



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

TESIS

**“INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA
FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2018”**

PRESENTADO POR:

Bach. BRAVO VASQUEZ JUAN EUDES

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

Jaén, Marzo 2018

Dedicatoria

A mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme en el proceso de mi formación.

A Dios porque estamos totalmente seguros de que Él es nuestro principal ayudador, quien con su amor no solo nos ha dado vida, sino que nos ha permitido prepararnos intelectualmente para dar testimonios de nuestro esfuerzo universitario.

Juan Eudes

Agradecimiento

A Dios por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante este periodo de estudios.

A mi familia por el apoyo brindado a lo largo de mi formación.

Juan Eudes

Índice

| | |
|---|-----|
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Índice..... | iv |
| Índice de tablas..... | vii |
| Resumen..... | ix |
| Abstract..... | x |
| Introducción..... | 11 |
| CAPÍTULO I: PROBLEMA..... | 13 |
| 1.1. Planteamiento del problema..... | 13 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 16 |
| 1.3. Objetivos..... | 16 |
| 1.4. Justificación..... | 16 |
| 1.4.1. Justificación teórica..... | 16 |
| 1.4.2. Justificación metodológica..... | 17 |
| 1.4.3. Justificación institucional..... | 17 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO..... | 19 |
| 2.1. Antecedentes..... | 19 |
| 2.1.1. A nivel internacional..... | 19 |
| 2.1.2. A nivel nacional..... | 21 |
| 2.1.3. A nivel local..... | 23 |
| 2.2. Bases Teóricas..... | 25 |
| 2.2.1 Teorías que fundamentan la investigación..... | 25 |
| 2.2.1.1 Teoría de la Disuasión..... | 25 |
| 2.2.1.2 Teoría de la Influencia Social..... | 25 |
| 2.2.2 Cultura tributaria..... | 25 |
| 2.2.2.1 Definiciones de cultura tributaria..... | 25 |
| 2.2.2.2 Importancia de la cultura tributaria..... | 26 |
| 2.2.2.3 Definición de conciencia tributaria..... | 27 |
| 2.2.2.4 Medidas para incrementar la cultura tributaria..... | 27 |
| 2.2.3 La formalización de los comerciantes..... | 31 |

| | | |
|---|---|----|
| 2.2.3.1 | El Comercio informal y el uso del espacio público | 31 |
| 2.2.3.2 | Economía informal | 32 |
| 2.2.3.3 | Negocios informales | 33 |
| 2.2.3.4 | Incidencia del comercio informal en la alteración del orden público. | 35 |
| 2.2.3.5 | Dimensiones de formalización comercial: | 35 |
| 2.3. | Definición de la terminología | 36 |
| 2.3.1. | La administración tributaria: | 36 |
| 2.3.2. | Comerciante | 36 |
| 2.3.3. | Conciencia tributaria | 36 |
| 2.3.4. | Cumplimientos tributarios | 37 |
| 2.3.5. | Educación tributaria | 37 |
| 2.3.6. | Orientación al contribuyente | 37 |
| 2.3.7. | Tributación | 37 |
| 2.4. | Hipótesis | 37 |
| 2.5. | Variables de Estudio | 37 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | | 41 |
| 3.1. | Ámbito de estudio | 41 |
| 3.2. | Tipo de investigación | 41 |
| 3.3. | Nivel de investigación | 42 |
| 3.4. | Método de investigación | 42 |
| 3.5. | Diseño de investigación | 43 |
| 3.6. | Población y muestra | 43 |
| 3.7. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 45 |
| 3.8. | Procedimiento de recolección de datos | 45 |
| 3.9. | Técnicas de procesamiento y análisis de datos | 45 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS | | 48 |
| 4.1. | Presentación de resultados | 48 |
| 4.2. | Discusión | 70 |
| CONCLUSIONES | | 74 |
| RECOMENDACIONES | | 75 |
| REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA | | 76 |

