UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TRABAJO DE INVESTIGACION

CULTURA TRIBUTARIA EN LOS CONTRIBUYENTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA, JAÉN

PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD

Autor (es):

Chinchay Pongo, Nury Nataly

Asesor:

Mg. Vidaurre García, Wilmer Enrique

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú

2020

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada “Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén”, se hizo teniendo en cuenta el objetivo de evaluar la cultura tributaria en los contribuyentes en el Mercado Roberto Segura, Jaén. El tipo de investigación elaborada ha sido descriptiva y el diseño no experimental. La técnica que se manejó es la encuesta elaborada de 15 interrogantes que fueron tomados a 30 contribuyentes relacionados con el Mercado Roberto Segura, Jaén y con ello permitiendo el alcance de los objetivos planteados. La investigación se concluyó determinando que en el 53 % de los contribuyentes encuestados se evidencia un nivel bajo de categoría, es decir que los contribuyentes no tienen conocimiento sobre la necesidad del pago de tributos y el beneficio que crea para la ciudadanía.

Palabras claves: Cultura tributaria, mercado, contribuyente.

ABSTRACT

This research work entitled “Tax Culture in the Taxpayers of the Roberto Segura Market, Jaén”, was done taking into account the objective of evaluating the tax culture in the taxpayers in the Roberto Segura Market, Jaén. The type of research developed has been descriptive and the design not experimental. The technique that was handled is the survey of 15 questions that were taken from 30 taxpayers related to the Roberto Segura Market, Jaén and thus allowing the scope of the objectives set. The investigation was concluded by determining that a low level of category is evidenced in 53% of the taxpayers surveyed, that is, the taxpayers have no knowledge about the need for paying taxes and the benefit that it creates for citizens.

Keywords: Tax culture, market, taxpayer

I. INTRODUCCIÓN

En este presente trabajo titulado "Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén", se desarrolla ante las evidencias contundentes de que, hoy en día urge la necesidad de comunicar y dar a conocer las obligaciones de los contribuyentes para cumplir el pago de tributos de carácter voluntario, es por ello que esta investigación realizada proporcionara información clara y oportuna.

La presente investigación se encuentra permitida por estudios realizados a nivel internacional tomando de ejemplo a **Velastegui, (2016),** en su investigación : "Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena, año 2016"- Guayaquil, Ecuador, muestra que existía un bajo conocimiento tributario en los contribuyentes que perturba mucho en el cumplimiento de las obligaciones y por ende afecta a la gestión pública del estado, recomendando así mayor compromiso entre contribuyente y estado.

Es muy importante instaurar en los contribuyentes, una cultura tributaria y a la vez forjar en ellos la confianza que necesitan para desenrollar de manera positiva conciencia en cada uno de los contribuyentes.

La investigación se estructuro de 3 capítulos en los que se desarrolla:

Capítulo I. Se menciona la problemática actual, trabajos relacionados con el tema, la especificación del problema, como se justifica además de su importancia que tiene este estudio, planteamiento básicos de la investigación.

Capítulo II. Se tienen todo lo relacionado con la investigación que estamos realizando y que es el sustento de nuestro trabajo, así como la operacionalización, teniendo en cuenta las diversas técnicas que se utiliza en los trabajos de investigación, que permitan su eficacia y seguridad de los procedimientos de la realización del examen de datos, y otros aspectos. **Capítulo III**. Se presenta Tablas y figuras y discusión de resultados.

Finalmente, la bibliografía, así como anexos, que nos ha servido para obtener diversas fuentes de información y en la información adjunta tenemos las fuentes de la indagación.

1.1. Realidad Problemática

Hoy en día las pérdidas por evasión tributaria es un reto para los diferentes gobiernos del mundo por simbolizar un déficit para la gestión pública en función de los servicios y obras públicas a realizar para el desarrollo económico de la ciudadanía.

Con respecto a la problemática internacional para la Comision Economica para America Latina y el Caribe **(CEPAL), (2010).** Expresa que desafortunadamente, los países de América Latina el aporte de sus tributos es de manera escasa e incorrecta. Se le conoce por poseer un nivel escaso de influencia para cumplimiento tributario, una organización poco confiable hacia impuestos regresivos y tasa de evasión y elusión fiscal bastantes elevadas, lo cual dificulta fomentar políticas fiscales redistributivas y más efectivas, a pesar de la notabilidad de los temas impositivos, asuntos o temas como la cultura tributaria ha sido problemática y poco enfrentada en los últimos años.

De acuerdo con estudios realizados por CEPAL (2010), en el empeño por fiscalizar el cumplimiento tributario, generar un riesgo probable ante la informalidad no basta solamente con vencer prácticas negativas, si no también se necesita contar con una cultura tributaria, entre otros, de esta manera se pueda obtener el cumplimiento de los deberes formales de los contribuyentes, teniendo en cuenta que es un factor de alto valor para lograr, de manera voluntaria, el aporte por parte de los ciudadanos para incrementar ingresos al Estado.

Gestión, (2018). El Perú registraría una pérdida de 66 mil millones por causas de evasión tributaria, haciendo hincapié que eso es producto de una baja presión tributaria registrada, las mismas deficiencias fiscales que se tienen y la enorme subida del gasto público

que experimenta el país. Cabe recalcar que los niveles tanto de evasión y elusión que tiene nuestro país se encuentra muy elevado de cualquier país desarrollado o de América Latina.

En relación a las personas que contribuyen del Mercado Roberto Segura, Provincia de Jaén, fuentes de Recaudación Tributaria, que vamos a investigar el nivel que tiene la cultura Tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén, para ello se han tomado como referencia a los contribuyentes en dicho mercado, de las cuales son pocos los que se encuentran formalizadas y declaran impuestos.

1.2. Trabajos previos

Anchaluisa, (2015). En su investigación titulada. *"La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato-Ecuador"* el cual tuvo como meta analizar la incidencia de la cultura tributaria en el reembolso del impuesto a la renta procedente del rubro comercial, investigación que tiene un carácter descriptivo no experimental. Los resultados obtenidos que escasean en un porcentaje considerable, con lo que respecta a la cultura tributaria es decir no conocen el tema.

El autor refiere en este trabajo lo importante que es la Tributación en el comercio para incrementar el nivel de conocimiento e incentivar al cumplimiento tributario y así obtener o incrementar la recaudación y contribuir al desarrollo del país.

Velastegui, (2016). La investigación *"Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena, año 2016"*-Guayaquil, Ecuador. Tuvo como centro establecer los resultados de la tributación mediante las

actividades de los quehaceres económicos del comercio informal, para la elaboración se utilizó el método trasversal, cualitativo de tipo correlacional. Los resultados obtenidos fueron que los contribuyentes de Santa Elena cuentan con un mínimo nivel de cultura tributaria considerando un factor que afecta el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, también el desinterés por parte del gobierno en invertir para concientizar la cultura tributaria en los que practican el comercio informal.

Los autores refieren que el escaso nivel del tema tributario repercute mucho en como cumplir con las obligaciones de tipo tributario; así mismo el poco o la falta de interés por parte del gobierno en fomentar conocimiento sobre Cultura tributaria para así aumentar en el nivel de conocimiento y lograr mejor recaudación y con ello mejorar las aportaciones para el desarrollo de la ciudadanía.

Valero, Ramírez y Moreno, (2018). En su investigación titulada *"Ética y cultura tributaria en el contribuyente",* Valera- Venezuela. El objetivo desarrollado fue analizar la ética y la cultura tributaria en el contribuyente formal, se utilizó la metodología de tipo descriptivo mixta. Por ende, los resultados conseguidos fue que la Cultura Tributaria se va desarrollando de forma progresiva, incorporando un desarrollo educativo que construya conciencia en contribuyente estado y considerar la importancia de obtener impuestos que puedan cubrir las necesidades del Estado.

Los autores refieren que la conciencia tributaria se desarrolla de manera progresiva recibiendo o tomando una educación consciente por parte del contribuyente y del estado, cabe mencionar que a mayor conciencia mayor será la recaudación en beneficio del estado.

