila Alta logren concientizarse en cuanto a temas de cultura tributaria y hacer que estos gradualmente logren formalizarse ya sea como persona natural y jurídica.

3. BREVE HISTORIA DEL MERCADO

El mercado del sector Fila Alta es el mercado tradicional que se conformó por la agrupación de varios vecinos y en vista de que se encontraba a distancias muy lejanas de los mercados y paradas de la ciudad generaba gasto económico a las amas de casa en tal sentido decidieron un grupo de vecinos organizarse y apertura puntos de venta de artículos de primera necesidad, posteriormente la demanda de producto fue creciendo a igual que la población de dicho sector, en la que se vieron en la necesidad de que se incorporaran más comerciantes a nuestra asociación.

Actualmente se tiene tenemos más de 300 afiliados a la asociación y contamos con una junta representativa que lleva a cabo el planeamiento de las actividades. Actualmente ofrecemos productos de primera necesidad compra y vende verduras, hierbas medicinales, frijol, maíz, algodón, aves, peces, obsidiana, loza, hachas y minerales, otros.

ORGANIGRAMA.



MISIÓN:

El mercado tiene por misión brindar una excelente atención con productos 100% de calidad y a precios asequibles por la comunicada, brinda garantía y seguridad para sus clientes.

VISIÓN:

Nuestra visión es lograr formalizarse en un mediano tiempo, registrarse ante los registros públicos y que todos contemos con RUC. y así podemos contribuir a pagar con nuestros tributos.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. Formulación del problema

De qué manera un programa de cultura tributaria permitirá formalizar a los comerciantes del sector Fila Alta Jaén.

4. OBJETIVOS

4.1. General

Contribuir a reducir el desconocimiento sobre cultura tributaria en los comerciantes del sector fila alta – Jaén.

4.2. Específicos

Fomentar la cultura tributaria en los comerciantes del sector fila alta – Jaén.

Difundir una formación acertada y didáctica sobre temas de tributación en los comerciantes del sector fila alta – Jaén.

5. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo promover un programa de capacitación sobre temas de cultura tributaria y de formalización ya que actualmente una gran mayoría de los comerciantes del mercado sector Fila Alta desconoce temas de tributación.

De esta manera lograr que los comerciantes logren formalizarse de acuerdo a los regímenes tributarios vigentes, los mismos que como empresarios les permitirá ser más competitivos y formales.

Teniendo en cuenta un gran porcentaje de comerciantes realizan sus actividades de manera informal evadiendo impuestos que es de mucha importancia para el desarrollo del país.

La presente propuesta tiene por finalidad hacer que los comerciantes se logren formalizar y cumplan voluntariamente con sus obligaciones tributarias establecidas por SUNAT.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Programa:

"Se define como un plan de trabajo dentro de un plazo determinado, anticipo de lo que se va a realizar en algún ámbito o circunstancia; temario que se ofrece para un discurso" (Ordaz y Saldaña ,2005, (p.27).

> *Programa es un conjunto de acciones que se deben ejecutar en un corto tiempo con actividades y responsables en su ejecución.*

Capacitación.

"Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera organizada, mediante el cual las personas experimentan nuevos conocimientos, en función de objetivos definidos, el entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos o básicos. Sobre un tema determinado". Chiavenato, 2007. (p.561).

> *La capacitación es sinónimo de formación, el cual aplica a uno o varios individuos sobre temas específicos con el propósito de lograr involucrar sobre materias definidas y actualizadas.*

Programa de Capacitación.

Fletcher como se citó en Aguilar Morales, (2010) indica que "programa de capacitación es el instrumento que sirve para explicitar los propósitos formales e informales de la capacitación y las condiciones administrativas en las que se desarrollará".

Programa De Capacitación Tributaria

Es una herramienta que permite estructurar una estrategia considerando aspectos no solamente financieros, sino intangibles (Kaplan y Norton, 2005)

8. CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA.

Una de las características principales de la propuesta es difundir información para que el ciudadano aporte correctamente sus tributos y contribuir al desarrollo económico y sostenible de nuestro país.