| | |
|---|-----|
| ARTÍCULO CIENTÍFICO | 80 |
| Anexos..... | 99 |
| Anexo N° 01: Matriz de Consistencia..... | 99 |
| Anexo N° 02: Encuesta | 101 |
| Anexo N° 03: Resolución De Aprobación De Plan De Tesis..... | 103 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| TABLA 1: ALGUNA VEZ USTED ASISTIÓ A ESCUCHAR CHARLAS DICTADAS POR LA SUNAT SOBRE INFORMACIÓN TRIBUTARIA..... | 48 |
| TABLA 2: CUÁNDO ASISTIÓ A SUNAT LE INFORMARON SOBRE CULTURA TRIBUTARIA..... | 49 |
| TABLA 3: LA INFORMACIÓN QUE RECIBIÓ SOBRE CULTURA TRIBUTARIA HA SIDO LA MÁS INDICADA HASTA AHORA POR SUNAT | 50 |
| TABLA 4: CREE QUE ES IMPORTANTE ESTAR INFORMADOS SOBRE LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE TENER UN NEGOCIO FORMAL | 51 |
| TABLA 5: LO HA VISITADO ALGÚN REPRESENTANTE DE SUNAT EN SU NEGOCIO PARA GUIARLO EN COMO FORMALIZAR SU NEGOCIO | 52 |
| TABLA 6: PARA USTED HA SIDO SATISFACTORIA LA ORIENTACIÓN DEL REPRESENTANTE DE SUNAT Y LAS RESPUESTAS QUE BRINDÓ A SUS CONSULTAS..... | 53 |
| TABLA 7: USTED CREE QUE LA FORMA DE DIFUNDIR LA POLÍTICA TRIBUTARIA QUE UTILIZA EL ESTADO ESTÁ ORIENTADA A LA FORMALIZACIÓN DE TODOS LOS CONTRIBUYENTES | 54 |
| TABLA 8: EN SU OPINIÓN EL GOBIERNO ACTUAL TIENE IMPLEMENTADA UNA POLÍTICA DE FORMALIZACIÓN Y FACILITA SU CUMPLIMIENTO A LOS CONTRIBUYENTES | 55 |
| TABLA 9: DE ACUERDO A LA UBICACIÓN DE SU NEGOCIO, CREE USTED QUE SE AUMENTARÍAN SUS INGRESOS SI LO FORMALIZA..... | 56 |
| TABLA 10: PARA INICIAR SU NEGOCIO REALIZÓ ALGÚN PRÉSTAMO | 57 |
| TABLA 11: ES RENTABLE PARA USTED MANTENERSE EN LA INFORMALIDAD | 58 |
| TABLA 12: LA RENTABILIDAD QUE LOGRA EN SU NEGOCIO ESTÁ DE ACUERDO A SUS EXPECTATIVAS EMPRESARIALES..... | 59 |
| TABLA 13: EN ALGUNA INSTITUCIÓN PÚBLICA LE HAN BRINDADO ORIENTACIÓN SOBRE NORMATIVIDAD DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL | 60 |
| TABLA 14: SABE USTED QUE TRÁMITES DEBE REALIZAR PARA FORMALIZAR UN NEGOCIO..... | 61 |
| TABLA 15: ASISTIÓ A SUNAT POR ORIENTACIÓN SOBRE FORMALIZACIÓN DE SU NEGOCIO | 62 |
| TABLA 16: TIENE LA DECISIÓN DE FORMALIZAR SU NEGOCIO..... | 63 |
| TABLA 17: TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS QUE OBTENDRÍA SI FORMALIZA SU NEGOCIO..... | 64 |
| TABLA 18: CONOCE LOS DIFERENTES RÉGIMENES TRIBUTARIOS VIGENTES EN NUESTRO PAÍS..... | 65 |
| TABLA 19: SI FORMALIZA SU NEGOCIO, CREE USTED QUE SE FORTALECERÁ SU NEGOCIO..... | 66 |

| | |
|--|----|
| TABLA 20: SI EXISTIERA LA INICIATIVA DE FORMAR UN GRUPO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA. USTED SE INTEGRARÍA..... | 67 |
| TABLA 21: LO HAN VISITADO REPRESENTANTES DE LA MUNICIPALIDAD O SUNAT PARA FISCALIZAR SU NEGOCIO | 68 |
| TABLA 22: HA SIDO ÚTIL PARA USTED LA VISITA DE LOS REPRESENTANTES DE LA MUNICIPALIDAD O SUNAT PARA MEJORAR SUS CONOCIMIENTOS DE FORMALIZACIÓN | 69 |

Resumen

La presente investigación titulada “Influencia de la Cultura Tributaria en la Formalización de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018”, es un trabajo científico respaldado en teorías importantes como: La Teoría de Disuasión desarrollada por Allingham y Sadmo y Teoría de la Influencia Social de Asch.

El Objetivo de la investigación fue: Determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018, la que se realizó con búsqueda de investigaciones previas, libros y aplicación de la encuesta a los comerciantes ambulantes.

El tipo de estudio metodológico utilizado fue el descriptivo – explicativo con diseño no experimental.

En los resultados se llegó a determinar que el nivel de conocimientos de cultura tributaria es bajo, y a pesar de ello los comerciantes ambulantes muestran actitudes positivas para formalizar sus negocios, debiendo los funcionarios de SUNAT y la Municipalidad como entes involucrados en la política económica y tributaria del país brindarles mayor educación y orientación en el proceso de formalización de sus negocios.

Palabras Claves

Cultura Tributaria, Formalización Comercial, Comerciante, Informalidad.

Abstract

This research entitled "Influence of the Tax Culture in the Formalization of Market Merchants Roberto Segura de Jaén, 2018", is a scientific work supported by important theories such as: The deterrence theory developed by Allingham and Sadmo and theory of influence Asch social

The objective of the research was: To determine the influence of the tax culture on the formalization of the Market Merchants Roberto Segura de Jaén, 2018, which was carried out with the search of previous investigations, books and application of the survey to itinerant merchants.

The type of methodological study used was descriptive - explanatory with non experimental design.

In the results it was determined that the knowledge level of Culture would be Low Tax, and despite this the itinerant traders show positive attitudes to formalize their businesses, SUNAT officials and the Municipality as entities involved in the economic and tax policy. of the country to provide them with more education and guidance in the process of formalizing their businesses.

Keywords

Tax Culture, Commercial Formalization, Merchant, Informality.

Introducción

El presente trabajo de Investigación, es un estudio realizado en el Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaén en el 2018. Donde se trata de determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes informales del Mercado Roberto Segura, y como esta cultura influye en las actitudes de los comerciantes ambulantes en formalizar sus negocios.