Camacho y Patarrollo, (2017). Esta investigación *"Cultura Tributaria en Colombia"-Colombia, cuyo* fin es indagar que piensa el contribuyente con la respecto al tema tributario, su metodología de investigación es explorativa no experimental de tipo cualitativo. La investigación señala como resultados: 1) Existe la certeza que entre contribuyente y estado existe diferentes programas y habilidades que agranden el nivel de mejora y conocimiento tributario en el País; 2) Los cambios constantes en las reformas tributarias contribuye a disminuir de manera continua el incumplimiento tributario en los contribuyentes; 3) no existe pretexto para no realizar sus obligaciones como contribuyentes, obstruyendo el desarrollo del País.

Los autores refieren que el contribuyente al igual que el estado tomen acciones y busquen estrategias para desarrollar conocimiento tributario, con ello tomar conciencia para minimizar que lo recaudado no es administrado de manera transparente por el estado impidiendo el desarrollo económico de la ciudadanía.

Pérez, (2016). La investigación denominada *"La cultura Tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada "Albarracín", Trujillo-2015"*-Trujillo, tuvo como objeto Determinar la relación entre cultura y la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada "Albarracín". La investigación se llevó acabo con el método de investigación Empírico, concretamente desarrollada con el método de medición. Con ello se obtuvo como resultado que a menor cultura tributaria mayor será el incremento en evadir el impuesto a la renta, es decir que hay una relación directa de la Cultura Tributaria y la evasión tributaria.

El autor refiere que sentido la cultura tributaria de los comerciantes ferreteros del comercio incide en el acatamiento de sus deberes tributarios, sabiendo que un mayor conocimiento de cultura tributaria menor será el evadir impuestos en los contribuyentes del área comercial Albarracín.

Torres, (2018). En su investigación titulada **"***Características de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de Puno 2018"* Universidad Católica de Puno. Tuvo como objetivo determinar diferentes métodos de la cultura tributaria de los contribuyentes del mercado central de Puno en el periodo 2018, investigación que se desarrolló mediante la aplicación del método descriptivo-cuantitativo, el diseño utilizada fue transversal y observacional. Los resultados obtenidos manifiestan la ausencia de conocimientos tributarios presente en los negociantes del Mercado Central situada en Puno durante el 2018 a raíz del desinterés por participar en los diferentes programas y talleres con propósito educativo.

El autor refiere el desinterés o el mínimo compromiso de los contribuyentes por querer aumentar el nivel de conocimiento participando en los diferentes talleres o programas educativos tributarios perjudicando en contribuir a la ciudadanía en general

Calsina, (2015). En su investigación "*Cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de puno y su incidencia en la recaudación tributaria"* Puno- Universidad nacional del Altiplano. Que tiene como meta establecer como el conocimiento de la tributación influye en los comerciantes del mercado ubicado en Bellavista que pertenece a Puno, en esta investigación se desarrolló a través de la metodología inductivo y descriptivo. Los resultados obtenidos fue que los contribuyentes carecen de información del rol que cumple los tributos dentro del estado, así como también la escasa orientación y capacitación por medio de los que dirigen la parte tributaria.

Según autor los que dirigen la tributación y el estado no presentan interés en informar el destino de los impuestos recaudados a los contribuyentes, para así poder brindarle mayor confianza y conocimiento, y que con ello conlleve a mejorar los aportes al crecimiento del país.

Castro, (2016). En su investigación titulada. "*Cultura tributaria en la asociación de comerciantes del mercado canto rey en el distrito de san juan de Lurigancho 2016". UCV.* 2016. Su objetivo planteado en este trabajo es saber cómo es el conocimiento tributario en los comerciantes de este centro comercial. Dicha investigación se valió del método descriptivo, considerando el diseño no

experimental-transversal. Las conclusiones manifiestan el escaso conocimiento que existe en cuanto a Cultura Tributaria, además la complejidad que presenta el gobierno en brindar programas que incentiven al contribuyente cumplir de manera voluntaria con sus aportes tributarios.

Según autor refiere la falta de interés por parte del gobierno en concientizar entre los contribuyentes programas, talleres y charlas tributarias, que mejore el conocimiento tributario, para que el contribuyente mejore su conocimiento tributario y sienta la responsabilidad de realizar sus obligaciones tributarios en forma voluntaria.

Santa Cruz, (2018). En su investigación *"Cultura tributaria y conciencia tributaria del impuesto predial de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital de Pulán-Cajamarca, noviembre 2018"* -Cajamarca. Tiene como meta desarrollar la interrelación de cultura tributaria con la conciencia tributaria de los aportantes del municipio del distrito de Pulán-Cajamarca, en noviembre 2018. Esta investigación utilizo la metodología observacional- cuantitativa, y cuyo diseño es el Correlacional. Los resultados señalan que los contribuyentes que cuenten con una conducta efectiva con fines de un proceder en las obligaciones tributarias desarrollan una mejor percepción en el cumplimiento del pago con sus tributos y por ende la satisfacción del Estado.

Según autor refiere que a mayor conciencia tributaria mayor será el horizonte de cultura tributaria presente en los que contribuyen en la Municipalidad Distrital, con ello se elevará el nivel de recaudación por parte del estado para así mejorar el desarrollo de la población en general.

Alaya, Otoya, Vizcarra, Leon y Mego, (2017). La investigación titulada *"La Cultura tributaria y influencia en la evasión de los tributos en un mercado de la ciudad de Cajamarca"*- Cajamarca, el fin planteado fue establecer cómo influye la Cultura tributaria para evadir los tributos en los contribuyentes que venden abarrotes, y la metodología utilizada fue inductivo. La ausencia de conocimientos tributarios es un factor que conlleva a la informalidad con sus obligaciones como contribuyentes perjudicando el crecimiento de la región, así como el desinterés por parte de la administración tributaria en brindar capacitaciones continuas para disminuir la informalidad en los contribuyentes.

Según autores refieren que la falta de valores, el desinterés por parte de SUNAT entre otros factores que influye en el nivel de cultura en el ámbito de los contribuyentes causando el aumento en la evasión fiscal perjudicando en la economía de nuestro país.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías que sustentan la cultura tributaria

Con respecto a la cultura tributaria existen diversas definiciones.

Amasifuen, (2015). La cultura tributaria se determina con el comportamiento que refleja una persona en cumplir con sus obligaciones de pago, esto se observa con la afluencia de pagos que muestra el individuo relacionado con sus cualidades que el desarrolla.

Garcia, (2017). Es el comportamiento que sostienen las personas con lo que deben y no debe hacer en relación con sus obligaciones tributarias en un país, obteniendo cultura tributaria con ello un buen nivel de conocimiento mayor recaudación y con ello logrando el sustento al país.

a) Conocimiento tributario

Reyes y Chunga, (2015). "La cultura tributaria se ve influenciada por la escasa educación, al ciudadano se le debe instruir los deberes y derechos que tiene como ciudadano y los beneficios que brinda al estado logrando el sustento dentro de la sociedad".

b) Valoración al pago de tributos

La población en si no muestra interés en el pago de tributos, desconocen lo que tienen que cumplir como ciudadanos y cuál es la finalidad de sus aportes considerando que no existe equidad en ellos.

c) Importancia que tiene cultura tributaria:

Según **Velásquez, (2015).** Expresa que el estado para mantener el cuplimiento de sus funciones y pagos, debe contar con recursos el cual se obtiene a travez de principios legales establecidos de los principios legales constitucionales. Uno de los recursos se considera los tributarios considerado como uno de las fuentes de ingresos a travez del ejercicio del dominio del imperio, desarrollado por las leyes y estas a la vez crean deberes a cargo de los administradores.

d) Conciencia tributaria

Según **Martin, (2017).** Consiste en efectuar voluntariamente sus obligaciones tributarias de acuerdo a ley sin existir obligación, por ello para mejorar se debe brindar programas educativos tributarios en los contribuyentes cuya finalidad es el aporte tributario.

