



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

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS
COMERCIANTES DE LA PARADA MUNICIPAL
SANTA ROSA, BAGUA GRANDE – 2019**

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

Autor (es):

**Cubas Ballesteros Ericka Marilee
ORCID: 0000-0001- 5402-9667**

Asesor:

**Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique
ORCID:0000-0002-5002-572X**

**Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento**

Pimentel – Perú

2020

Resumen

Para cada país es importante que el sector comercial tenga establecido una cultura tributaria dentro de su población, por esa razón, la presente investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande en el año 2019. La investigación se enfocó en un tipo cuantitativo, de corte no experimental y transversal; se tomó como población a los 210 comerciantes identificados en la zona de estudio, de los cuáles, sólo se tomó a 54 de ellos para la muestra correspondiente. Se les aplicó un cuestionario de nueve ítems medido bajo la escala de Likert. Los resultados evidenciaron que las personas tienen un bajo nivel de cultura tributaria, hay una falta de conocimiento sobre la política tributaria y consideran recibir poca información al respecto. Además, que sienten miedo por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT al pensar que perderán el negocio. Se dejan algunas recomendaciones finales luego de los resultados analizados.

Palabras claves: cultura tributaria, conciencia tributaria, educación tributaria

Abstract

For each country, it is important that the commercial sector has a tributary culture established within its population. For this reason, this research had the general objective of determining the level of knowledge of the tributary culture of the merchants of the Santa Rosa Municipal Stop, Bagua. Large in 2019. The research focused on a quantitative type, non-experimental and cross-sectional; The 210 merchants identified in the study area were taken as a population, of which, only 54 were taken for the corresponding sample. A nine-item questionnaire measured under the Likert scale was applied to them. The results showed that people have a low level of tax culture, there is a lack of knowledge about tax policy and they consider receiving little information about it. In addition, they feel fear for the National Superintendency of Tax Administration SUNAT when they think that they will lose the business. Some final recommendations are left after the analyzed results

Key words: tax culture, tax awareness, tax education

Índice

Resumen	2
Abstract	3
I. Introducción	8
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Trabajos previos	11
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	14
1.3.1. Cultura tributaria	14
1.4. Formulación del problema.....	16
1.5. Justificación del estudio	16
1.6. Hipótesis	16
1.7. Objetivos.....	16
1.8. Limitaciones	17
II. Materiales y métodos.....	18
2.1. Tipo y diseño de investigación	18
2.1.1. Tipo de investigación	18
2.1.2. Diseño de investigación.....	18
2.2. Población y muestra	19
2.2.1. Población	19
2.2.2. Muestra	19
2.3. Operacionalización de variables	20
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
2.4.1. La encuesta	22
2.5. Procedimientos de análisis de datos	22
III. Resultados	23
3.1. Tablas y figuras	23
IV. Discusión.....	32
V. Conclusiones y Recomendaciones	35
5.1. Conclusiones.....	35
5.2. Recomendaciones	35

VI.	Referencias	37
VII.	Anexos.....	39
7.1.	Anexo 01: Cuestionario	39
7.2.	Anexo 03: Matriz de Consistencia.....	41
7.3.	Anexo 03: Validación del instrumento.....	42

Índice de tablas

Tabla 1. Población	19
Tabla 2. Operacionalización de variables.....	21
Tabla 3. Conocimiento básico de los comerciantes sobre tributación en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande	23
Tabla 4. Conocimiento básico de los comerciantes sobre el sistema tributario en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande	24
Tabla 5. Tratamiento del tema de tributación de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande	25
Tabla 6. Conducta de tributación favorable de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande	26
Tabla 7. Importancia del conocimiento sobre las obligaciones tributarias de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande	27
Tabla 8. Tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país	28
Tabla 9. Desarrollo de estrategia para inducir en los comerciantes para valorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias	29
Tabla 10. Nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación.....	30
Tabla 11. Los comerciantes conocen sobre el valor de la tributación en el país.....	31

Índice de figuras

Figura 1. Conocimiento básico de los comerciantes sobre tributación	23
Figura 2. Conocimiento básico de los comerciantes sobre el sistema tributario	24
Figura 3. Tratamiento de temas de tributación	25
Figura 4. Conducta de tributación favorable	26
Figura 5. Importancia del conocimiento de las obligaciones tributarias	27
Figura 6. Información sobre la aplicación del control para el cumplimiento de las obligaciones	28
Figura 7. Estrategia para inducir a los comerciantes para valorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias	29
Figura 8. Nivel de vinculación entre los comerciantes	30
Figura 9. Conocimiento sobre el valor de la tributación	31

I. Introducción

El presente trabajo de investigación denominado “La cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande – 2019”, es de interés y preocupación, existe muchos ciudadanos que se dedican al comercio, sin ninguna supervisión sanitaria y control tributario.

En el antiguo Perú operó la división de las labores, así se fue desarrollando la especialización por oficios (agricultores, orfebres, ganaderos, pescadores, etc.), los productos eran consumidos por el trabajador y su familia; sin embargo, el excedente de su producción podía ser utilizado para satisfacer necesidades de otros miembros de la comunidad, por ello los excedentes debían de ser intercambiados con quien tuviese distintos productos para ofrecer, así nacieron mercados en distintas partes de nuestro país.

La Parada Municipal del sector Santa Rosa es administrada por la Municipalidad Provincial de Bagua Grande, uno de los principales problemas es el cobro de impuestos, siendo así, que la administración de la Municipalidad de Bagua Grande, no ha podido solucionar este problema social, hoy en día existen cientos de ambulantes en toda la zona de la Parada Municipal sector Santa Rosa sin pagar impuesto. Adicionalmente, el marco normativo vigente resulta complejo para la Municipalidad, no tienen la capacidad técnica y recursos humanos para ejecutar acciones destinadas a recaudar el impuesto a los comerciantes.

Es por ello que el análisis se llevará a cabo en el sector Santa Rosa, esto implica conocimiento de deberes y derechos ciudadanos, para que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional, velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere. Esta falta de cultura tributaria en los comerciantes, genera la disminución o evasión de las obligaciones tributarias, como el pago de los tributos que generan ingresos al Tesoro Público y que luego revierte en el beneficio de la sociedad, para el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere, necesita de recursos que provienen principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes.

Por ello, a efecto de incrementar la cultura tributaria (entendida) ésta como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las

leyes que las rigen, lo cual conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales, se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

La presente investigación permitió conocer el nivel de la cultura tributaria en La Parada Municipal del sector Santa Rosa de la Municipalidad Provincial de Bagua Grande.

El presente documento está estructurado de la siguiente manera:

En el Capítulo I, describe la situación problemática, define el problema de investigación, se presentan las razones del porqué está investigación y los objetivos que se desean alcanzar.

En el Capítulo II, se realiza una descripción de los antecedentes académicos y las diversas teorías sobre las variables de investigación.

En el Capítulo III, se describe la metodología usada en realizar la investigación.

En el Capítulo IV, se realiza un análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación y la cuestión de lo hallado.

En el Capítulo V, se presenta las conclusiones y recomendaciones.

Y, en el Capítulo VI, se establecen las referencias bibliográficas.

1.1. Realidad problemática

Internacional

Dentro de los estudios realizados, en Colombia se pudo encontrar que Portafolio (2016) mostró que el proyecto que busca reformar la parte tributaria llamada “Mono tributo” consiste en pequeños negocios que deben de pagar por los productos que comercializan de Hacienda y crédito, con el fin de ayudar a combatir a la evasión de los tributos. Este es un proceso necesario porque hay una gran cantidad de establecimientos pequeños que no han sido identificados, y que, si se logra recaudar todos esos fondos, se podrá recuperar un gran monto de dinero.

Así mismo, en Bolivia, López (2016) indicó que existe sobre todo negocios informales dedicados a la artesanía y anexos, comprobando que el 10% de ellos no pagan impuestos, estos representan aproximadamente 800 negocios con más de 124 mil negociantes en toda la zona. En la actualidad, estos factores perjudican los ingresos de recaudación de los tributos del país, y por esta causa, al no estar inscritos en el Sistema de Impuestos Nacionales (SIN) simplemente no tributan.