Se ha determinado que los comerciantes del Mercado Roberto Segura, necesitan que se les proporcione información sobre la importancia de formalizar sus negocios, por lo que la Administración Tributaria (SUNAT) tiene que realizar actividades educativas y fortalecer los conocimientos de los comerciantes en el aspecto tributario y los beneficios de ser un negocio formal.

Para lograr el objetivo del presente estudio, se realizó búsqueda de información, mediante actividades de recopilación y selección de información, para posteriormente ordenarla, estructuradas y clasificadas de acuerdo a los capítulos siguientes:

Capítulo I. Problema de Investigación: describe el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos de la investigación y justificamos el por qué de la investigación.

Capítulo II. Marco Teórico: Se abordan los antecedentes de estudio, teorías que sustentan la investigación, bases teóricas - científicas, hipótesis y operacionalización de las variables de investigación.

Capítulo III. Metodología de la Investigación: Describe el tipo de investigación, diseño de investigación empleado, población, muestra, métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como las técnicas de procesamiento de los datos.

Capítulo IV. Resultados: Comprende la presentación y discusión de los resultados.

Finalmente se presentan las referencias bibliografías y los respectivos anexos.

CAPÍTULO I:

PROBLEMA

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La economía informal es un fenómeno complicado que existe en todas las economías y que obstaculiza el desarrollo de los países. A pesar de que la informalidad ha sido un tema tratado por el gobierno aún no ha podido ser resuelto, por lo que se deben crear propuestas relacionadas a la lucha contra el sector informal, y a la vez; se deben brindar facilidades, con la finalidad de que formalicen sus negocios y no sigan manteniendo al margen de la ley.

Samayoa (2017) indica que históricamente el tema fiscal en Guatemala ha sido polémico y complejo, ya que no se cuenta con una cultura tributaria. Este factor ha sido influido por los cambios que el sistema tributario ha tenido desde ya hace varias décadas, no obstante uno de los mayores cambios se dio con la firma de los acuerdos de paz, cuyo propósito era fortalecer la confianza de los contribuyentes en las autoridades públicas y por supuesto el aumento progresivo en las cargas tributarias. Este factor tan importante se ha visto menoscabado ya que durante los últimos años las autoridades se han visto coludidas en temas de corrupción, con un mal manejo de fondos públicos e incidiendo en la propia Administración Tributaria, afectando así una sana cultura tributaria.

Bonilla (2014) en Colombia manifestó que la necesidad de recaudar impuestos para satisfacer las necesidades de la colectividad ha estado presente en el desarrollo de todas las formas de Estado. Así como desde el punto de vista de la justicia, no es suficiente recaudar sin una política redistributiva clara, desde la perspectiva de la legitimidad, es necesario recaudar con una aceptación voluntaria de los impuestos por parte de los ciudadanos. La cultura tributaria es uno de los mecanismos que contribuyen a hacer más completos los sistemas tributarios.

Para Rodríguez (2012) en México, el número de ambulantes es tan preocupante para los orquestadores de la economía nacional que la Secretaría de Hacienda ha planteado el cobro de un gravamen que hace llamar Impuesto Contra la Informalidad (ICI), que si bien no frenará el comercio ambulante, por lo menos intentará ampliar la base de contribuyentes inscrita en el Registro Federal con el fin de obtener información de lo que está detrás del fenómeno y de las actividades ilícitas que encubre. Los líderes de los vendedores ambulantes reproducen fuera del gobierno y las instituciones, las prácticas que por años caracterizaron al sistema político mexicano (p. 25).

García (2017), La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta cultura encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes. Esto va de la mano con la confianza y credibilidad al gobierno. Además, el empresario peruano sí desea pagar sus impuestos, pero también siente que hay sobrecostos, pero a pesar de ello, los paga por que una empresa mientras más formal sea, hay más garantía de éxito.

En Pucallpa, Tamani (2013) indica que todos los ciudadanos de un país deben poseer una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que le pertenecen a la población, el estado es el administrador del producto de los tributos, lo cual significa que es dinero de todos y todas, el mismo que debe

ser invertido en gastos publicos de acuerdo a las necesidades prioritarias de la poblacion. La formacion de la cultura tributaria implica un trabajo sistematico.

Para Cuba (2016), la reducción de la informalidad ha sido escogida como una de las principales metas del gobierno. Pero la formalidad tiene varias dimensiones. Dependiendo de qué transacciones se hacen de espaldas a las normas legales vigentes, se habla de diversos tipos de informalidad. Existe informalidad empresarial, tributaria y laboral, a veces los tres tipos coinciden, otras no. Es decir, existen empresas que no operan bajo la normatividad de su sector, otras que sí lo hacen, pero evaden impuestos y tienen trabajadores dependientes al margen de las leyes laborales. Por lo que cada tipo de informalidad tiene sus propias causas. En general, si las empresas y las personas fuesen más productivas, las leyes menos rígidas y su cumplimiento menos flexible, habría menos informalidad empresarial y laboral.

En Jaén podemos apreciar que en los últimos años se padece un incontrolable comercio informal, problema que se ha incrementado tanto que la autoridad municipal ha perdido el control, el comercio informal se ha transformado, dejando atrás lo tradicional, hasta llegar a un comercio ambulatorio desordenado y con rasgos de apropiación indefinida de ciertos sectores de la ciudad, ejemplo de ello es el Mercado Roberto Segura, donde en su mayoría reina el desorden y la informalidad.