9. PROCESO DE PROGRAMA DE CAPACITACION.

Las estrategias a emplear son las siguientes:

1. **Diagnóstico.** Consiste en focalizara de prioridad los comerciantes que aun realizan sus actividades de manera informal y que desconocen de una cultura tributaria básica.
2. **Convocatoria.** Una vez focalizados se realizará una convocatoria abierta a todos los comerciantes.
3. **Planificación.** Luego se planificará los temas según lo programado, material ponente, refrigerios y otros.
4. **Ejecución.** Luego se ejecutará la actividad académica en la fecha, hora y lugar programado.
5. **Evaluación.** Una vez terminada la inducción en temas de cultura tributaria se realizará una evaluación práctica de salida.

10. PLAN DE TRABAJO

SEMAN	NOMBRE DEL TEMA	OBJETIVO DEL PROGRAMA DE CAPACITACION	CONTENIDO DEL TEMA	METODOLOGÍA	EVALUACIÓN	HORARIO PROMEDIO
1ra	**INTRODUCCION SUNAT, IMPUESTOS**	Ofrecer información a los comerciantes del sector mercado Fila Alta Jaén sobre temas de cultura tributaria	• Reconocimiento SUNAT • Impuestos • Tipos de impuestos	• Exposición del tema • Ejemplos basados en hechos reales • preguntas abiertas para los participantes y para el expositor • Exposición teórica y práctica del tema tratado • Proporcionar trípticos	preguntas para los participantes de la capacitación para medir el grado de conocimientos obtenidos preguntas para los participantes para medir el nivel de conocimientos obtenidos	6:00 PM 10:00 PM
2da	**TRIBUTOS**		• Tributos • Tipos de tributos			6:00 PM 10:00 PM
3ro	**COMPROBANTES DE PAGO**	Brindar información concerniente a comprobantes de pago	• Importancia de los comprobantes de pago • Reglamento de comprobantes de pago			6:00 PM 10:00 PM
4ta	**DECLARACION Y PAGO DE TRIBUTOS**	Proporcionar información haciendo referencia en que consiste una declaración.	• Principales comprobantes de pago autorizados por sunat • consecuencias por no emitir comprobantes	• con el modelo de los comprobantes de pago		6:00 PM 10:00 PM
5ta	**Formalización de empresas**	Reconocer que es una persona Natural	• Característica, requisitos, Regímenes.	• Ejemplos		6:00 PM 10:00 PM
6ta		Reconocer que es una persona Jurídica		• Ejemplos		6:00 PM 10:00 PM

ACTIVIDADES Y RESPONSABILIDADES.

N°	Actividad	Año 2017								RESPONSABLES
		Setiembre				**Octubre**				
		S1	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	
1	Diagnóstico									Grupo de investigación
2	Planificación									Grupo de investigación
3	Organización e implementación									Grupo de investigación
4	INTRODUCCION SUNAT, IMPUESTOS									Grupo de investigación
5	TRIBUTOS									Ponente y asistente
6	COMPROBANTES DE PAGO									Ponente y asistente
7	DECLARACION Y PAGO DE TRIBUTOS									Ponente y asistente
8	Formalización de empresas									Ponente y asistente
9	Control									Ponente y asistente

RESUPUESTO NECESARIO PARA LA EJECUCION DE LA PROPUESTA.