En Argentina, la Administración Federal de Ingresos Públicos - AFIP (2017), han desarrollado un programa de Cultura tributaria donde no solo difunden, sino que además concientizan al negociante para que mediante estrategias enseñen a las personas la importancia de los tributos. Esta situación es muy parecida a la que sucede en Perú, donde no se han logrado aún generar el impacto necesario, por ello, este sistema apunta a trabajar directamente con la población más joven que pronto serán la fuerza laboral.

Nacional

Peñaranda (2016) destaca que es importante luchar contra la evasión de impuestos pues es la clave para lograr importantes recaudos de dinero, por ello, al ser el Perú una de las economías más emergentes en los últimos años en Sudamérica, es recomendable que se mantenga en esa misma línea, pues si bien aún no se siente ese golpe, en el tiempo si podría ser peligroso si no se establece un plan de recuperación de impuestos. Esta situación, ha puesto en

evidencia la falta de cultura tributaria de las personas, y que se debe de luchar contra la evasión de los impuestos.

Además, el Diario La República (2017) aseveró que el gobierno en el Perú debería de fomentar la educación y cultura tributaria para mitigar la informalidad, bajo el nuevo régimen de las MYPE, el gobierno ha empezado a ofrecer una serie de incentivos para que los microempresarios informales puedan constituir un sistema legal garantizando la formalización en un menor tiempo.

Por otro lado, la SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria) necesita liderar el desarrollo y conciencia fiscal en la ciudadanía, con el objetivo de expandir y llegar a la población de maneras distintas, para que puedan entender la situación de la no tributación y el daño que podrían llegar a causar.

Local

La Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande es un lugar donde existe mucho tráfico debido a que existe una serie de negocios en ella, ofrecen todo tipo de productos, pero, además, no pagan ningún impuesto, generando así una recaudación cero. Esto se debe no solo a que el comercio ha sido permitido en ese lugar, sino que, además, las personas carecen de sentido de pago de impuestos, los mismos comerciantes tienen que invertir si quieren hacer alguna pequeña obra por ejemplo sus servicios higiénicos, lo cual los desmoraliza, siendo uno de los motivos fundamentales de no cumplir con los pagos dispuestos por ley.

Por ello, el gobierno local debe de preocuparse por esta situación, no hay una salida hasta ahora a la situación y las personas son cada vez más que se agrupan en este punto, llegando a comercializar todo tipo de productos, pero, en ninguna de sus propuestas, pago de impuestos. Esto demuestra la escasa capacidad de gestión municipal y la poca preparación de cultura tributaria de las personas. Por tanto, esta falta se refleja tanto en comerciantes jóvenes como en antiguos, mostrando que, todos están mal acostumbrados a comercializar sin responsabilidad tributaria.

1.2. Trabajos previos

Internacional

Cortez y Orejuela (2015) en su Proyecto Previo a la Obtención del Título “Análisis de la Evasión Tributaria del Impuesto a la Renta y su Incidencia en los Niveles de Recaudación Fiscal en el Cantón Milagro para el Periodo 2013-2014.” En su resumen nos da el siguiente alcance: que se realizó un estudio a los contribuyentes, de la ciudad debido a que muchos de ellos no saben sus obligaciones tributarias. Llegué a la conclusión que en el Cantón Milagro de Ecuador al igual que en otros centros comerciales se evaden los impuestos por motivo de que estos comerciantes no conocen el destino de estos impuestos a la renta.

Claro y Herrera (2015) muestran en su estudio en Santander que la principal causa de que la gente no cumpla con sus compromisos tributarios es que no tienen conocimiento de ello y no saben el efecto positivo de sus pagos. Así ha quedado demostrado luego de analizar a treinta comerciantes que respondieron a las encuestas y que no supieron nada sobre el tema tratado, mostrando total aversión al tema.

Por su parte, Ortiz (2016) analizo la cultura tributaria de los contribuyentes de un mercado municipal donde luego de una serie de entrevistas indicaron desconocer los procesos de pagos de impuestos y que no tienen el menor conocimiento de esto. Este estudio no solo evidencio la situación, sino que dejó en claro la postura de los negociantes de la zona.

Jiménez y Fernández (2017) en su tesis de investigación sobre el diseñar procedimientos para la mejora de la gestión de la comercializadora J&F.” Cali. Tuvo como objetivo principal diseñar el procedimiento de control interno para una buena gestión de inventarios. La metodología fue de método deductivo; la población fueron todos los colaboradores de la parte administrativa de la empresa; asimismo, las técnicas fueron las entrevistas y la observación, así como el análisis de contenido. La conclusión fue que, en la organización en estudio, para el manejo de las existencias no están aplicando modelos y políticas adecuados (p.96). Es por eso que el autor sugiere la implementación sistematizada con el hecho de tomar una supervisión adecuada de sus existencias aplicando las políticas correctas.

Nacional

Atoche (2016) dejó en claro en su análisis sobre la cultura tributaria en el mercado modelo de Sullana que los minoristas no son conscientes del daño que hacen al no pagar impuestos, en su gran mayoría mujeres que omiten la entrega de boletas, inclusive en algunos casos, teniendo esta documentación, pero que simplemente, no lo quieren realizar.

Vega (2016) también en su intervención en el Mercado de Los Olivos en la ciudad de Lima dejó en claro que los trabajadores mantienen bajos niveles de cultura tributaria, esto debido a que se excusan en que sus ingresos no son altos como otros negociantes de la zona, por ello, se niegan a pagar un tributo por sus ventas. Entonces, nuevamente, la falta de conciencia tributaria demuestra esta problemática.

Ymán, K. e Ynfante, L. (2016) En su tesis “Programa de Difusión Tributaria y su incidencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes” con la finalidad de cumplir con uno de los requisitos para obtener el Título de Contador Público. La investigación nos ha permitido medir el nivel de cultura tributaria de los comerciantes a través de un programa de difusión de normas tributarias, obteniendo resultados favorables con una incidencia significativa en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes. Difundir la cultura tributaria a través de difusión es algo que podemos poner en práctica en todo nuestro país ya que ha dado buenos resultados en los contribuyentes con el objetivo de incrementar la cultura tributaria en el país. De acuerdo con los autores, que la falta de conciencia tributaria se debe a que hay una mala administración tributaria, asimismo los comerciantes que están a la vez mal informados y también los consumidores se les hace fácil no declarar impuestos poniendo de excusa la mala administración de los mismos

Local

Pinedo y Delgado (2015). En su trabajo titulado: “Incidencia de la Evasión del Impuesto a la Renta en La Situación Económica Y Financiera de las Mypes del Sector Abarrotes en el Distrito de Tarapoto. Periodo 2013”, para obtener el Título de Contador, tiene como objetivo conocer las causas que se asocian a la evasión tributaria en las empresas formalmente constituidas y la informalidad en los comerciantes de abarrotes ubicados en el distrito de Tarapoto. En tal sentido se realizó la investigación utilizando como método de investigación la encuesta, teniendo como muestra de 59 empresas comerciales de abarrotes ubicados en el

Distrito de Tarapoto, Los resultados nos demuestran que las causas que se asocian a la evasión tributaria en los Comerciantes son el deseo de generar mayores ingresos (utilidades), y la falta de conciencia tributaria que se da por los contribuyentes, también la excesiva carga y complejidad para tributar. Para no redundar tanto solo me enfocaré en decir que, en Tarapoto existe un porcentaje muy elevado de evasión de impuestos haciendo que lo recaudado por la administración tributaria sea muy pobre para el estado central.

Vargas (2016) también en su análisis sobre la evasión tributaria en Lambayeque dentro del mercado Modelo, han dejado en evidencia que las personas no tienen ningún interés en pagar por el espacio público usado, excusándose en que son “pequeños comerciantes” y que no tienen altos ingresos. Además, culpan a la SUNAT de que no puedan pagar altos tributos por el trabajo que realizan.