El Instituto Aduanero y Tributario-SUNAT **(IAT), (2012).** Tiene que ver la evaluación de las dimensiones que permitan que este modelo representa las variables que van a intervenir en la conciencia tributaria de los peruanos, las dimensiones son:

Procesos y normas sociales internalizadas se considera al conjunto de creencias y al comportamiento del individuo y estas a su vez son incitadas por sanciones sociales informales representadas por costos morales. Cuenta a su vez con cuatro componentes:

- ✓ **Justicia procedimental**: En la sociedad permiten orientar la conciencia tributaria, con reglas o procedimientos que permiten el desarrollo en la toma de decisiones de manera equitativa y razonable , y que los ciudadanos lo consideren según su estilo y en otra medida que también tengan participación en el proceso político tributario de ser escuchados por los representantes quienes dispongan de decisiones que lo hagan de una forma neutral lo que permite credibilidad y confianza en las instituciones encargadas de la tributación.
- ✓ **Justicia distributiva:** Relacionada a la apreciación progresiva, el vínculo y los beneficios que tiene el contribuyente dentro del sistema tributario. El contribuyente capta que el sistema es gradual es decir el que aporta más es el que tiene más, este será un motivo para que el individuo tenga mayor empeño en sus obligaciones tributarias de manera continua, en otro caso manifestara actitudes que permiten la evasión tributaria. El factor que apoya a como el ciudadano observe como el sistema tributario se desarrolla de manera equitativa lo cual se sienta redistribuido por sus aportes son la

equidad, lo que conlleva al aporte de tributos y con ello el abastecimiento de servicios que percibe la población.

- ✓ **Reciprocidad:** se considera como norma de la sociedad que influye a favor de la conciencia tributaria, el cual precisa la participación que brinda un ciudadano con la condición de obtener algo a cambio. El contribuyente aportara al estado con la aportación de tributos según el nivel de seguridad que sienta en su entorno.

  La reciprocidad depende de una cultura que posee la ciudadanía conocida como el grupo de costumbres, reglas básicas distribuidas que crean sentimientos de pertenencia, el cual permiten la convivencia y conllevan a la consideración del patrimonio común y reconocer los derechos y deberes ciudadanos.

- ✓ **Democracia:** En la sociedad hoy en día se ha observado un criterio de democracia aceptable en el sistema político, es decir los ciudadanos tienden a ser más consientes y participativos en el acatamiento de sus deberes tributarios considerando parte de mantener un orden tanto en lo político y los social.

Valores personales para obtener el cumplimiento de los deberes tributarios, el individuo tiene su motivo lo cual dependerá de sus valores personales, así como también su conducta personal.

Los valores individuales son arreglados, revisados cuando la persona comprueba la validez de valores cívicos es decir la conducta que se considera positivas para el desarrollo de la sociedad.

La cultura política ciudadana o visión del mundo con este aspecto los ciudadanos manejan varios niveles de conciencia tributaria de acuerdo a la realidad social en que viven y asumen sus derechos ciudadanos. La expansión de la comunicación, y el uso de la razón, tiene su fundamento primordial en el progreso de la ciudadanía y sus derechos de participar en el plano público, lo que está configurado por los espacios de naturalidad social libres de la participación del estado como de las regulaciones de mercado y medios de difusion. Así como la publicidad, es entendida como un espacio de convergencia entre personas libres e iguales que sustentan y piensan en un proceso expresivo abierto orientado al reciproco entendimiento.

Al efectuarse el uso libre de la razón, surge el veredicto público y las entidades cívicas, se nutren los procesos y organizaciones de la integración social en general.

Comprende las siguientes cuestiones:

- ✓ **Rol del Estado:** singularmente esto se presenta en las personas cuando hay la presencia de resolver diferentes disyuntivas que orientaran su actuar cívico, así como defender sus intereses, tener prioridad a los intereses particulares de la sociedad, y reconocer el rol que tiene el estado en el cobro de impuestos.
- ✓ **Ciudadanía:** en nuestro país, de acuerdo a estudios sociológicos y políticos las personas ejercen sus derechos y obligaciones de forma individual, y con ello realizan actividades pequeñas que por ende limitan el pago de impuestos a comparación de las personas con visión comunitarista o colectivista ellos presentan mayor disponibilidad al aporte con el estado benéfico.

- ✓ **Percepción del grado de integración social:** comprende los distintos comportamientos políticos que involucran afectando la conciencia tributaria como la indiferencia, falta de poder, falta de confianza entre otros; presentados dentro del proceso político. Con esta apreciación el nivel de obligación se ve afectado disminuyendo el nivel de pago de impuestos. La perspectiva cambiaria si los ciudadanos demostrarían interés en los asuntos públicos, brindándoles espacios en los puedan expresar sus decisiones captando su confianza para demostrar que los procesos políticos son transparentes obteniendo como resultado mayor interés o compromiso en el pago de impuestos.

- ✓ **Corrupción:** en el 1990 el sistema tributario fue considerado como el caos y la corrupción. Hoy en día al a ver superado la situación, el ciudadano sigue observando un nivel alto de corrupción por parte de autoridades y funcionarios de diferentes instituciones públicas, tanto locales regionales y gobierno central.

  La publicidad de sucesos de corrupción en los diferentes medios de comunicación asombra cada vez más a los contribuyentes quienes por su parte captan este tipo de actitudes como justificación para incumplir con sus obligaciones tributarias.

- ✓ **Transparencia de la inversión.** Todo procedimiento que involucre la participación del ciudadano dentro las políticas publica conlleva a aumentar el nivel de rendición o de aporte en la gestión pública para el mejoramiento de los diferentes servicios brindados por parte del

estado. Este comportamiento estimula al ciudadano a un mayor compromiso de tributar y de esta manera obtener eficiencia en los recursos que la ciudadanía brinda al estado.

e) Importancia de la educación tributaria

Según **Delgado, (2005).** La Educación es preciada como una actividad que solo atañe a los adultos y ellos son los llamados a pagar sus tributos, bajo este contexto, los jóvenes tendrían que orientarse a conocer sobre la tributación toda vez que están siendo ajenos a la situación fiscal hasta que no ingresen al proceso económico y forzados a los deberes de las obligaciones de la tributación, es así que la educación tributaria de la población joven estaría falto de orientación desde otro punto de vista.

En la actualidad se observa que la población joven, desde temprana edad inicia a involucrarse en el proceso económico mediante la familia sino también de la escuela, lo que permite asumir decisiones económicas como demandantes de bienes y servicios. Si bien los jóvenes no estén sujetos a algunos deberes tributarios eso no quiere decir que sean ajenos a ámbito tributario.

f) Educación impartida por la Administración Tributaria

Difusión de Medios de Comunicación:

- **Servicio de Orientación al Contribuyente:**

En su memoria Anual **SUNAT, (2018),** en la última década se han venido trabajando soluciones de carácter tecnológico que nos permiten cambiar nuestra relación

con los contribuyentes, con el fin de tener un ambiente y instrumentos virtuales de comunicación más accesibles y poder atenderlos determinada por cada segmento objetivo. Estas situaciones se han reflejado en un cambio de los servicios de la plataforma telefónica y presencial hacia la plataforma virtual. (pág. 52)

Es así que, en el 2018 se ha desarrollado las iniciativas siguientes:

- ✓ La puesta en marcha del Chat Virtual Tributario e Informático, ha permitido que la Administración se comunique con los usuarios y contribuyentes de forma directa, disminuyendo los costos que hacen al acercarse a un centro que ofertan servicios o llamar a la central telefónica; teniendo en cuenta el aumento que tiene al utilizar los medios digitales para la información.
- ✓ El incorporar de nuevas modalidades a la aplicación, que permiten al contribuyente y especialista de comercio exterior permitir tener acceso a la información y realizar algunos trámites tributarios y aduaneros a través de un smartphone, tales como: ubicar los CSC; consultar los RUC, tipo de cambio; realizar consultas mediante la Central de Consultas y las redes Facebook y YouTube; emisión de recibos por honorarios electrónicos, facturas y guías de remisión; la presentación de quejas, denuncias; para comprobar la situación y la trazabilidad de sus importaciones y exportaciones, entre otros servicios.•
- ✓ La implementación del Asistente Virtual de Orientación, lo que permite utilizar herramientas con inteligencia artificial que está

corrigiendo el proceso de cómo atender al ciudadano, fundamentalmente en el área de orientación. La ventaja principal de este asistente virtual es la similitud en las respuestas, la cual se constituye en una prioridad en la Administración y favorece en el beneficio de los usuarios y contribuyentes.

- **Centros del Servicio al Contribuyente:**

El objetivo de los centros de servicios es brindar a los contribuyentes la ejecución de trámites, de igual manera con información puntual y rápida sobre su realidad y deberes tributarios.

- **Canal virtual:**

Mediante este medio la SUNAT ofrece la información de tributación mediante la página y aulas virtuales con contenidos de conocimiento de tributacion.