Tanto la SUNAT como el Gobierno Local poco o nada han hecho para mejorar el problema de informalidad, los problemas que origina el comercio informal en una ciudad no sólo atentan contra la seguridad, orden urbano, control, sino también afecta al ecosistema, como se conoce se empieza con la informalidad y luego se genera el comercio ambulatorio. La ciudad de Jaén está desbordada y descontrolada, lo cual no permite un desarrollo y quita la voluntad de aporte de aquellos que están debidamente formalizados y genera baja recaudación tributaria en las ciudades.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera la cultura tributaria influye en la formalización de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Conocer el nivel de conocimientos sobre cultura tributaria que tienen los comerciantes ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén.
- b) Identificar las actitudes de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, frente a la formalización.
- c) Establecer los efectos que la cultura tributaria genera en la formalización de los comerciantes ambulantes del Roberto Segura de Jaén, 2018.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

Para justificar la parte teórica, durante el proceso de la investigación se tiene que hacer búsqueda y selección de información de diversos autores que se relacionen con las variables del presente estudio, dicha información puede ser sobre tesis, revistas, artículos, libros y otros que se relacionen con la investigación y que sirvan de sustento y fundamenten para la presente, con la finalidad de establecer mecanismos que ayuden a mejorar el fortalecimiento de la cultura tributaria en los comerciantes. Los resultados de esta investigación van a permitir encontrar el conocimiento teórico sobre el tema.

1.4.2. Justificación metodológica

Por que en la investigación hemos hecho uso del metodo científico, instrumentos y mecanismos de desarrollo relacionados con las variables de investigación. Hemos realizado una propuesta de acuerdo con las acciones de la investigación, la misma que se determinó mediante la aplicación de encuestas.

1.4.3. Justificación institucional

Porque pretende contribuir con el desarrollo institucional de nuestra universidad y ampliar los conocimientos para una formación adecuada de los estudiantes de la carrera de contabilidad en el aspecto ético y humanístico para que realicen aportes positivos en el desarrollo del ámbito empresarial, con nuevos enfoques teóricos y metodológicos que van a servir como aporte para mejorar la formalización de los comerciantes de la ciudad de Jaén, generando con esto orden y aporte al desarrollo de las ciudades y el país.

CAPÍTULO II:
MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

En el trabajo de investigación realizado por (Borja & Ortega, 2013); año 2013; Guayaquil- Ecuador; En su tesis “Cultura tributaria en las personas no obligadas a llevar contabilidad: Su efecto en la Recaudación de los impuestos en la Provincia del Guayas en el Cantón Guayaquil”; cuyo Objetivo General es: Determinar la Cultura tributaria en las personas no obligadas a llevar contabilidad, y su efecto en la recaudación de los impuestos en la Provincia del Guayas del Cantón Guayaquil permitiendo elaborar un conjunto de medidas concretas adaptables para fomentar, desarrollar e incrementar la cultura tributaria en nuestro país disminuyendo la evasión fiscal. El tipo de Investigación es descriptiva- explicativa.

Concluye que: Un porcentaje mayor de contribuyentes considera que una de las razones de su desmotivación era que existe “malversación de fondos por parte del Estado” demostrando la mala imagen que todavía existe de la administración y consideran que una mayor difusión e información al contribuyente mejorará la recaudación. Otra conclusión es: la falta de cultura tributaria en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil y con ello la necesidad de fomentarla y así mismo mejorar el cumplimiento voluntario de las obligaciones, es indispensable que los

contribuyentes tengan fe en la Administración Tributaria, en los funcionarios que para ella laboran y se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad. Recomendando; que la Administración Tributaria debe promocionar e incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, brindándole un formulario sencillo y simplificado a la hora de efectuar la declaración, ofreciendo servicios gratuitos en los que se busque acercar herramientas e información sobre la declaraciones, aprovechando al máximo los recursos disponibles y, en este caso, los tecnológicos, que sin duda redundan en un beneficio mutuo para el contribuyente y la Autoridad Fiscal.

En la investigación realizada por Romero & Vargas, (2013), año 2013. Ecuador. En su tesis titulada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la bahía “Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro”. Teniendo como objetivo General: Analizar en qué medida la Cultura Tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes; mediante encuestas, para contribuir al desarrollo social del Cantón Milagro. El tipo de investigación es exploratorio- explicativo.

Concluye: Las estrategias planteadas posiblemente contribuirán a la generación de Cultura Tributaria y a mejorar en gran parte la calidad de información en cada uno de los ciudadanos acerca de los impuestos, deberes-derechos como futuros contribuyentes y el rol importante que el Estado desempeña dentro de la sociedad. Finalmente recomienda que: Con el fin de incrementar la calidad de servicio, información y satisfacción al contribuyente, se sugiere que la Administración Tributaria instale un stand para distribuir gratuitamente recursos o materiales tendientes a formar y orientar.

En la investigación realizada por Solano, (2014); año 2014. Guatemala. En su tesis “Mecanismos legales que debe crear las Instituciones del Estado de Guatemala para controlar la Actividad de los Comerciantes informales”, teniendo como objetivo General: Elaborar un análisis sobre las normas que puedan crear un mecanismo de

control sobre los comerciantes informales, fijos, semi fijos y eventuales, así como investigar sus antecedentes históricos, culturales y sociales. El tipo de investigación es descriptivo, utilizando el método analítico.