Julcamorro y Machuca (2017) con el objetivo de determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos en los comerciantes de las Galerías Arcángel Cajamarca 2017, investigaron a los comerciantes de las Galerías antes mencionadas, la población que estuvo conformada por 85 comerciantes de las Galerías Arcángel, sirviéndonos a la vez como muestra. Se aplicó un instrumento de recolección que es el cuestionario, a fin de determinar cuántos comerciantes cuentan con una cultura tributaria con el fin de determinar si evaden o no los impuestos, ya sea de manera legal o ilegal. Llegando a mi conclusión de esta investigación que no damos importancia a la cultura tributaria siendo esta de mucha influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Cultura tributaria

Roca (2008) considera que la cultura tributaria es el conjunto de datos que generan conocimiento sobre los impuestos que determinan un país y que son un grupo de conocimientos, percepciones, criterios, hábitos, etc.

Muchos de los países en Latinoamérica sufren de este tipo de males, no hay ningún tipo de conocimiento sobre el tema y que las conductas no se justifican por todo el incumplimiento de tienen.

Conciencia tributaria:

Según Bravo (2011) es la motivación interna de pago y que está ligado a la actitud de los individuos sobre las creencias positivas o negativas del impuesto. Por eso, la falta de voluntad se debe a que no se consideran agentes de contribución a la economía de un país.

Cumplimiento tributario:

Este cumplimiento voluntario tiene relación con la moral constituida por la tolerancia de pago y cumplimiento de sus obligaciones de pago tributario, pues existen percepciones de riesgo, baja sensibilidad y poco miedo a las sanciones.

Esto condiciona a que el cumplimiento tributario sea más bien una evasión, y que tenga una forma de comportamiento de las personas donde no valoran lo que el estado les proporciona; por tanto, no hay una internalización de la situación, conllevando a cometer una serie de acciones negativas.

Importancia de promover la Cultura Tributaria:

Las obligaciones se traducen en comportamiento de cumplimiento, como asegura Roca (2008), los contribuyentes carecen de una cultura ciudadana, no tienen programas o proyectos que los orienten, no modifican su comportamiento ni tienen voluntad de hacerlo, es por eso, que la cultura es básica para el desarrollo de cualquier mercado.

Importancia de la educación Tributaria:

Para esto, Delgado (2005) ha definido como la importancia de tener las actividades de pago como una prioridad en sus agendas comerciales, no hay preocupación de incorporación

de la economía de la zona y mucho menos de lograr consolidarse como empresa, pues el pensamiento es pasajero y efímero al querer compararse con una gran empresa.

1.4. Formulación del problema

¿Cómo se encuentre la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019?

1.5. Justificación del estudio

El estudio está justificado desde el aspecto social en profundizar el problema con los comerciantes, que se preocupen en pagar sus obligaciones tributarias, esto para que el resultado sirva como un ejemplo o modelo a replicar.

El estudio aporta información para diseñar herramientas de cultura que conlleve a que las personas puedan pagar sus tributos y que los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa sean conscientes del daño que hacen.

Así mismo, el estudio servirá como fuente de información para otro tipos de trabajo que tengan una problemática similar.

1.6. Hipótesis

H1: El conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa permitirá dejar recomendaciones para su aprovechamiento.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Determinar el nivel de conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019.

Objetivos específicos

- Identificar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019.

- Conocer el nivel de educación tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019.

1.8. **Limitaciones**

El principal problema ha sido que los comerciantes participen en la encuesta, muchos de ellos no aceptaron inicialmente por temor a que la investigadora sea parte de la SUNAT, o en algunos casos, pensaban que luego de la información, recaería cierta represaría por su comportamiento tributario.

II. Materiales y métodos

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativo de nivel descriptivo debido a que mediante la aplicación del instrumento se pudo determinar y analizar hechos observados en la actualidad, lo cual relacionó con la realidad de la Parada Municipal Santa Rosa de la ciudad de Bagua Grande. Hernández, Fernández y Batista (2010, p.91) dice para esto que “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el propósito de establecer su estructura o comportamiento”.

2.1.2. Diseño de investigación

Según el corte del análisis que se desarrolló, se consideró de tipo no experimental y transversal, pues la variable no será sometida ni manipulada de ninguna forma; por el contrario, se basa en el análisis en su estado natural según la observación de la investigadora, la revisión documentaria y los resultados obtenidos.

El diseño tiene el siguiente modelo:

M ————— O

Donde:

M: muestra basada en los comerciantes

O: análisis de la variable: cultura tributaria

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La mejor definición de población es tomada como un grupo de individuos, situaciones o casos que concuerdan con ciertas características que los agrupan bajo ciertos parámetros que el investigador determinará de acuerdo a las necesidades del estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Para el presente proyecto de investigación, la población está comprendida por la totalidad de comerciantes que laboran en la Parada Municipal Santa Rosa de la ciudad de Bagua Grande, la cual está integrada por 210 comerciantes.

Tabla 1
Población

Sector	Total
Parada Santa Rosa	210
Total	210

Fuente: Municipalidad Provincial de Bagua Grande

2.2.2. Muestra

La muestra se calculó con la siguiente fórmula utilizada para una población finita:

$$n = \frac{Z_{\mu}^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z_{\mu}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 210 * 0.05 * 0.95}{0.05^2(210 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{38.31996}{0.704976}$$

$$n = 54$$

Dónde:

N = Tamaño de la población (210)

$Z_{\frac{\alpha}{2}} = 1.96^2$ Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido (95%)

p = Proporción esperada (50% = 0.5)

$q = 1 - p$ (1 - 0.5 = 0.5)

E = Margen de error permitido (5% = 0.05)

n = Tamaño de muestra

Para el presente estudio de investigación la muestra está determinada por la totalidad de 54 comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de la ciudad de Bagua Grande.

2.3. Operacionalización de variables

Tabla 2
Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala
Cultura Tributaria	Acciones de control que desarrolla la organización y que busca definir la actividad de supervisión.	Conciencia tributaria	Nivel de cumplimiento con las normas Tributarias Nivel de cumplimiento en el pago de tributos Grado de motivación en el cumplimiento tributario	Cuestionario	(1) Nunca (2) Casi nunca (3) Casi siempre (4) Siempre
		Educación tributaria	Nivel de difusión y orientación tributaria Número de Charlas informativas, ferias y otros recibidos por SUNAT		

Fuente: Elaboración propia basado en Roca, C. (2008)

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. La encuesta

El procedimiento de encuestar responde como una herramienta para la recogida de datos basada de manera estandarizada con el objetivo de integrar la información y con ella poder obtener resultados tratados. Por esa razón, está compuesta de un sinnúmero de ítems según la necesidad de la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.197).

Se ha considerado tomar la escala de Likert para su medición, basado en cuatro puntos para la medición de los nueve ítems del instrumento. Se tomó como escala inicial el: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) casi siempre y (4) siempre.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Se empleó el paquete de datos Excel versión 16 para ejecutar el análisis cuantitativo de los resultados, estos fueron mostrados en barras porcentuales, así como en tablas estadísticas.