También es posible ejecutar operaciones en línea, consultas relacionadas con la aduana, denuncias y quejas.

- **Canal Telefónico:**

Por este medio el contribuyente puede realizar consultas informáticas, tributarias y consultas automáticas.

- **Difusión de seminarios gratuitos:**

La Administración tributaria cuenta con diversos programas orientados a charlas y seminarios, que se difunden y llevan a cabo en los centros de servicios al contribuyente, así mismo el cronograma para el desarrollo de estas actividades es publicado en su página virtual.

También en este sitio Web de SUNAT se colocan videos y material de las charas impartidas.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura Jaén?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Teórico

Este trabajo elaborado su finalidad es señalar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén. La evasión tributaria y la informalidad son conflictos permanentes en la provincia y distrito de Jaén.

Ñaupas, Novoa, Mejía y Villagómez (2013). Toda investigación es referente de una situación problemática la cual se debe complementar con las bases científicas teóricas, realizando criterios de rigor científico en base al problema de investigación. Además, el trabajo en cuestión será base de consultas en el tiempo.

Metodológica

La investigación realizada alcanzara los objetivos planteados con la aportación del instrumento confiable y que sirva para medición de la cultura tributaria. Por ello esta investigación desarrollada es de tipo descriptiva ayudará en las investigaciones desarrolladas a futuro gracias a los resultados tenidos durante su desarrollo.

Práctica

Este trabajo de investigación se desarrolla debido a la ventaja de conocer y optimizar la cultura tributaria en los vendedores de dicho Mercado.

1.6. Hipótesis

El nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén es deficiente.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

1.7.2. Objetivo Específicos

Evaluar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

II. MATERIAL Y METODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de Investigación

Para este trabajo se ha considerado como de tipo descriptiva

Hernández, Fernández y Batista (2010). Donde conceptualiza que "las investigaciones descriptivas buscan detallar las diversas características de las variables, analizan y describen los rasgos del fenómeno, de forma independiente o conjunta".

Este trabajo es considerado descriptivo por que describe la cultura tributaria en los vendedores del Mercado Roberto Segura, Jaén.

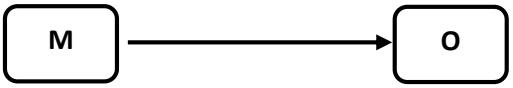
2.1.2. Diseño de la Investigación

Diseño no experimental:

Según **Hernandez, Fernandez y Batista, (2015).** "Investigacion en la cual no varían internacionalmente las variables independientes. Lo que se realiza en la investigación no experimental es observar fenómenos como tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos".

Es por ello que el diseño de la investigación es no experimental de manera que no se expondrá a la manipulación de la variable en el trabajo de la cultura tributaria en los negociantes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

El esquema se detalla de la siguiente manera:



Donde:

M: Muestra constituida por los 30 contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

O: Resultados que se obtendrá del cuestionario al evaluar como el nivel de la cultura tributaria para los contribuyentes en el Mercado Roberto Segura, Jaén.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Según **Hernandez, Fernandez y Baptista, (2014).** La población es "el grupo de todos los casos que coinciden con determinadas especificaciones"

Es por ello por lo que se cuenta con una población de 80 contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

2.2.2. Muestra

La **Real Academica Española, (2001).** El diccionario precisa que la muestra, como segunda designación, como "parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él".

La investigacion elaborada cuenta con una muestra de 30 contribuyentes los mismos que seran evaluados mediante el instrumento de medicion de cuestionario.

2.3. Variables, Operacionalización

2.3.1. Variable independiente:

La Cultura Tributaria:

Según **Amasifuen (2015).** "La cultura tributaria considerado como los comportamientos y cualidades que demuestran los comerciantes dentro de una sociedad con respecto a tributación, cumplimiento de normas y leyes en un país"; si las autoridades brindaran credibilidad desarrollarían confianza en los contribuyentes y con

ello surgirían mayor recaudación de impuestos obteniendo mayor interés en las obligaciones tributarias dependiendo de una buena cultura tributaria.

2.3.2. Operacionalización de variable

Variable	Dimensiones	Indicador	Pregunta	Técnica / Instrumentos de Recolección de Datos
Cultura Tributaria	Conciencia	Valores Personales	¿Declara usted todos los ingresos de manera correcta?	Encuesta / Escala de Likert
			¿Sabe usted que es SUNAT?	
		Percepción del rol del Estado.	¿Conoce usted en que utiliza el gobierno el dinero proveniente de los tributos?	
			¿Conoce usted que son los tributos?	
		Percepción del rol del ciudadano.	¿Cree usted que el dinero de los tributos es utilizado en beneficio de los ciudadanos?	
			¿Cree usted que con el dinero recaudado de los tributos se realizan obras?	
		Percepción del entorno Participativo	¿Conoce usted que pagando sus impuestos contribuye al desarrollo del país?	
			¿Cree usted que con el pago de sus tributos se mejora la calidad de vida de la población en el Perú?	
		Percepción de la equidad del sistema tributario	¿Considera usted que el contribuyente debe pagar sus tributos de acuerdo al nivel de ingresos?	
		Justicia Procedimental	¿Sabe usted que puede ser sancionado por evadir impuestos?	
			¿Conoce usted cual son las Infracciones y Sanciones administrativas Tributarias – SUNAT?	
	Educación	Difusión de medios de comunicación	¿Ha Recibido Invitación de la SUNAT, para que asista a eventos sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	
		Servicio en orientación al contribuyente	¿Cuándo se tiene alguna duda sobre los tributos recurre a l servicio de orientación al cliente en la SUNAT?	
		Acceso al servicio de información.	¿Las consultas tributarias las efectúa en la página Web de la SUNAT?	
		Difusión de seminarios gratuitos.	¿Conoce usted que la SUNAT realiza seminarios gratuitos?	

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

2.4.1. Técnicas

Arias (2006). Considera que la técnica para la investigación: "diferentes maneras, formas o procedimientos que utiliza el investigador para recaudar, alcanzar datos o la información".

En la presente investigación desarrollada, la técnica que se usa para la recoger los datos es la denominada encuesta**.**

2.4.2. Instrumentos

Hernández, Fernádez y Batista (2014). Se refiere a cualquier tipo o medio que utiliza el investigador; para obtener información y datos relacionados con el tema de estudio.

El instrumento que se está utilizando es el cuestionario a los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

2.4.3. Validez

Hernández (2010). Afirma: la Validez generalmente, se está refiriendo al nivel con el cual instrumento puede medir la variable a la cual que represente.

El instrumento es permitido para medir lo que se desea, se tomó la validando su contenido por expertos.

2.4.4. Confiabilidad

El resultado de aplicar el instrumento para la recoger los datos del cuestionario a los contribuyentes nos permite obtener información confiable para determinación de la variable cultura tributaria.

2.5. Métodos de análisis de datos

Lo que se obtenga con los datos por medio de la encuesta fueron evaluados para el registro en el programa estadístico, permitiendo obtener resultados para el estudio desarrollado.

2.6. Aspectos éticos

Este trabajo se desarrolló con información proporcionada por parte de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, y con criterios confiables, así mismo la identidad de los contribuyentes que desarrollaron la encuesta es de manera anónima.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

Objetivo Específico N° 1: Evaluar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

Tabla 1

Nivel de Cultura Tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén

CATEGORIA	N	%
BAJO	16	53
MEDIO	12	40
ALTO	2	7
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos

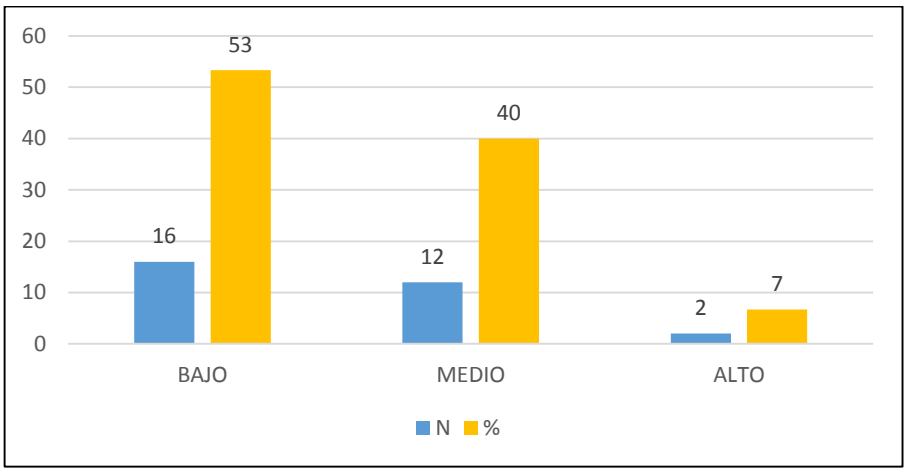


Figura 1. *Evaluación de cultura tributaria en los contribuyentes.*

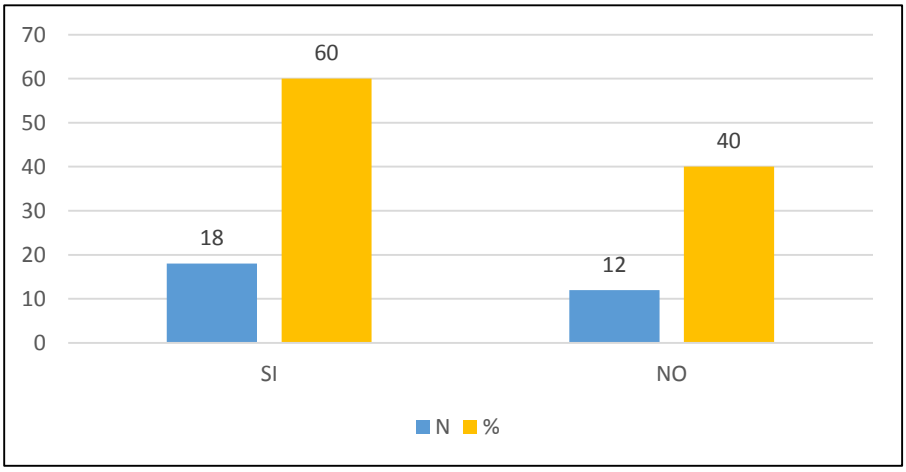
Descripción e interpretación:

Según tabla 1 y figura 1 de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada tienen diversos niveles alcanzados, que corresponden: bajo el 53%; medio el 40% y alto el 7% cultura tributaria.

Tabla 2

¿Declara usted todos los ingresos de manera correcta?

CATEGORIA	N	%
SI	18	60
NO	12	40
TOTAL	30	100



Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

Figura 2. *Declara ingresos de manera correcta.*

Descripción e interpretación:

La tabla 2 figura 2 el 60% de los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que, si declaran sus ingresos de manera correcta y el 40 % indicaron que no, teniendo en cuenta que la recaudación contribuye al mejoramiento de la calidad de vida en nuestro país.

Tabla 3

¿Sabe usted que es SUNAT?

CATEGORIA	N	%
SI	7	23
NO	23	77
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

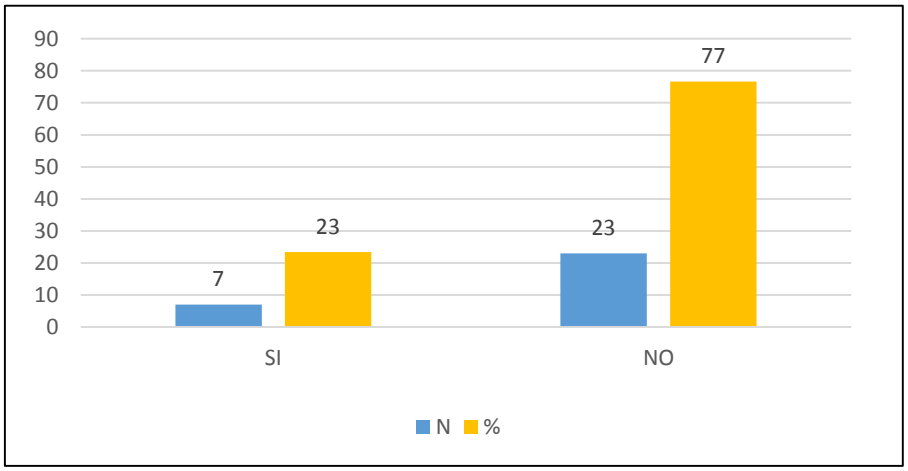


Figura 3. *Sabe usted que es SUNAT.*

Descripción e interpretación:

La tabla 3, figura 3 el 77% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no tienen conocimiento con respecto a que es SUNAT, y el 23% indicaron que sí, esto pese a la ausencia de información que tienen los contribuyentes teniendo en cuenta que esto afecta en la recaudación y por ende el desarrollo del país.

Tabla 4

¿Conoce usted en que utiliza el gobierno el dinero proveniente de los tributos?

CATEGORIA	N	%
SI	11	37
NO	19	63
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

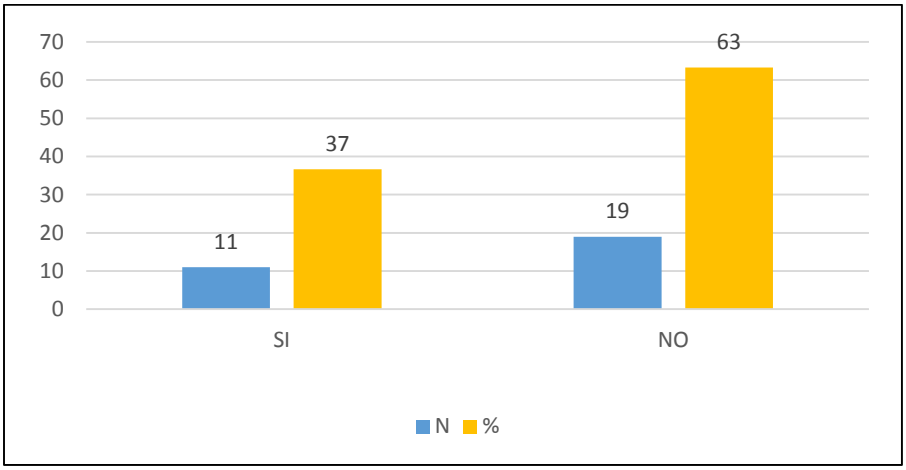


Figura 4. *En que utiliza el gobierno dinero proveniente de los tributos.*

Descripción e interpretación:

Según la tabla 4, figura 4 el 63 % de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no tiene conocimiento como se utiliza el dinero, el gobierno que proviene de los tributos y el 37% indicaron que sí, lo cual se considera que los contribuyentes reciben poca información considerando que a mayor conocimiento mayor será el aporte lo que con ello se estaría contribuyendo al crecimiento nuestro país.

Tabla 5

¿Conoce usted que son los tributos?

CATEGORIA	N	%
SI	18	60
NO	12	40
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

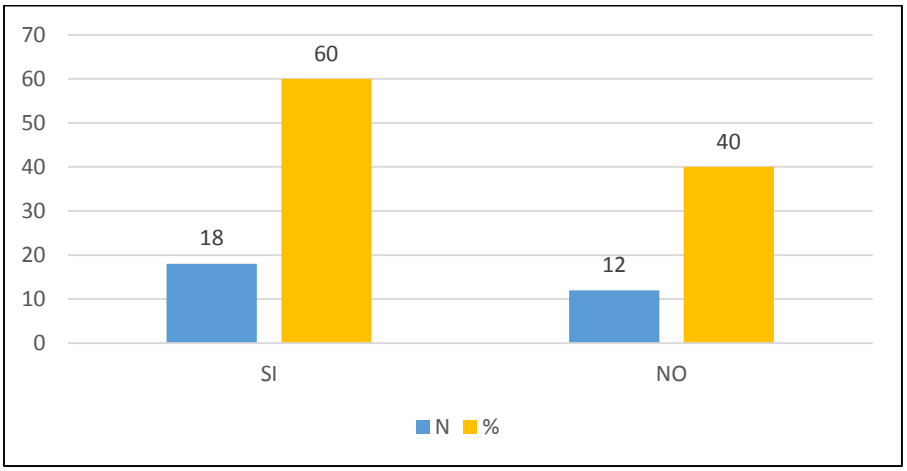


Figura 5. *Conoce que son los tributos.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 5, figura 5 el 60% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que si conoce que son tributos y el 40% indicaron que no considerando un factor que conlleva al incumplimiento de pago de sus tributos y por consiguiente afectando al desarrollo del país.