Concluye que; en Guatemala el comercio informal es el producto de una serie de problemas de diversa índole, que van desde los altos costos que representan para el comerciante informal establecer una empresa, así como las extremas exigencias tributarias a las que se vería sometido en caso de decidir dejar la clandestinidad. Recomendando que: El Ministerio de Economía a través de sus diferentes instituciones implemente un medio de información eficaz en diferentes idiomas de conformidad al pluriculturismo que impera en Guatemala, a manera de facilitar de forma sencilla y sin demasiados trámites burocráticos los mecanismos para que el comerciante informal pueda acceder a la formalidad sin los excesivos rigorismos a los que son sometidos.

2.1.2. A nivel nacional

En la investigación realizada por Gonzales, (2016); Trujillo – Peru; En su tesis “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”; cuyo Objetivo General es determinar el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016. El tipo de investigación empleada fue aplicada, ya que se utilizó conocimientos y teorías ya establecidos, y de nivel descriptivo.

Concluye que: El nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016 es bajo debido a que 25 de los comerciantes del mercado que realizaron la encuesta obtuvieron resultados por debajo del promedio equivalentes a un 83% del total de encuestados. Además, las causas que motivan la falta de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco son un bajo conocimiento tributario, desmotivación para pagar sus impuestos, debido a que el 37% opinan que sus gobernantes son corruptos y consideran que los impuestos son excesivos y que no les va a generar ningún beneficio. Recomendando; Asesorar a los comerciantes del mercado de Huanchaco a través de un profesional especializado en materia tributaria, enviado por SUNAT, para que puedan elevar el nivel de cultura tributaria y

comprendan realmente cuales son los beneficios de cumplir con sus obligaciones tributarias y acogerse al régimen tributario que mejor les convenga.

En la investigación realizada por Mogollón, (2014); En su Tesis “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región- Chiclayo, Perú”, cuyo objetivo general: determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012. El tipo de estudio es Descriptiva- explicativa, y el diseño de investigación es No experimental.

Llegando a la conclusión: el contribuyente chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía. Además, la gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados. Finalmente recomienda: El Estado debe analizar y redefinir las políticas existente sobre la inversión y los gastos, a fin de que estas permitan satisfacer los requerimientos de servicios públicos que demanda la sociedad, ya que la confianza que el gobierno sea capaz de inspirar al grupo social que dirige, incide directamente en el desarrollo de la cultura tributaria, de no ser así cualquier esfuerzo realizado a nivel educativo por instruir en ésta materia estaría destinado seguramente al fracaso.

En la investigación realizada por Cruzado & Remaycuna, (2015), año, 2015. Chiclayo- Perú. En su Tesis “Factores Asociados a la Informalidad de los Comerciantes Ambulantes del Sector Verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014”; cuyo objetivo general: Identificar los factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el mercado Moshoqueque de la región Lambayeque 2014. El tipo de investigación es descriptivo simple – explicativa.

Llegando a la conclusión: Uno de los factores internos es la baja escolaridad en el trabajo de investigación, de los encuestados el 54 % dijo tener primaria completa o incompleta, el 38 % dijo tener secundaria y superior completa o incompleta, mientras que solo el 8 % refirió no tener ningún grado de estudios. Según esto

podemos decir que la informalidad también se debe a la falta de preparación o estudios para poder acceder a un buen empleo. Recomendando: Que la SUNAT en coordinación con la Municipalidad de José Leonardo Ortiz deben de Brindar charlas informativas sobre los beneficios de la formalización empresarial, como el acceso a mayores créditos financieros, el acceso a mercados internacionales mediante el TLC, posibilidades de ser proveedores del Estado mediante los diferentes programas sociales de asistencia alimentaria.

2.1.3. A nivel local

En la investigación realizada por Julcamoro & Machuca, (2017), año 2017. Cajamarca - Perú. En su Tesis “Influencia de la Cultura Tributaria en la evasión de Impuestos en los Comerciantes de las Galerías Arcángel- Cajamarca 2017”, cuyo objetivo General es: Determinar la Influencia de la Cultura Tributaria en la evasión de impuestos en los comerciantes de las Galerías Arcángel Cajamarca 2017. El tipo de investigación es de diseño no experimental, transaccional y explicativo.

Donde concluye que: El 64.9% de los comerciantes de las Galerías Arcángel, no tienen cultura tributaria lo que influye preponderadamente en la evasión de impuestos, éstos cumplen con sus obligaciones por presión pero no por voluntad propia o por qué consideren la importancia que tienen el pago de impuestos en la recaudación fiscal y los beneficios sociales. Además, El nivel de cultura de los comerciantes de las Galerías Arcángel es muy deficiente, donde carecen de valores, costumbres y actitudes, respecto a la tributación consiente , ya que el 78% de dichos comerciantes no han recibido información y orientación sobre las contribuciones y su importancia para el beneficio social; y solo el 11% recibieron orientaciones tributarias algunas veces. Recomendado que: la SUNAT debe mejorar la difusión de la cultura tributaria mediante medios como la radio y la televisión, pasando spots publicitarios, periódicos más leídos donde se escriba artículos relacionados a las obligaciones tributarias, se recomienda buscar, diseñar estrategias o técnicas que le permita llegar directamente a los contribuyentes con personería jurídica o naturales, mas no

solamente a los responsables de llevar los estados financieros como son los contadores.