III. Resultados

3.1. Tablas y figuras

Tabla 3
Conocimiento básico de los comerciantes sobre tributación en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	7	13
Casi siempre	13	24
Nunca	31	57
Casi nunca	3	6
TOTAL	54	100%

Fuente: Elaboración propia

Conocimiento básico de los comerciantes sobre tributación en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

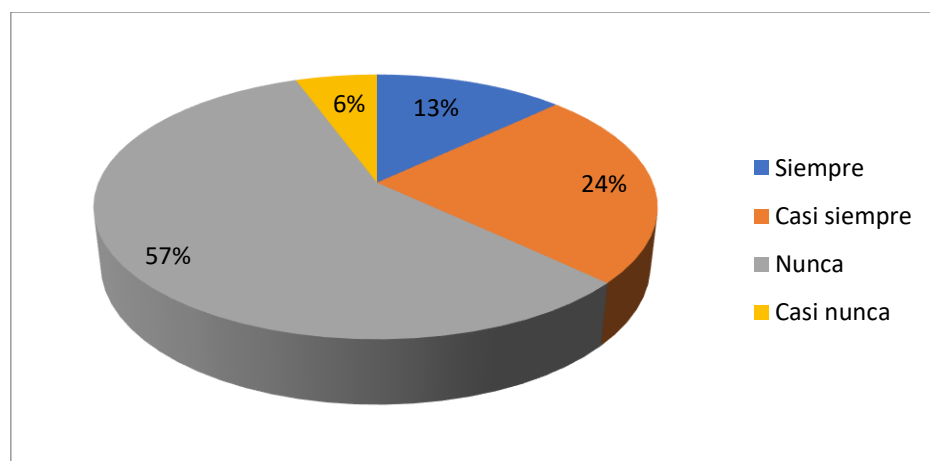


Figura 1. Conocimiento básico de los comerciantes sobre tributación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que del total de los encuestados, el 57% señalan que NUNCA los comerciantes tienen algún nivel de conocimiento básico sobre tributación en Bagua Grande, el 24% indican que CASI SIEMPRE los comerciantes tienen algún nivel de conocimiento básico sobre tributación en Bagua Grande, el 13% refieren que SIEMPRE los comerciantes tienen algún nivel de conocimiento básico sobre tributación en

Bagua Grande y el 6% manifiestan que CASI NUNCA los comerciantes tienen algún nivel de conocimiento básico sobre tributación en Bagua Grande.

Tabla 4
Conocimiento básico de los comerciantes sobre el sistema tributario en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	4	7
Casi siempre	8	15
Nunca	32	59
Casi nunca	10	19
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia

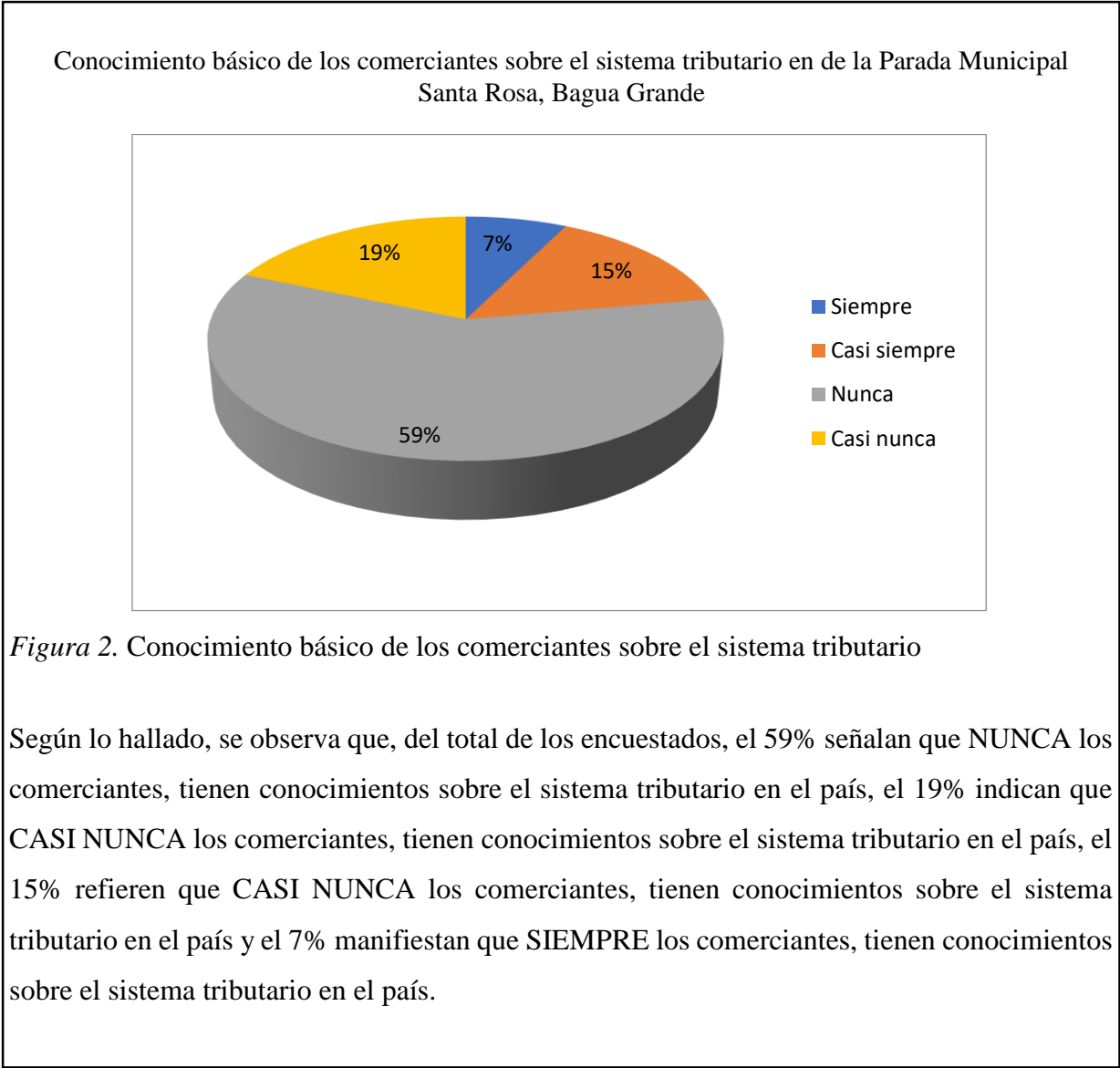


Tabla 5

Tratamiento del tema de tributación de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	2	4
Casi siempre	6	11
Nunca	40	74
Casi nunca	6	11
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia

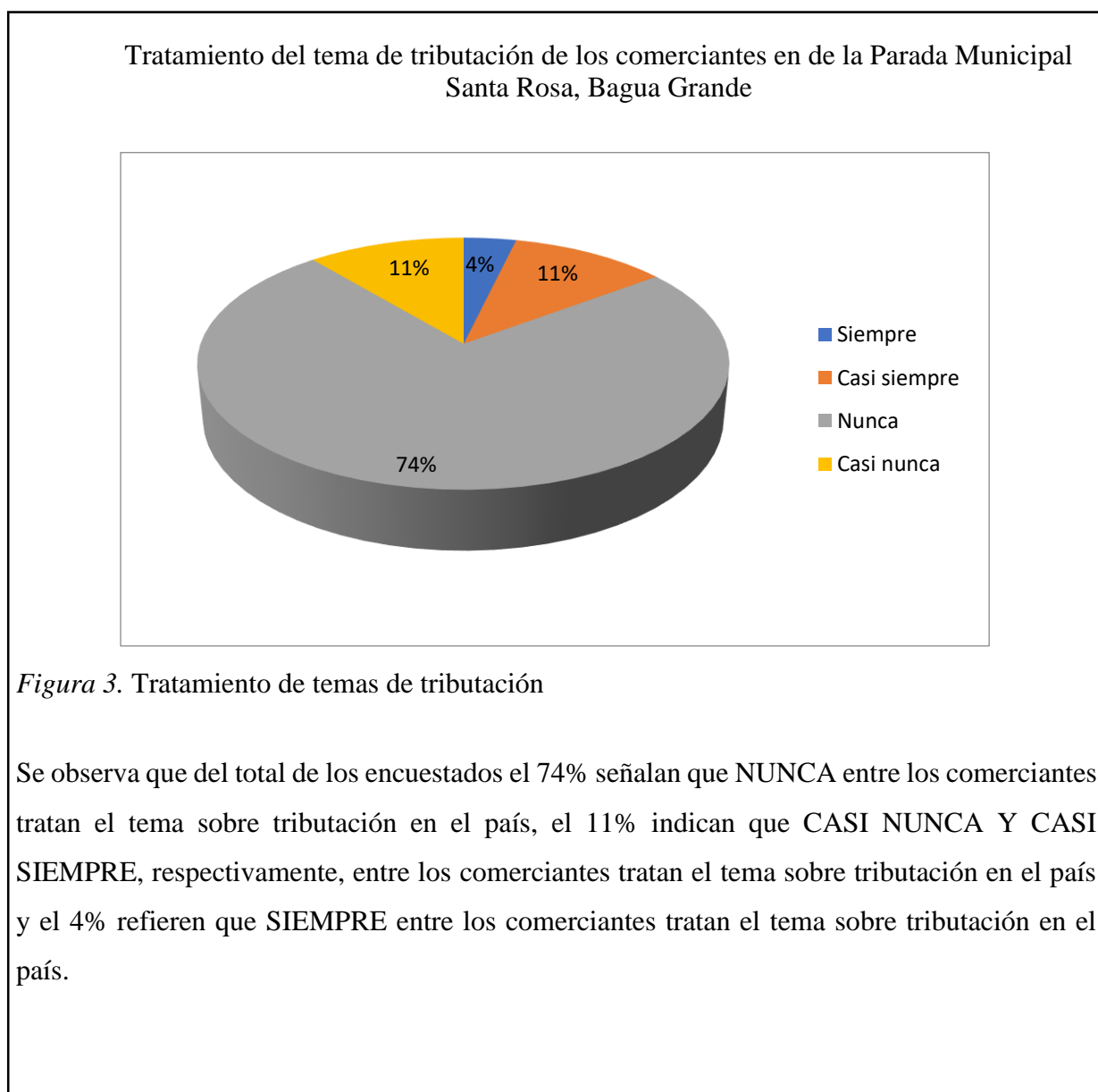


Figura 3. Tratamiento de temas de tributación

Se observa que del total de los encuestados el 74% señalan que NUNCA entre los comerciantes tratan el tema sobre tributación en el país, el 11% indican que CASI NUNCA Y CASI SIEMPRE, respectivamente, entre los comerciantes tratan el tema sobre tributación en el país y el 4% refieren que SIEMPRE entre los comerciantes tratan el tema sobre tributación en el país.

Tabla 6

Conducta de tributación favorable de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	20	37
Casi siempre	18	33
Nunca	6	11
Casi nunca	10	19
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia

Conducta de tributación favorable de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

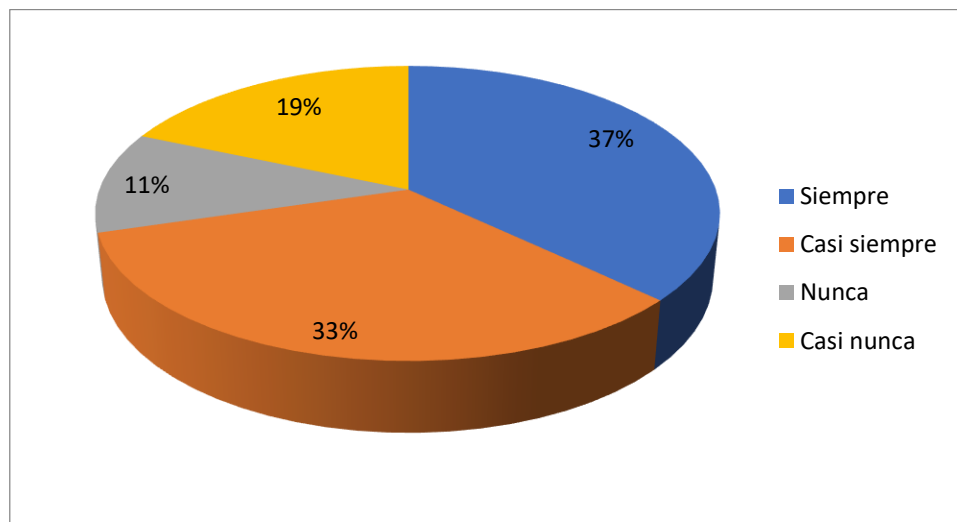


Figura 4. Conducta de tributación favorable

Según lo hallado en esta pregunta, se observa que del total de los encuestados, el 37% señalan que SIEMPRE existe una conducta de tributación favorable en los comerciantes en Bagua Grande, el 33% indican que CASI SIEMPRE existe una conducta de tributación favorable en los comerciantes en Bagua Grande, el 19% refiere que CASI NUNCA existe una conducta de tributación favorable en los comerciantes en Bagua Grande y el 11% manifiestan que NUNCA existe una conducta de tributación favorable en los comerciantes en Bagua Grande.

Tabla 7

Importancia del conocimiento sobre las obligaciones tributarias de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	8	15
Casi siempre	12	22
Nunca	22	41
Casi nunca	12	22
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia

Importancia del conocimiento sobre las obligaciones tributarias de los comerciantes en de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande

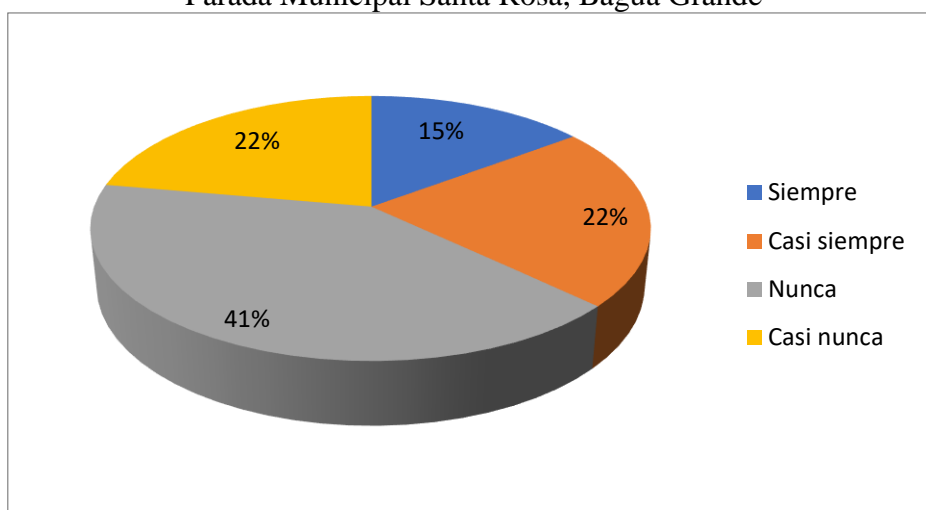


Figura 5. Importancia del conocimiento de las obligaciones tributarias

Del total de los encuestados, el 41% señalan que NUNCA los comerciantes tienen conocimientos sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, el 22% indican que CASI SIEMPRE y CASI NUNCA, respectivamente, los comerciantes tienen conocimientos sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias y el 15% refieren que SIEMPRE los comerciantes tienen conocimientos sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Tabla 8

Tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	6	11
Casi siempre	12	22
Nunca	22	41
Casi nunca	14	26
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia

Tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país

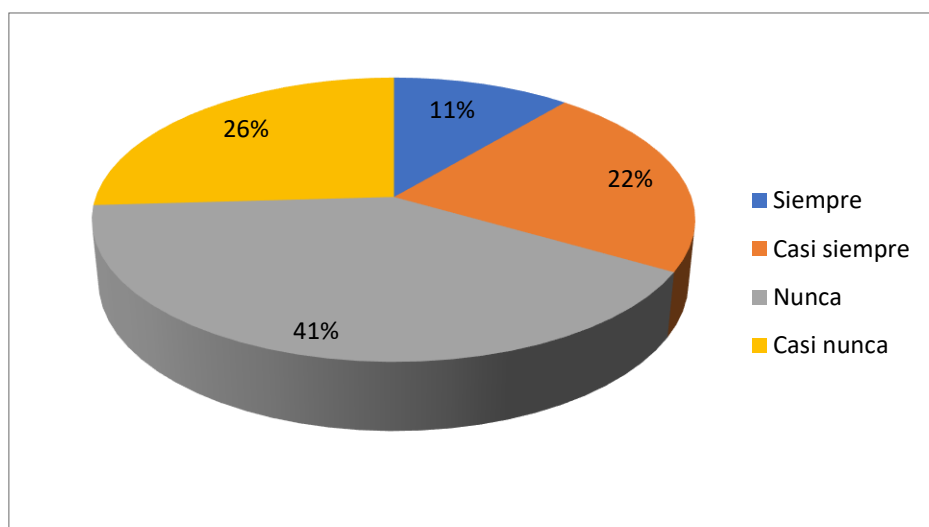


Figura 6. Información sobre la aplicación del control para el cumplimiento de las obligaciones

Se observa que del total de los encuestados, el 41% señalan que NUNCA los comerciantes tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país, el 26% indican que CASI NUNCA los comerciantes tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país, el 22% refieren que CASI SIEMPRE los comerciantes tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país y el 11% manifiestan que

SIEMPRE los comerciantes tienen información qué si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país.