Tabla 6

¿Cree usted que el dinero de los tributos es utilizado en beneficio de los ciudadanos?

CATEGORIA	N	%
SI	14	47
NO	16	53
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

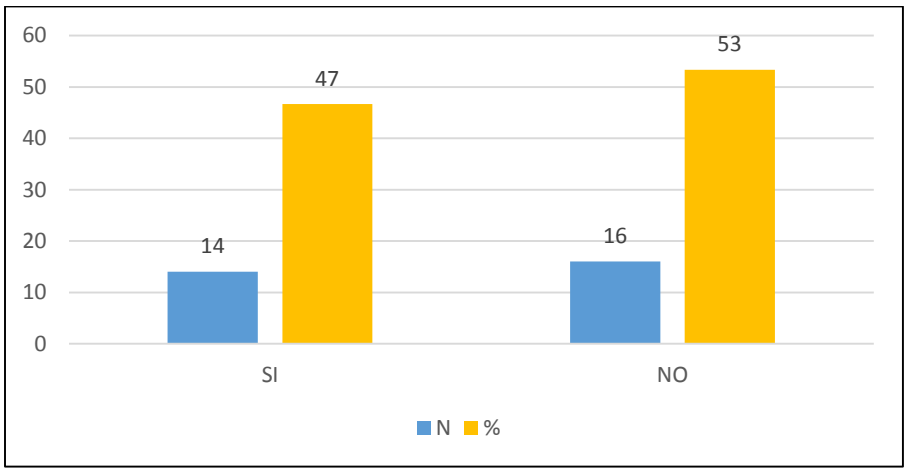


Figura 6. *El dinero de los tributos es utilizado en beneficio de los ciudadanos.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 6, figura 6 el 53% de los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no tienen conocimiento en que se utiliza el dinero de los que contribuyen el 47% indicaron que, si conocen, considerando que la poca información es uno de los elementos que conlleva a la baja recaudación de dinero de tributos afectando como mejora los estilos de vida de la comunidad en general.

Tabla 7

¿Cree usted que con el dinero recaudado de los tributos se realiza obras?

CATEGORIA	N	%
SI	14	47
NO	16	53
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

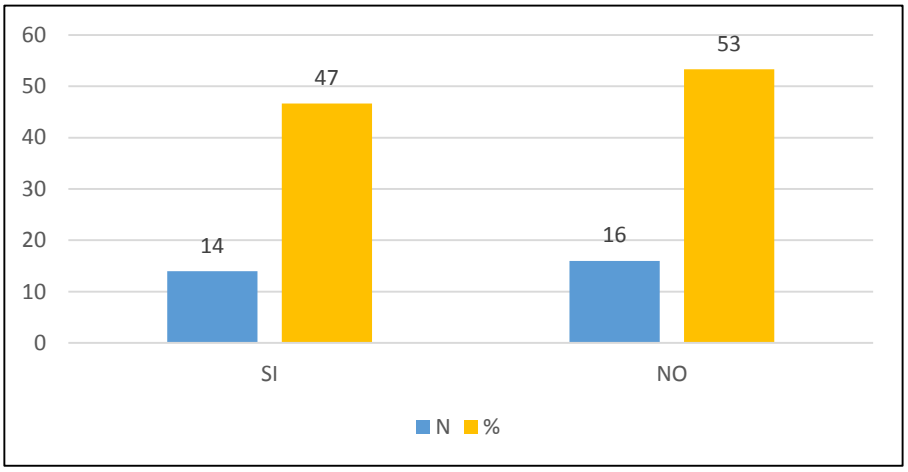


Figura 7. *El dinero recaudado se realiza obras.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 7, figura 7 el 53% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no creen que con el dinero recaudado de los tributos se realizan obras y el 47% indico que sí, considerando como uno de los factores que conlleva a la baja recaudación afectando al mejoramiento y desarrollo de la ciudadanía.

Tabla 8

¿Conoce usted que pagando sus impuestos contribuye al desarrollo del país?

CATEGORIA	N	%

SI	19	63
NO	11	37
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

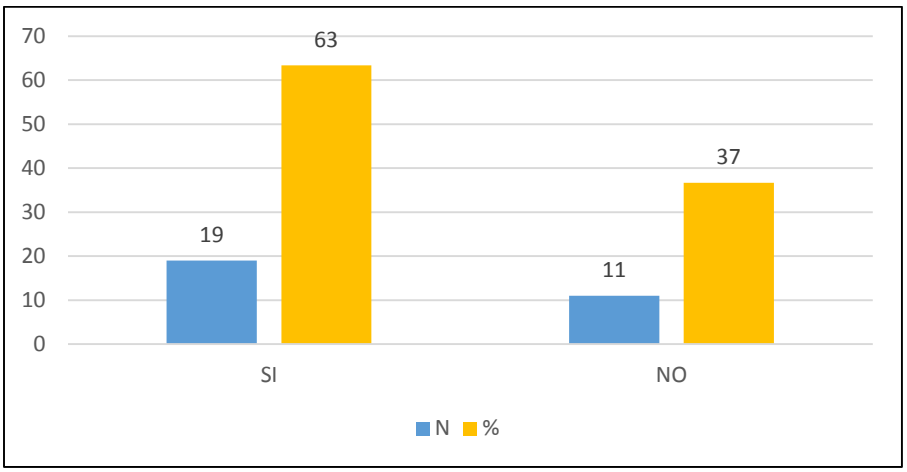


Figura 8. *Pagando impuestos se contribuye al desarrollo del País.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 8, figura 8 el 63% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que si conocen que cuando pagan los impuestos se contribuye al desarrollo del país y el 37% indicaron que no, considerando a esto como un factor que conlleva al aumento en la baja recaudación que afecta al mejoramiento de los estilos de vida en nuestro país.

Tabla 9

¿Cree usted que con el pago de sus tributos se mejora la calidad de vida de la Población en el Perú?

CATEGORIA	N	%

SI	15	50
NO	15	50
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

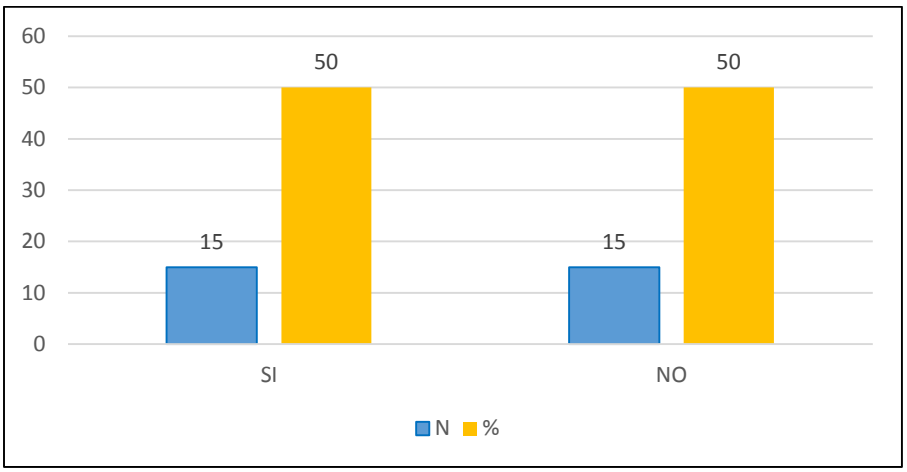


Figura 9. *Con el pago de sus tributos se mejora la calidad de vida.*

Descripción e interpretación

La tabla 9, figura 9 el 50% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que si creen que con el pago de sus tributos se mejora la calidad de vida de población y el 50% indicaron que no, teniendo en cuenta que a mayor recaudación mejor calidad de vida en la población.

Tabla 10

¿Considera usted que el contribuyente debe pagar sus tributos de acuerdo al nivel de ingresos?