RUBROS	CANT.	COSTO UNIT.	DIAS	COSTO TOTAL
Recursos Humanos				
Ponente	1	400	6	2400
Asistente	1	200	6	1200
Recursos Humanos				**3600**
Bienes De Consumo				3600
Lapiceros	320 UND.	0.5		64
Folder	320 UND.	0.5		64
Papel Bond	2 PAUQT.	12		24
Impresiones	500 UND.	0.2		100
Copias	1000 UND.	0.1		100
Internet		30		30
Total de Bienes de Consumo				**382**
Servicios				
Viáticos	2	300	6	1800
Equipo Audiovisual	1	150	6	450
Local equipado	1	500	6	500
Total De Servicios				**2750**
Total				**6732**

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO ENCUESTA

ENCUESTA

SEXO :

EDAD :

CARGO :

CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017						
VARIABLES	**DIMENSIONES**	**INDICADORES**	**ÍTEMS**	**VALORACIÓN**		
				1 Nunca	2 A Veces	3 Siempre
Variable Independiente: Cultura Tributaria	Cultura Tributaria Básica	Conciencia sobre cultura tributaria Básica	¿Usted conoce que es un tributo?			
			¿Conoce quien los establece los tributos?			
			¿Sabe por qué es importante pagar tributos o impuestos?			
			¿Conoce por qué es importante entregar comprobante de pago?			
			¿Conoce qué son regímenes tributarios?			
			¿Conoce sobre que es el RUC?			
			¿Conoce desde qué monto está obligado a entregar comprobantes de pago por una venta?			
			¿Usted conoce sobre algunas sanciones que puede recibir por no haberse formalizado?			
			¿En algunas oportunidades le ha solicitado comprobante de pago?			
			¿Le gustaría emitir comprobantes de pago?			
		Capacitaciones	¿Ha escuchado que a nivel de la provincia de Jaén existen programas de capacitación por parte de la SUNAT?			
			¿Desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado?			
		Talleres	¿Ha participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios?			
			¿Le gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación?			
			Según el tiempo que permanece realizando esta actividad comercial. ¿La SUNT o alguna otra institución han realizado talleres para darles algunos alcances sobre tributación?			
		Sesiones o visitas	¿En alguna ocasión personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?			
Variable Dependiente: Formalización de empresas	Procesos de formalización	Jurídica	¿Ha escuchado hablar sobre personas jurídicas y naturales?			
			¿Usted se encuentra inscrito en la SUNARP?			
			¿Ud. Tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad?			
		Natural	Si usted recibiera charlas o cursos sobre tributación ¿Ud. Se formalizaría como persona natural acogiéndose a régimen que le corresponda?			
		Licencias	¿Cuenta con licencia de funcionamiento y otros permisos municipales?			

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿De qué manera una cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado del Sector Fila Alta Jaén – 2017?	**GENERAL** • Proponer un programa de capacitación en temas tributarios y formalizar a los comerciantes del mercado del sector Fila Alta – Jaén, 2017. **ESPECÍFICOS** 1.- Identificar el estado de formalización en los comerciantes del mercado sector Fila Alta – Jaén, 2017, mediante un pre test. 2.- Seleccionar estrategias adecuadas para motivar la formalización de los comerciantes. 3.- Diseñar el programa de capacitación en temas de tributación a los comerciantes del mercado sector Fila Alta – Jaén, 2017.	**(H_1).** La aplicación de un programa de cultura tributaria influye significativamente en la formalización de los comerciantes del mercado Sector Fila Alta –Jaén	**VI: Cultura tributaria** **VD: Formaliza empresas**	Es descriptivo propositivo	Asociados al mercado del sector Fila alta	Encuesta	Programa Estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), apoyándose de la técnica del Alpha Crombach.
				DISEÑO	**MUESTRA**	**INSTRUMENTOS**	
				Diseño no experimental	Aleatoria estratificada simple 30 encuestados	Cuestionario (Se realizá un cuestionario de 21 preguntas con alternativas de 1= Nunca 2= A veces 3 = Siempre	