Tabla 9
Desarrollo de estrategia para inducir en los comerciantes para valorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	4	7
Casi siempre	8	15
Nunca	36	67
Casi nunca	6	11
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia

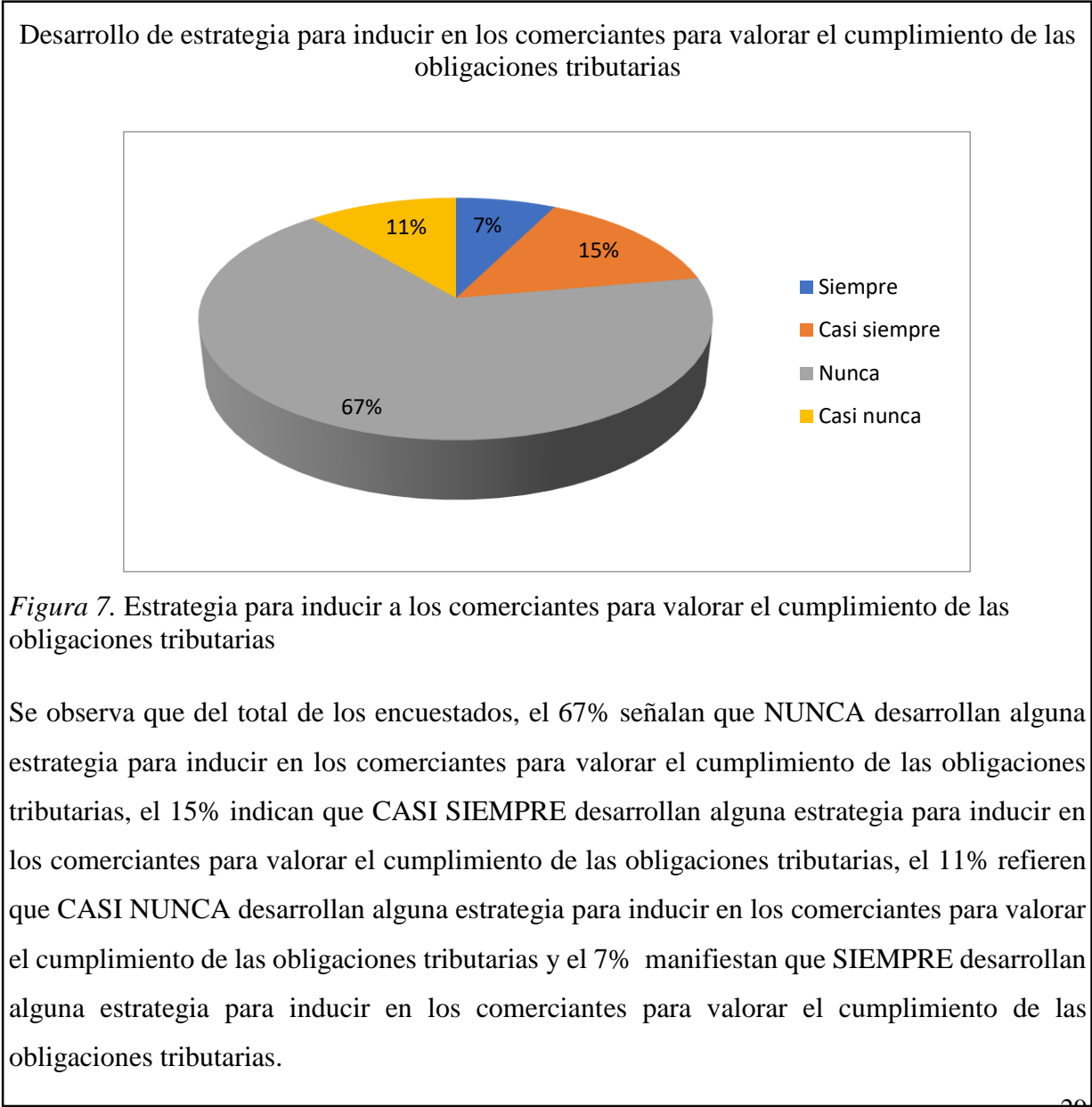


Tabla 10

Nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	01	20%
De acuerdo	02	40%
Indiferente	0	0
En desacuerdo	02	40%
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	05	100.0