En la investigación realizada por Marin & Trauco, (2016), año 2016; Cajamarca- Perú. En su Tesis “Cultura Tributaria e Influencia en la Disminución de Infracciones más Frecuentes del Código Tributario por los Contribuyentes Régimen General Sunat Cajamarca 2015”, cuyo objetivo general es: Determinar el nivel de cultura tributaria de los contribuyentes del Régimen General de la Administración Tributaria en el distrito de Cajamarca y su influencia en la disminución de las infracciones tributarias más frecuentes del Código Tributario, periodo 2015, para proponer estrategias de mejora. El tipo de investigación es descriptiva, correlacional, con diseño no experimental.

Concluye que; La cultura tributaria de los contribuyentes influye significativamente en la disminución de infracciones tributarias más frecuentes del Código Tributario, Régimen General de la SUNAT del distrito de Cajamarca, según información procesada y reportada por la Administración Tributaria. Recomendando; que la SUNAT Cajamarca, debe difundir y promover la educación – cívico tributaria desde la escuela, para desarrollar cultura y conciencia tributaria en los ciudadanos. El Estado a través de la Administración Tributaria y el Ministerio de Educación deberán realizar una revisión al proyecto curricular existente a nivel de educación primaria, secundaria y superior, donde se incluya en su malla curricular el desarrollo agresivo de contenidos tributarios que genere una visión sobre la importancia del cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias y responder a las expectativas sobre la disminución de la infracción o evasión fiscal.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1 Teorías que fundamentan la investigación

2.2.1.1 Teoría de la Disuasión

De acuerdo a la teoría de disuasión desarrollada por Allingham y Sadmo (1972) “el pago de impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar en tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto” (Bravo, 2012).

2.2.1.2 Teoría de la Influencia Social

La teoría de la influencia social propone que el comportamiento humano se ve afectado por la sociedad en que se desenvuelven los individuos. Asch (1958) señala que la necesidad de aprobación social es de tal magnitud que los individuos aceptan las opiniones mayoritarias y ceden sus propias opiniones, inclusive siendo conscientes de que pueden ser equivocadas, con el único fin de pertenecer a un grupo y no ser rechazados socialmente. La influencia social puede ser informativa y normativa. La primera ocurre cuando los individuos sienten la necesidad de estar informados y la segunda cuando los individuos modifican su comportamiento adaptándolo a las expectativas de los otros con la finalidad de ser aceptados por ellos. (Timaná & Pazo, 2014).

2.2.2 Cultura tributaria

2.2.2.1 Definiciones de cultura tributaria

Según Huere & Muña, (2016), nos dice; que cultura es el conjunto de símbolos tales como: valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.; y objetos dentro de los que encontramos: vestimenta, vivienda, productos, obras de arte, herramientas, etc.; que

son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana (p. 33).

Para, Borja & Ortega, (2013); definen a la cultura tributaria como el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado (p. 44).

Según Bromberg (2009), citado por Bonilla, (2014); la cultura tributaria se define como un “conjunto de acciones con pretensión de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar la disposición de un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas (p. 23).

Para obtener una cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento de los contribuyentes, se necesita tiempo; es por ello, que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lento, por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer (Huere & Muña, 2016, p. 37).

2.2.2.2 Importancia de la cultura tributaria

Según Burga, (2014), Nos dice que la cultura tributaria es importante ya que participa en el comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria. La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de

los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria (p. 35).

Tanto a la persona natural, como a la persona jurídica que desarrollan actividades generadoras de rentas de tercera categoría les interesa conocer y difundir la cultura tributaria que es una estrategia importante para posibilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y contribuir a la disminución de la evasión fiscal (Ramos & Remigio, 2015, p. 6).

Por ese motivo es la importancia especialmente en aquellas sociedades aquejadas por una conciencia tributaria débil y un Estado poco funcional, factores que generalmente se ven acompañados y agudizados por situaciones de crisis de valores sociales que refuerzan la hipótesis del divorcio entre cultura, moral y ley.

2.2.2.3 Definición de conciencia tributaria

La conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 27).

La Conciencia Tributaria se genera en un proceso en el cual concurren varios eventos que le otorgan causa, justificación y diferenciación social al comportamiento del ciudadano respecto de la tributación el resultado de este proceso de generación de Conciencia Tributaria es binario; es decir una persona puede adoptar la posición de tolerar o no la evasión, dando lugar a personas con Conciencia Tributaria Positiva y personas con Conciencia Tributaria Negativa (Mogollón, 2014, p. 20).

2.2.2.4 Medidas para incrementar la cultura tributaria

Según, Mogollón, (2014), Señala las siguientes:

a) La obligación tributaria - inversión futura.- Si bien es cierto que pagar los impuestos es una obligación ciudadana, no es menos cierto que la mejor manera de lograr la comprensión del público, es a través de una transparente rendición de cuentas, y esto se logra a través de la obra pública, la eficiencia de los servicios y la importancia de la tarea social. A medida que los ingresos que el Estado percibe por concepto de tributos aumenten, la colectividad podrá obtener mayores beneficios y mejores servicios públicos en aras de obtener una mejor calidad de vida y de lograr la tan deseada y necesaria seguridad social.