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	ESCALA DE MEDICION
INDEPENDIENTE **CULTURA TRIBUTARIA**	Es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes	Cultura Básica Tributaria	Concientizar sobre cultura tributaria Capacitaciones Eventos Talleres Sesiones o visitas	Entrevistas Encuestas	Test para verificar si el programa de cultura tributaria permite la formalización de los comerciantes
DEPENDIENTE **FORMALIZACION DE EMPRESAS**	Formalizar es inscribir en los registros públicos tu empresa , dotarla de las herramientas mínimas que requiere para su constitución, operación y funcionamiento en una actividad económica determinada	Procesos de formalización	Jurídica Natural Licencias	Entrevistas Encuestas	Test- entrevista

ANEXO 2

CONFIABILIDAD INSTRUMENTO

Análisis de Validez y fiabilidad

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos[a]	0	,0
	Total	30	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	21

(Instrumento al 83% de confiabilidad)

ITEM.		Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1.	¿Usted conoce que es un tributo?	36,83	20,587	,995	,797
2.	¿Conoce quien los establece los tributos?	35,83	30,634	-,996	,881
3.	¿Sabe por qué es importante pagar tributos o impuestos?	35,83	20,587	,995	,797
4.	¿Conoce por qué es importante entregar comprobante de pago?	36,83	20,587	,995	,797
5.	¿Conoce qué son regímenes tributarios?	36,83	20,587	,995	,797
6.	¿Conoce sobre que es el RUC?	36,83	30,634	-,996	,881
7.	¿Conoce desde qué monto está obligado a entregar comprobantes de pago por una venta?	36,83	20,587	,995	,797
8.	¿Usted conoce sobre algunas sanciones que puede recibir por no haberse formalizado?	36,83	30,634	-,996	,881
9.	¿En algunas oportunidades le ha solicitado comprobante de pago?	36,83	20,587	,995	,797
10.	¿Le gustaría emitir comprobantes de pago?	36,00	25,098	,008	,842
11.	¿Ha escuchado que a nivel de la provincia de Jaén existen programas de capacitación por parte de la SUNAT?	36,83	20,587	,995	,797
12.	¿Desearía que el estado atreves de la SUNAT brinde capacitación tributaria en este mercado?	35,83	20,587	,995	,797
13.	¿Ha participado alguna vez en conferencias sobre temas tributarios?	36,83	20,587	,995	,797
14.	¿Le gustaría participar en talleres de alguna capacitación tributaria en cursos de capacitación?	35,83	20,587	,995	,797
15.	Según el tiempo que permanece realizando esta actividad comercial. ¿La SUNT o alguna otra institución han realizado talleres para darles algunos alcances sobre tributación?	36,83	20,587	,995	,797
16.	En alguna ocasión personal de la SUNAT le han visitado y le brindaron información o capacitación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias	36,83	30,634	-,996	,881
17.	¿Ha escuchado hablar sobre personas jurídicas y naturales?	36,83	20,587	,995	,797
18.	¿Usted se encuentra inscrito en la SUNARP?	36,83	20,587	,995	,797
19.	¿Usted Tiene pensado formalizar su negocio como una persona jurídica y o hacerlo en sociedad?	36,83	30,634	-,996	,881
20.	Si usted recibiera charlas o cursos sobre tributación ¿Usted se formalizaría como persona natural acogiéndose a régimen que le corresponda?	35,83	20,587	,995	,797
21.	¿Cuenta con licencia de funcionamiento y otros permisos municipales?	35,83	20,587	,995	,797

El instrumento es válido por que los coeficientes Ítem – total son mayores a 0.30 (r > 0.30) y confiable porque el alfa de cronbach es superior al 0.70 ($\alpha > 0.70$).

ANEXO 3

DATOS DE LA ENCUESTA

CONSOLIDADO DE LAS ENCUESTAS POR INDICADOR

DIMENSIONES	CULTURA TRIBUTARIA BASICA																PROCESO DE FORMALIZACION				
INDICADORES	Conciencia sobre cultura tributaria										Capacitaciones		Talleres			Sesiones o visitas	Jurídica			Natural	Licencias
PERSONA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	3
2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	3
5	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2
12	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	3
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	3
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
21	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2
24	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
27	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
30	1	3	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1

ANEXO 4

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

JUICIO DE EXPERTOS 1

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FICHA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS

JUICIOS DE EXPERTOS.