CATEGORIA	N	%
SI	25	83
NO	5	17

TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

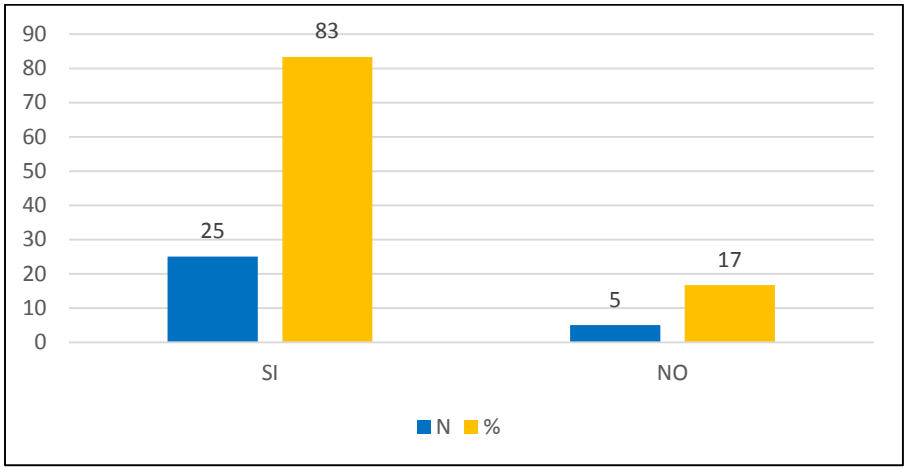


Figura 10. *Pago de tributos de acuerdo a nivel de ingresos.*

Descripción e interpretación

La tabla 10, figura 10 el 83% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que, si se debe pagar sus tributos de acuerdo con sus ingresos, y el 17% indicaron que no, teniendo en cuenta que a mayor recaudación de tributos mayor será el incremento en el desarrollo de nuestro país.

Tabla 11

¿Sabe usted que puede ser sancionado por evadir impuestos?

CATEGORIA	**N**	**%**
SI	16	53
NO	14	47
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

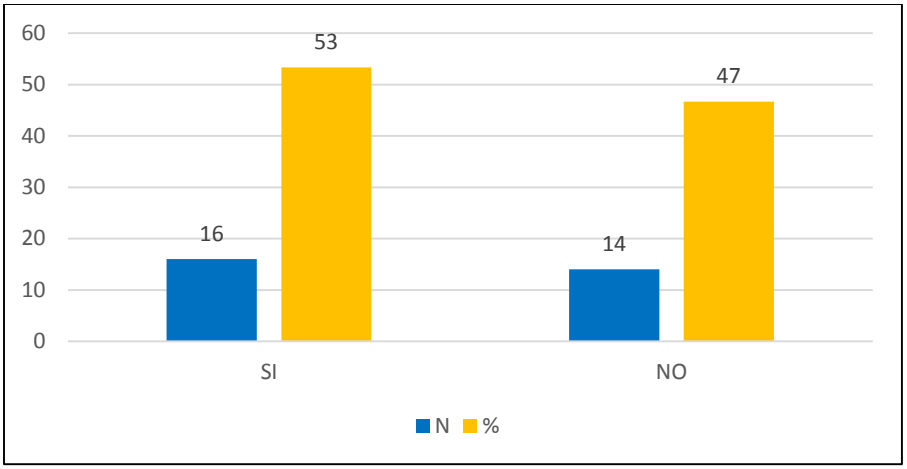


Figura 11. *Sabe que puede ser sancionado por evadir impuestos.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 11, figura 11 el 53% de los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que, si tienen conocimiento que pueden ser sancionados por evadir impuestos, y el 47% indicaron que no, considerando que, al disminuir la evasión de impuestos, mayor será el aporte al desarrollo del país.

Tabla 12

¿Conoce usted cuales son las infracciones y sanciones administrativas Tributarias-SUNAT?

CATEGORIA	N	%
SI	12	40
NO	18	60
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

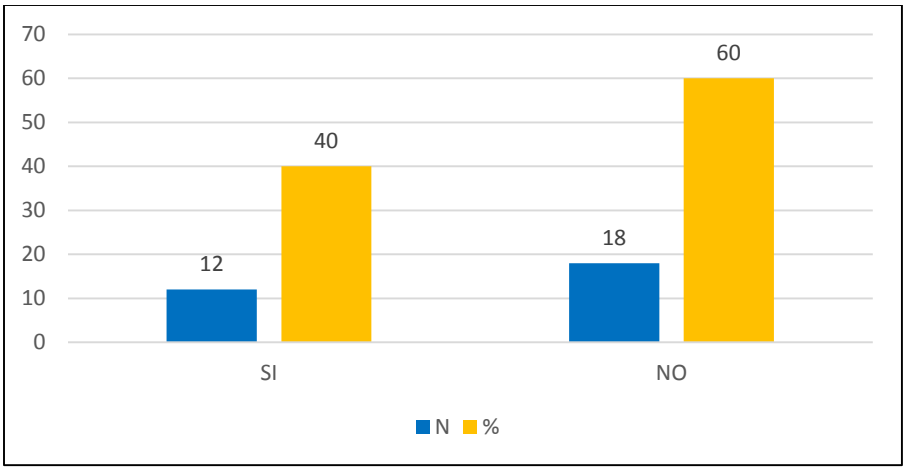


Figura 12. *Conoce cuáles son las infracciones y sanciones.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 12, figura 12 el 60% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no conocen cuando se cometen infracciones y cuáles son las sanciones administrativas tributarias y el 40% indicaron que si, considerando que el buen nivel de conocimiento tributario contribuye al mejoramiento del desarrollo de nuestro país.

Tabla 13

¿Ha recibido invitación de la SUNAT, para que asista a eventos sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?

CATEGORIA	N	%
SI	5	17
NO	25	83
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

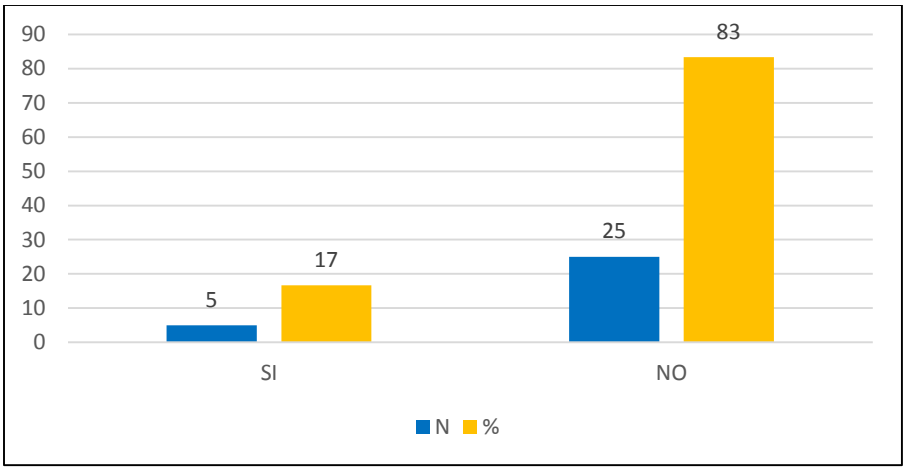


Figura 13. *Eventos sobre cumplimiento de obligaciones Tributarias.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 13, figura 13 el 83% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no han recibido invitación de la SUNAT, para asistir a eventos sobre tributación y el 17% señalaron que sí, teniendo en cuenta que a mayor difusión mayor será el conocimiento sobre las obligaciones tributarias, considerando un factor importante para el desarrollo de nuestro país.

Tabla 14

¿Cuándo tiene alguna duda sobre los tributos recurre al servicio de orientación al cliente en la SUNAT?

CATEGORIA	N	%
SI	11	37
NO	19	63
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

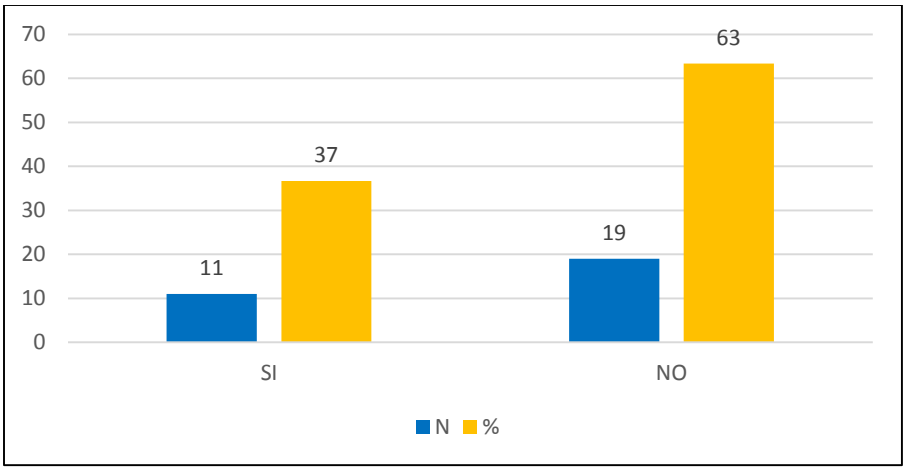


***Figura 14**. Recurre al servicio de orientación al cliente en la SUNAT.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 14, figura 14 el 63% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no recurren al servicio de orientación al cliente en la SUNAT y el 37% indicaron que sí, considerando que el mejoramiento del nivel de conocimiento sobre tributos, mayor será el nivel de recaudación, y por ende se estaría mejorando el nivel económico de nuestro país.