Fuente: Elaboración propia

Nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación

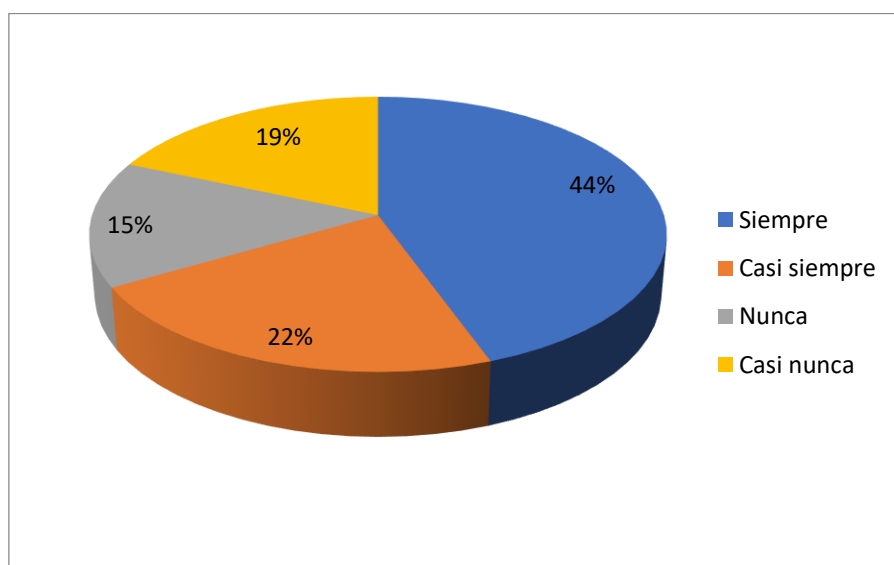


Figura 8. Nivel de vinculación entre los comerciantes

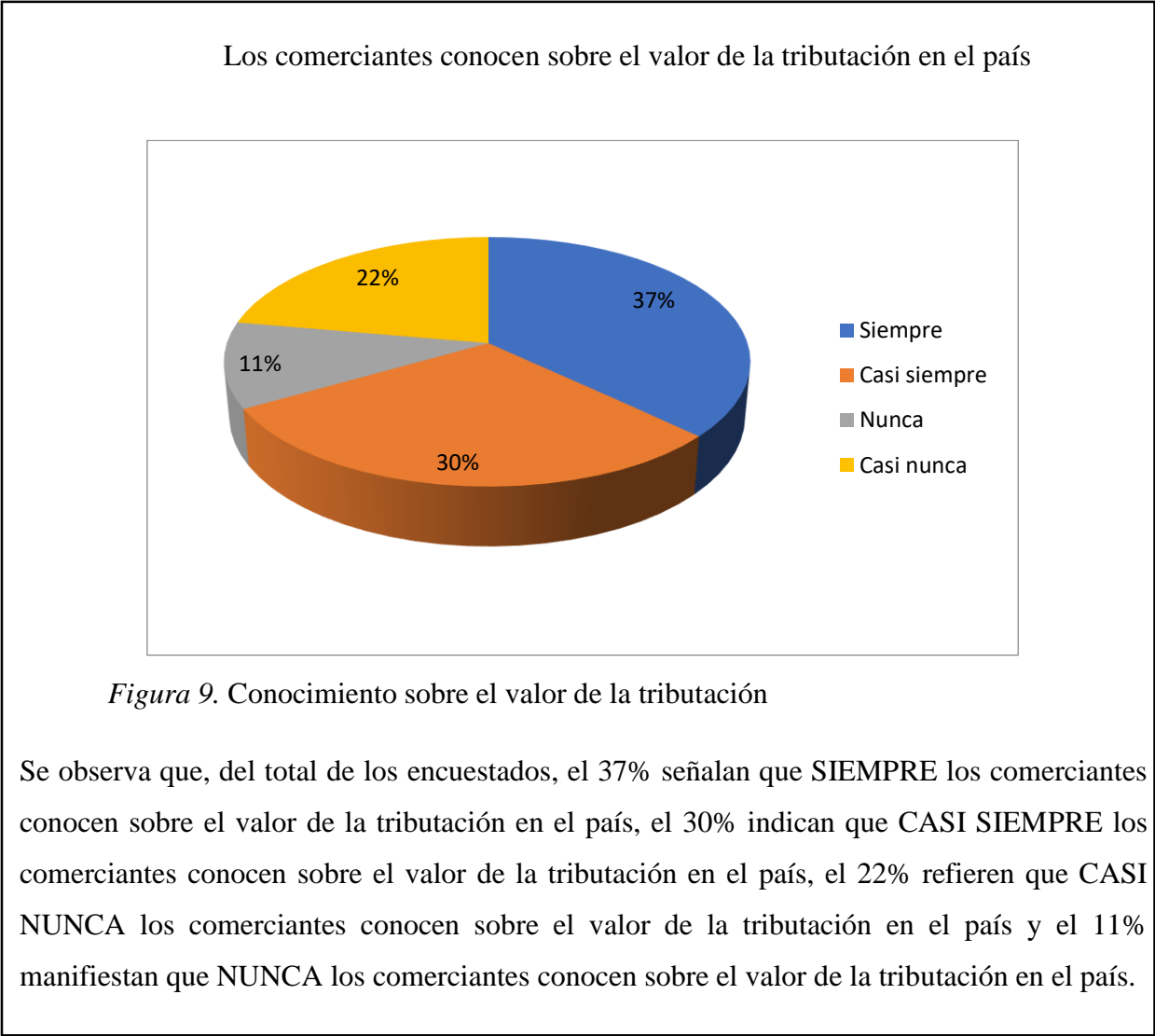
Se observa que del total de los encuestados, el 44% señalan que SIEMPRE tienen un nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación, el 22% indican que CASI SIEMPRE tienen un nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación, EL 19% refieren que CASI NUNCA tienen un nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación y el

15% manifiestan que NUNCA tienen un nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación.

Tabla 11
Los comerciantes conocen sobre el valor de la tributación en el país

Valoración	Frecuencia	
	N	%
Siempre	20	37
Casi siempre	16	30
Nunca	6	11
Casi nunca	12	22
TOTAL	54	100

Fuente: Elaboración propia



IV. Discusión

Considerando los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación, los objetivos planteados y el marco teórico con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada, se puede afirmar que los comerciantes de la Parada Municipal “Santa Rosa”, Bagua Grande, tienen un nivel básico de conocimiento sobre la cultura tributaria.

Con relación al objetivo general, que indica: determinar el nivel de conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019 se pudo corroborar que de acuerdo a los resultados se puede constatar que la cultura tributaria es un proceso lento de ir incorporando en el quehacer de las personas y que tiene una gran influencia en el crecimiento y desarrollo del país; pero es un factor que no es priorizado dentro del sistema tributario; prueba de ello es que los comerciantes de la Parada Santa Rosa, nunca no tienen conocimiento sobre tributación en Bagua Grande (57%) ni en el país (59%), entre ellos mismos no tratan el tema sobre tributación (74%), nunca conocen la importancia de tributar en Bagua Grande (59%) y no tiene conciencia sobre la relación que existe entre el pago de los impuestos y el desarrollo de Bagua Grande (65%) y los comerciantes no manejan información que relaciones el control y cumplimiento de las obligaciones tributarias con el incremento de impuestos y desarrollo del país (67%).

Estos resultados guardan relación con la investigación de Vega, Y. (2016). En sus tesis “Incidencia de la Evasión de Impuestos en la recaudación tributaria de Microempresas rubro comercial en el distrito de los Olivos”, quién corrobora que a los ciudadanos le hace falta tener conciencia tributaria y por ello impide cumplir con el plan de recaudación y desarrollo de las obligaciones tributarias.

Considerando los objetivos específicos, sobre identificar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019, se evidencia una conducta que tienen los comerciantes para tributar, nunca o casi nunca es favorable (30%), los comerciantes consideran que nunca o casi nunca es importante la tributación y cumplir con sus obligaciones (63%), los comerciantes no manejan información que si se aplica un control para cumplir con la obligaciones, va incrementar los impuestos del país (67%)

Entre las principales causas están vinculadas al conocimiento, conciencia y manejo de información sobre el valor de la tributación en la región y en el país. Por ello, los comerciantes nunca o casi nunca conoce las normas tributarias básicas (85%), nunca o casi nunca tienen conocimiento sobre las ventajas de cumplir con los pagos tributarios (56%), los comerciantes nunca o casi nunca conocen sobre los beneficios que obtendrían si pagan puntual sus impuestos (67%), los comerciantes no tienen información sobre los lugares que brindan información o capacitación sobre tributación (41%).

Con relación al objetivo específico sobre conocer el nivel de educación tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019, la prioridad de tener una cultura tributaria ciudadana no se ha establecido desde el quehacer diario el cumplimiento de las políticas y estrategias del sistema tributario; es por eso que nunca o casi nunca han desarrollado alguna estrategia para inducir en los comerciantes para valorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias (78%), falta fortalecer la relación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad provincial sobre tributación (34%), los comerciantes desconocen sobre el valor de la tributación en el país (63%), la propaganda que realiza la SUNAT a través de los medios de comunicación no es escuchada.

Desde estos resultados se confirma lo establecido en el objetivo específico sobre proponer un programa de capacitación tributaria para fomentar la cultura tributaria en los comerciantes de la Parada Municipal “Santa Rosa”, que consiste establecer las bases de la responsabilidad para el cumplimiento de las obligaciones tributarias desde los espacios locales a través de la recuperación, fomento y transmisión de valores y principios desde el hogar, los estudiantes y los ciudadanos en general para evitar acciones fraudulentas, informalidad y evasión tributaria

Los resultados obtenidos tienen relación con la investigación de Julcamorro, A. y Machuca, S. (2017) sobre “Influencia de la Cultura Tributaria en la Evasión de Impuestos en los Comerciantes de las Galerías Arcángel”, quienes confirman lo que hemos descrito al determinar que los comerciantes de las Galerías Arcángel evaden impuesto, en un porcentaje de 69.4%, llegando a la conclusión que la mayoría de ellos no tienen cultura tributaria, y que el 30,6% no evaden impuestos pero de ellos el 28,2% no tienen conciencia tributaria sino que pagan sus impuestos por obligación y solo el 2,4% tienen cultura y conciencia tributaria; por

afirman que la cultura tributaria influye significativamente en la evasión de impuestos en los comerciantes de las estas Galerías.