I. DATOS GENERALES:

- **Apellidos y Nombres del experto:**
  MONDRAGON REGALADO JOSÉ RICARDO
- **Grado Académico:**
  MAGISTER EN GESTION PUBLICA
- **Institución donde labora:**
  UNIVERSIDAD NACIONAL DE JAEN - UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP.
- **Dirección**
  Prol. Pedro Comejo Moyra 540 **Teléfono:** 965036899 **Email:** xicarmond@hotmail.com
- **Autor (es) del Instrumento:**
  MAGALY MARILU AREVALO ACUNA

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

N°	Indicadores	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable				X	
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable					X
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable					X
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable				X	
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores					X
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general				X	
7	El instrumento persigue los fines del objetivo específicos					X
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable					X
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente					X
10	Las preguntan siguen un orden lógico				X	
11	El N° de ítems que cubre cada indicador es el correcto				X	
12	La estructura del instrumento es la correcta				X	
13	Los puntajes de calificación son adecuados				X	
14	La escala de mediación del instrumento utilizado es la correcta					X

II. ASPECTOS DE LA EVALUACIÓN:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

De acuerdo al instrumento evaluado, si cumple para medir las variables planteadas en la investigación.

Jaén, agosto 2017

José Ricardo Mondragón Regalado
MG. EN GESTIÓN PUBLICA
COD. MOD. 1040097876

JUICIO DE EXPERTOS 2

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FICHA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS

JUICIOS DE EXPERTOS.

I. DATOS GENERALES:

- **Apellidos y Nombres del experto:**
  Aguirre Baique Nazario

- **Grado Académico:**
  Doctor

- **Institución donde labora:**
  Universidad Nacional Jaén
  Universidad Alas Peruanas - I.E. Ramon Castill.

- **Dirección**
  Villanueva Pinillos 560 **Teléfono:**
  Email: nabunj@hotmail.com

- **Autor (es) del Instrumento:**
  MAGALY MARILU AREVALO ACUNA

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

N°	Indicadores	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable				X	
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable					X
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable					X
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable				X	
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores					X
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general				X	
7	El instrumento persigue los fines del objetivo específicos					X
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable					X
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente					X
10	Las preguntan siguen un orden lógico				X	
11	El N° de ítems que cubre cada indicador es el correcto					X
12	La estructura del instrumento es la correcta				X	
13	Los puntajes de calificación son adecuados					X
14	La escala de mediación del instrumento utilizado es la correcta					X

II. ASPECTOS DE LA EVALUACIÓN:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

El instrumento es el adecuado para medir las variables de estudio propuestos

Dr. ROSARIO AGUIRRE BAIQUE
DIRECTOR

JUICIO DE EXPERTOS 3

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FICHA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS

JUICIOS DE EXPERTOS.

I. DATOS GENERALES:

- **Apellidos y Nombres del experto:** Grimaldo Heredia Pérez
- **Grado Académico:** Magister en Gestión Pública
- **Institución donde labora:** Seguro Integral de Salud - SIS
- **Dirección** Las Begonias 100 - Jaén **Teléfono:** **Email:** grimaldo@hotmail.com
- **Autor (es) del Instrumento:**

MAGALY MARILÚ AREVALO ACUÑA

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

N°	Indicadores	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable					X
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable					X
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable				X	
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable				X	
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores					X
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general					X
7	El instrumento persigue los fines del objetivo específicos					X
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable				X	
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente					X
10	Las preguntan siguen un orden lógico					X
11	El N° de ítems que cubre cada indicador es el correcto				X	
12	La estructura del instrumento es la correcta					X
13	Los puntajes de calificación son adecuados					X
14	La escala de mediación del instrumento utilizado es la correcta				X	

II. ASPECTOS DE LA EVALUACIÓN:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

El instrumento es el adecuado para la investigación y la manipulación de las variables propuestas.