Tabla 15

¿Las consultas tributarias las efectúa en la página Web de la SUNAT?

CATEGORIA	N	%
SI	2	7
NO	28	93
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

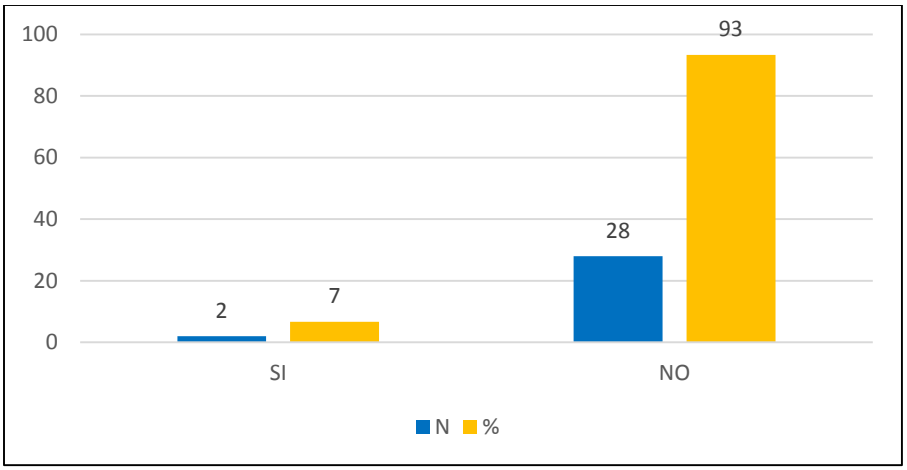


Figura 15. *Las consultas tributarias las efectúa en la página Web de la SUNAT.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 15, figura 15 el 93% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no efectúan las consultas tributarias en la página web de SUNAT y el 7% indicaron que sí, considerando que la ausencia de difusión de consultas mediante la página Web perjudica en la recaudación de tributos, afectando con ello, el crecimiento del país.

Tabla 16

¿Conoce usted que la SUNAT realiza seminarios gratuitos?

CATEGORIA	N	%
SI	5	17
NO	25	83
TOTAL	30	100

Fuente: Procesamiento estadístico de los datos.

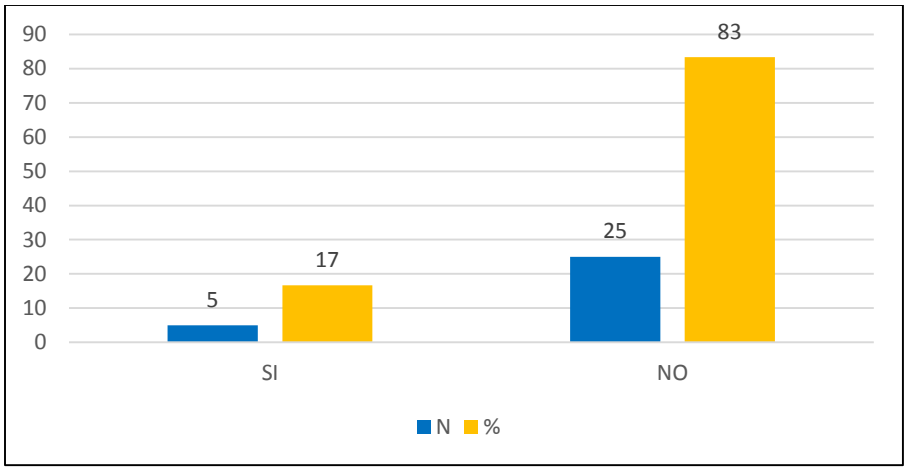


Figura 16*. Conoce usted que la SUNAT realiza seminarios gratuitos.*

Descripción e interpretación

Según la tabla 16, figura 16 el 83% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén, de la muestra encuestada indicaron que no conocen que SUNAT realiza seminarios gratuitos y el 17% indicaron que sí, considerando que la falta de comunicación o difusión en diferentes medios perjudica en el cumplimiento tributario y por ende en el crecimiento del país.

3.2. Discusión de resultados

En la última década se ha ido desarrollando diversos cambios en el campo tributario, cuyo propósito es buscar mayor recaudación fiscal con la finalidad de obtener un correcto sistema tributario.

De esta manera se ha perpetrado un cambio en la Administración Tributaria del órgano correspondiente (SUNAT) paralelo a lo que ha ocurrido con el nuevo ordenamiento.

Hoy en día uno de los temas más mencionados es cultura tributaria, teniendo en cuenta que la recaudación tributaria no solo influye lo económico, financiero y legal, si no también

va más allá en la relación que debe existir entre estado y ciudadano, por ello es de mucho interés desarrollar una cultura tributaria, teniendo conciencia y educación tributaria que permita que los ciudadanos cumplir con la tributación como un deber de manera voluntaria.

La investigación realizada, y su objetivo Específico es Evaluar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén, puede señalarse los siguientes resultados:

El cual tuvo como resultado en la tabla 1 se observó un bajo nivel de cultura tributaria en 30 contribuyentes evidenciando en un 53% de la técnica aplicada teniendo similitud con **Velastegui (2016).** La investigación *"Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena, año 2016"*-Guayaquil, Ecuador**,** Quien obtuvo que los contribuyentes poseen un minimo conocimiento los cual afecta con el cumplimiento de impuestos, esto es porque no se tiene una cultura tributaria apropiada, por el gobierno que nada hace para fortificar el conocimiento tributario de los ususarios. También teniendo similitud con el trabajo desarrollado por **Torres (2018).** La investigación **"***Características de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de Puno 2018"* Universidad Católica de Puno. Manifiestan la ausencia de Cultura Tributaria por parte de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno en el periodo 2018 a raíz del desinterés por participar en los diferentes programas y talleres con propósito educativo. Los resultados también son comparados con la investigación desarrollada por **Castro (2016).** La investigación. "*Cultura tributaria en la asociación de comerciantes del mercado canto rey en el distrito de san juan de Lurigancho 2016".* Universidad cesar vallejo 2016. El cual manifiesta el escaso conocimiento en cuanto a Cultura Tributaria, además la complejidad por

parte del gobierno en incentivar mediante programas que conlleve al contribuyente cumplir de manera voluntaria con el cumplimiento de sus impuestos.

Conclusiones

Sobre los niveles de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Roberto Segura, Jaén, en la que encontramos en la muestra obtenida que el 53% de comerciantes tienen un mínimo de cultura tributaria lo que se concluyó que es debido a la falta de interés por parte de los contribuyentes por aprender, mejorar e investigar así como también el desinterés por parte de la administración tributaria en difundir o brindar charlas, programas o talleres para así ir mejorando la educación tributaria, tener conciencia y poder aumentar el nivel de recaudación y contribuir en el mejoramiento de calidad de vida de los ciudadanos.

Recomendaciones

Para amplificar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes se podría llevar a cabo un análisis con lo que son las políticas de inversión y gasto cuya finalidad tendría el mejoramiento de los servicios públicos para la sociedad, y así obtener ideas positivas de la sociedad y con ello se consigue la confianza por parte del contribuyente y así poder conocer más sus derechos y obligaciones teniendo como relación contribuyente-estado y conseguir beneficios para ambos.

Para desarrollar el nivel de cultura tributaria se debe incrementar información adecuada y oportuna en los diferentes medios de comunicación para los contribuyentes con relación a los derechos y deberes tributarios, para concientizar el desempeño consciente de las obligaciones tributarias el cual debe ser de forma masiva direcciones a las diferentes actividades comerciales que desarrolla el contribuyente teniendo como finalidad el acatamiento voluntario de sus obligaciones tributarias.