De manera similar, los resultados de la presente investigación tienen relación con la investigación de Vargas (2016) sobre “Nivel de Evasión Tributaria del nuevo RUS y su efecto en la recaudación de impuestos en la Intendencia Regional de Lambayeque”, concluye que ante un alto nivel de cultura tributaria, esta influye de manera positiva para evitar la evasión de impuestos ya que es una cultura donde se reflejan valores tributarios y éticos que van ayudar a que los contribuyentes paguen sus impuestos voluntariamente; existe una relación directa significativa entre la cultura tributaria y la evasión tributaria.

V. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Los comerciantes de la Parada Municipal “Santa Rosa” tienen poco o casi ningún conocimiento sobre la cultura tributaria, evaden los impuestos tributarios, porque la conducta que tienen los comerciantes para tributar, nunca o casi nunca es favorable; sienten que no han sido instruidos en este aspecto contable y que, en su mayoría, el temor de ser cerrados por la SUNAT, lo hace incrementar su temor por tener algún tipo de relación con la institución.

Las causas por las cuales los comerciantes de la Parada Municipal “Santa Rosa” evaden el pago de sus impuestos tributarios, están vinculadas al conocimiento, conciencia y manejo de información sobre el valor de la tributación en la región y en el país. Por ello, los comerciantes nunca o casi nunca conoce las normas tributarias básicas y su nivel de conciencia es bastante bajo; tienen solo un enfoque de importancia personal o familiar, y le restan importancia a la tributación que podrían generar desde un aspecto formal.

La educación tributaria, influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias porque no se ha establecido desde el quehacer diario el cumplimiento de las políticas y estrategias del sistema tributario; es por eso que nunca o casi nunca han desarrollado alguna estrategia para inducir en los comerciantes para valorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Los comerciantes desconocen sobre el valor de la tributación en el país y consideran importarle poco lo que realiza la SUNAT a través de los medios de comunicación para mejorar la cultura tributaria. Los comerciantes siempre expresan su voluntad de pagar puntualmente sus obligaciones tributarias, pero queda solo en intenciones.

5.2. Recomendaciones

La SUNAT debe mejorar las relaciones con los comerciantes para dar a conocer sobre el rol que tiene la tributación en el desarrollo del país, para lo cual requiere de la participación de los comerciantes en los programas educativos, campañas de sensibilización y capacitación sobre tributación

Deber ser una política de prevención en evasión tributaria la de promover una educación cívica tributaria orientada a fortalecer la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Es elemental que las relaciones entre la SUNAT y los contribuyentes sean de confianza y garantía, así se evita ver a la SUNAT como un ente sancionador que no respeta a los pequeños comerciantes.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria debe promover la implementación de nuevos programas de capacitación y difusión sobre tributación orientada los contribuyentes y a todos los ciudadanos del país con la finalidad de incrementar la cultura tributaria, ya que los existentes no vienen alcanzando sus objetivos.

VI. Referencias

- Administración Federal de Ingresos Públicos. (2017). AFIP. Obtenido de <http://www.afip.gov.ar/>
- Atoche Reyes, R. M. (2016). La Cultura Tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV – Renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado Modelo de Sullana en el año 2015. Piura.
- Bravo Salas, F. (Junio de 2011). Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria. Revista de Administración Tributaria N° 31.
- Claro Pino, M. A., & Herrera Sánchez, L. C. (2015). Impacto de la Evasión del Impuesto de industria y comercio generado por los pequeños comerciantes del Municipio de Ocaña. Colombia:
<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/768/1/27898.pdf>. Obtenido de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/handle/123456789/768>
- Delgado Lobo, M. (2005). La Educación fiscal en España. Madrid.
- Hernández, R., Fernández C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (7ª. ed.). México: McGraw Hill Educación.
- La República. (2 de Enero de 2017). Gobierno debe fomentar la educación y la cultura tributaria para erradicar la informalidad. Obtenido de <http://larepublica.pe/economia/835950-gobierno-debe-fomentar-la-educacion-y-la-cultura-tributaria-para-erradicar-la-informalidad>
- López Camacho, E. (31 de Mayo de 2016). Ni 10% de comerciantes minoristas paga impuestos en Cochabamba. Diario Los Tiempos, págs. <http://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20160531/ni-10-comerciantes-minoristas-paga-impuestos-cochabamba>
- Ortiz Balaguera, L. G. (2016). Análisis de la Cultura Tributaria de los contribuyentes en el mercado público del Municipio de Ocaña frente al Impuesto de Industria y Comercio. Colombia:
<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/1315/1/29515.pdf>. Obtenido de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/handle/123456789/1315>

Peñaranda Castañeda, C. (9 de Marzo de 2016). Según la OCDE alta evasión fiscal afecta al desarrollo y al crecimiento inclusivo. Instituto de Economía y Desarrollo, <http://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/iedep-revista/iedep.%20070316.pdf>. Obtenido de <http://peru21.pe/economia/camara-comercio-lima-luchar-contr-evasion-impuestos-clave-2240896>

Portafolio. (14 de Octubre de 2016). Portafolio. Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/monotributo-la-propuesta-que-tiene-alarmados-a-los-pequenos-comerciantes-501031>

Roca, C. (Abril de 2008). Estrategias para la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42,. Obtenido de https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjMit-r_OTUAhWB6SYKHeAHC3QQFgggMAA&url=http%3A%2F%2Fportal.sat.gob.gt%2Fsitio%2Findex.php%2Fleyes%2Fdoc_download%2F1277-cultributaria.html&usg=AFQjCNF_Sk9zHMIJ8EKVch9F3uqJR4r71w

SUNAT. (2017). SUNAT. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/culturatributaria/>

Vargas Villafuerte, S. d. (2016). Nivel de Evasión Tributaria del nuevo RUS y su efecto en la recaudación de impuestos en la Intendencia Regional de Lambayeque. Chiclayo.

Vega López, Y. (2015). Incidencia de la Evasión de Impuestos en la recaudación tributaria de Microempresas rubro comercial en el distrito de los Olivos caso: “CODRY” SAC. – 2015. Lima: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1104/MICROEMPRESAS_IGV_EVASION_TRIBUTARIA_VEGA_LOPEZ_YUDIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

VII. Anexos

7.1. Anexo 01: Cuestionario



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Contabilidad

ENCUESTA

En el presente instrumento de medición, se busca saber la opinión que tienen los comerciantes sobre la cultura tributaria. Responder sólo una opción de cada uno de los ítems propuestos, donde:

- 1: Nunca
- 2: Casi nunca
- 3: Casi siempre
- 4: Siempre

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4
1	¿Los comerciantes tienen algún nivel de conocimiento básico sobre tributación en Bagua Grande?				
2	¿Los comerciantes, tienen conocimientos sobre el sistema tributario en el país?				
3	¿Entre los comerciantes, se trata el tema sobre tributación en el país?				
4	¿Existe una conducta de tributación favorable en los comerciantes en Bagua Grande?				
5	¿Tienen conocimientos sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias?				
6	¿Tienen información que si se aplica un control del cumplimiento de obligaciones tributaria permite incrementar los impuestos en el país?				
7	¿Desarrollan alguna estrategia para inducir en los comerciantes para valorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias?				

8	¿Tienen un nivel de vinculación entre los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa de Bagua Grande, la SUNAT y Municipalidad sobre tributación?				
9	¿Los comerciantes conocen sobre el valor de la tributación en el país?				

7.2. Anexo 02: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿Cómo se encuentre la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019?	<p>General Determinar el nivel de conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019.</p>	<p>H: El conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa permitirá dejar recomendaciones para su aprovechamiento.</p>	Cultura tributaria	Investigación cuantitativa, descriptiva, de corte transversal.	La población está conformada por el total de comerciantes identificados que fueron 210	Encuesta	Estadística Descriptiva
	Específicos			DISEÑO	MUESTRA	INSTRUMENTOS	
	<p>Identificar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019.</p> <p>Conocer el nivel de educación tributaria de los comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande, 2019.</p>			No experimental	La muestra está conformada por 54 comerciantes	Cuestionario	

7.3. **Anexo 03: Validación del instrumento**