CPC. Grimaldo Heredia Pérez
Matrícula N° 12-1296

ANEXO 5

VALIDACION DE LA PROPUESTA

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado Doctor: NAZARIO AGUIRRE BAIQUE

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada **"CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017."**

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

MA : Muy adecuado.
BA : Bastante adecuado.
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	**Redacción**					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada		X			
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.		X			
II.	**Estructura de la Propuesta**					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.		X			
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.	X				
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.		X			
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.		X			
III	**Fundamentación teórica**					
3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.		X			
3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.	X				
IV	**Bibliografía**					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.	X				

V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.		X			
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.		X			
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.	X				

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Que la presente propuesta debe de realizarse periódicamente en los establecimientos
Del mercado Sector Fila Alta.

Validado por el Dr. **Nazario Aguirre Baique**

Especializado: **Proyectos**

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: **8 años**___

Cargo Actual: **Docente a tiempo completo Universidad Nacional de Jaén y Universidad Alas Peruanas y Sub Director I.E Ramón Castilla Jaén.**

_____

Fecha: **17 de Setiembre de 2017.**

DIRECTOR

Dr. Nazario Aguirre Baique

MUCHAS GRACIAS

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado Doctorando: MONDRAGON REGALADO JOSE RICARDO

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada **"CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017."**.

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

MA : Muy adecuado.
BA : Bastante adecuado.
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No Adecuado

I°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
	Redacción					
.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada		X			
.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.		X			
.	**Estructura de la Propuesta**					
.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.		X			
.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.		X			
.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				
.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.		X			
.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.	X				
I	**Fundamentación teórica**					
.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.		X			
.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.		X			
/	**Bibliografía**					

4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.		X			
V	**Fundamentación y viabilidad de la Propuesta**					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.		X			
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.		X			
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.	X				

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Que la propuesta está acorde con las necesidades los comerciantes del
Del sector Fila Alta Jaén.

Validado por el: **Doctorando Ricardo Mondragón Regalado**

Especializado: **Gestión Pública y Gobernabilidad**

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: **12 años**

Cargo Actual: **Docente UNJ y Universidad privada telesup**

Fecha: **17 de Setiembre de 2017.**

José Ricardo Mondragón Regalado
MG. EN GESTIÓN PUBLICA
COD. MOD. 1040097878

Doctorando José Ricardo Mondragón Regalado

MUCHAS GRACIAS

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado Doctorando: GRIMALDO HEREDIA PEREZ

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada **"CULTURA TRIBUTARIA PARA FORMALIZAR A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DEL SECTOR FILA ALTA JAEN – 2017"**.

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

MA : Muy adecuado.
BA : Bastante adecuado.
A : Adecuado
PA : Poco adecuado
NA : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	**Redacción**					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada	X				
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.		X			
II.	**Estructura de la Propuesta**					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.		X			
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.		X			
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.	X				
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.	X				
III	**Fundamentación teórica**					
3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.		X			
3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.		X			
IV	**Bibliografía**					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.	X				

V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.	X				
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.	X				
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.	X				

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

La propuesta si esta adecuada para las necesidades de la población

Validado por el: **Doctorando Grimaldo Heredia Pérez**

Especializado: **Administración y Gerencia Pública**

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: **1**

Cargo Actual: **Gerente de SIS**

Fecha: **17 de Setiembre de 2017.**

Doctorando GRIMALDO HEREDIA PEREZ

MUCHAS GRACIAS

ANEXO 6

EVIDENCIA FOTOS

FOTOS

Figuran 29 visitando las instalaciones del mercado sector Fila Alta Jaén.

Figuran 30 instalaciones del mercado sector Fila Alta Jaén.

Figuran 31 realizando las encuestas a los comerciantes del mercado.

Figuran 32 aplicando encuestas a los comerciantes del mercado.