Para lograr un mejor futuro, se requiere la participación de la sociedad civil, la cual debe acompañar en rol estelar, ese proceso de transformación, bajo el signo de la eficiencia, equidad y la participación. Aportando y contribuyendo con las cargas públicas y mejorando su cultura tributaria, el ciudadano peruano logrará hacer realidad el futuro que tanto desea. Sin embargo, es indispensable que el Estado eduque a la ciudadanía de cómo con el tributo se financia el desarrollo del país. Ello implicará convertir conceptos fríos en mensajes atractivos y comprensibles para todos. (p. 34).

b) Facilitación del cumplimiento de la obligación tributaria.- El ordenamiento jurídico debe ser simple para que llegue a muchas más personas y la Administración Tributaria debe ser cada vez más, una organización de contacto directo con los ciudadanos, orientada al servicio del contribuyente, mejorando y facilitando el cumplimiento de las normas y el pago de los tributos; reduciendo los costos de cumplimiento, simplificando trámites, métodos y procedimientos y resolviendo oportunamente los reclamos y recursos ante la Administración, además; facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias es fácil (p. 35).

c) Actividades de educación tributaria.- Es indispensable la inducción de la cultura tributaria en la educación peruana, sobre la base de la premisa de que al inculcársele formación en esta área, desde los primeros niveles educativos, bien sea en instituciones públicas o privadas, se estaría contribuyendo a la formación de un nuevo peruano, porque el pagar impuestos es para muchos peruanos algo ajeno a su personalidad y esto ha conformado un círculo vicioso, donde la carga del financiamiento de los servicios públicos recae básicamente sobre la sociedad, en consecuencia, ésta no se siente con el derecho de exigir un buen funcionamiento de los servicios, ni el Estado en la obligación de prestarlos. Los derechos y deberes aprendidos en el hogar se refuerzan y amplían con lo aprendido en la escuela, y estos a su vez con lo que se aprende en la comunidad (p. 36).

A mayor práctica de valores mayor posibilidad de acercamiento a sociedades humanas más perfectas. La vía es la educación, ecuación formada de las partes:

Información + Forma de Pensar = Cultura.

d) Carencia de conciencia tributaria.- Hablar de carencia de una conciencia tributaria, significa que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado. Los factores intervinientes para el deficiente nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias son de diversa naturaleza, pero la falta de conciencia tributaria es uno de ellos y tiene gran importancia, ya que en buena cuenta refleja la relación entre el Contribuyente y el Fisco (p. 38).

e) Atención al contribuyente.- La Administración Tributaria no sólo tiene la función de recaudar el impuesto y de fiscalizar a los contribuyentes, sino que también tiene la función de prestar una adecuada atención al contribuyente.

La Administración tributaria debe proporcionar:

- i. Explicar las normas tributarias utilizando en lo posible un lenguaje claro y accesible.
- ii. Mantener oficinas en diversos lugares del territorio nacional que se ocuparán de orientar y auxiliar a los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones.
- iii. Elaborar los formularios y medios de declaración y distribuirlos oportunamente, informando las fechas y lugares de presentación.
- iv. Señalar con precisión, en los requerimientos dirigidos a los contribuyentes los documentos y datos e informaciones solicitados por la Administración Tributaria.
- v. Difundir los recursos y medios de defensa que puedan hacerse valer contra los actos dictados por la Administración Tributaria, entre otros (p. 40).

2.2.2.5. Dimensiones de cultura tributaria

Según Bravo (2012) tiene dos dimensiones: (p, 175)

a) Como proceso está referido a cómo se forma la conciencia tributaria en el individuo; es decir, a lo que denominamos formación de la conciencia tributaria en el cual concurren varios eventos que le otorgan justificación al comportamiento del ciudadano respecto de la tributación.

b) Como contenido está referido a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de del comportamiento del ciudadano respecto de la tributación. Rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que

los contribuyentes, las mujeres y los hombres, actúan. Le denominaremos cultura tributaria.

2.2.3 La formalización de los comerciantes

2.2.3.1 El Comercio informal y el uso del espacio público

De la relación entre Comercio Informal y Espacio Público emerge una categoría específica de éste a la que se le denomina comercio informal en vía pública, donde estarían insertos los comerciantes ambulantes de los alrededores del Mercado Roberto Segura de Jaén.

En la década del setenta se acuñó por primera vez el término “sector informal” para hacer referencia a todas las actividades que están excluidas de la Legislación o se encuentran fuera del ámbito regulatorio e impositivo (CEPLAN, 2016, p. 9).

Céspedes (2012) citado por Cotrina, (2016), nos explica que el comercio informal es un tipo de comercio no estructurado, no se rigen por leyes o normas que regulen las actividades comerciales.

Además, el comercio como actividad económica realizada por el hombre en sociedad tiene sus antecedentes en las primeras manifestaciones de la cultura, cuando se comprendió la necesidad de realizar el intercambio de objetos y productos para la satisfacción de necesidades humanas, entre los modos históricos de realizar el intercambio se encuentran aquellos que no presentan espacios específicos, destinados por las normas socioculturales y económicas de la sociedad, en ellas se enmarcan el comercio ambulante o el comercio informal (p.31).

En el caso de la ciudad de Jaén, desde hace muchos años viene sucediendo lo descrito anteriormente, además, hay también que observar sus peculiaridades comerciales y productivas, pues está considerado como el principal eje de desarrollo de la zona Nor-oriental y fronteriza del país, la Provincia de Jaén está ubicada en un

lugar estratégico y es la puerta de ingreso a nuestra Amazonia, lo que le da mayor importancia a las actividades comerciales que en esta suceden ciudad.

2.2.3.2 Economía informal

(INEI, 2014), la economía informal se determina en relación a dos universos de la macroeconomía: los establecimientos de las unidades de producción y los empleos de los trabajadores. El sector informal se refiere al primer universo; el empleo informal, al segundo (p.46).

a) Sector informal.- Un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo, en los casos en que existan - se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales.

El sector informal está constituido por establecimientos que pertenecen a los hogares, tienen producción de mercado y se encuentran al margen de las normas locales previstas para tener un reconocimiento administrativo. Además, se puede considerar que no llevan una contabilidad específica que permita distinguir sus gastos de los otros gastos de las familias que las albergan (p.46).

b) Empleo informal. Son aquellos empleos que no cuentan con los beneficios estipulados por ley como el acceso a la seguridad social pagada por el empleador, vacaciones pagadas, licencia por enfermedad, etc. Son empleos informales los:

i. Patronos y cuenta propia del sector informal,

- ii. Asalariados sin seguridad social (formal e informal)
- iii. Trabajadores familiares no remunerados (formal e informal) y trabajadores domésticos sin beneficios sociales (CEPLAN, 2016, p.10).

Peñaranda, (2014), En el accionar de una economía informal se encuentran empresas que buscan eludir el control del Estado, manteniendo un tamaño inferior al óptimo para gozar de beneficios tributarios o laborales, empleando mecanismos irregulares para la compra de bienes y servicios e incluso destinando recursos financieros para encubrir actividades ilegales. Son unidades productivas que utilizan y congestionan la infraestructura pública sin haber contribuido a ella a través de impuestos, afectando negativamente el accionar de las empresas formales. Una de las consecuencias directas es que la informalidad resta efectividad a la política fiscal y monetaria (p. 6).

En una economía informal no solo existen empresas o unidades productivas informales sino, también, trabajadores que laboran en condiciones de informalidad; por ello se expresa generalmente en términos de producción informal y empleo informal (CEPLAN, 2016, p. 11).

2.2.3.3 Negocios informales

(Alter, 2012). Son pocos los negocios informales que operan en aislamiento total de empresas formales. La mayoría de ellos compra las materias primas de empresas formales y/o suministra productos terminados a empresas formales, sea de manera directa o mediante empresas intermediarias (a menudo informales). La compra y el suministro de mercancías o servicios pueden llevarse a cabo mediante transacciones individuales, pero es más probable que se lleven a cabo mediante una red subsectorial de relaciones comerciales o una cadena de valor de relaciones subcontratadas.

- a) Transacciones individuales:** Algunos negocios informales u operadores por cuenta propia intercambian bienes y servicios con

empresas formales en lo que quizás se podría calificar como un intercambio abierto o puro en el mercado (como unidades independientes realizando transacciones entre ellos). En estos casos la empresa dominante en relación al conocimiento del mercado y al poder –normalmente la empresa formal controla el intercambio o la transacción.

b) Subsectores: Muchos negocios informales u operadores por cuenta propia producen e intercambian bienes y servicios con empresas formales en lo que se denomina subsectores, es decir, redes de unidades independientes involucradas en la producción y distribución de un producto o una mercancía particular. En tales redes, las unidades individuales están involucradas en una serie de transacciones con proveedores y clientes. Las condiciones de estas transacciones están en gran parte reguladas por la empresa dominante en las transacciones específicas (como arriba), pero también por las “reglas del juego” para el subsector en conjunto, las cuales están determinadas normalmente por las empresas dominantes en la red.

c) Cadenas de valor: Algunas empresas informales y operadores por cuenta propia y, por definición, todos los trabajadores subcontratados producen bienes dentro de una cadena de valor. Las condiciones de la producción en las cadenas de valor son determinadas en gran parte por la empresa líder: en las cadenas domésticas, una empresa nacional grande; y, en cadenas de valor globales, una empresa transnacional grande. Los proveedores principales de la empresa líder y a menudo empresas formales– también ayudan a determinarlas condiciones de los subcontratos con empresas y trabajadores informales más abajo en la cadena.

2.2.3.4 Incidencia del comercio informal en la alteración del orden público.

Cotrina, (2016), Se puede apreciar, que el comercio ambulatorio si tiene incidencia en la alteración del orden público, pues, como está asociado con escándalos y riñas callejeras, asaltos y robos, etc. los que ponen en peligro, no sólo la seguridad de la propiedad sino de las personas que son víctimas de los delincuentes; estos hechos, por tanto, exigen la intervención de la PNP como institución más caracterizada para mantener, proteger y asegurar el orden público (p. 48).

A modo de resumen podemos decir que el comercio informal surge una categoría en el sistema informal urbano: la mayoría de estos comercios informales son en vía pública, categoría que, a su vez, comprende a los comerciantes informales ambulantes y a los comerciantes informales de puesto fijo. Este tipo de comercio existe porque está legitimado de manera implícita, tanto por los ciudadanos como por las autoridades del estado.

2.2.3.5 Dimensiones de formalización comercial:

Según la (Organización Internacional del Trabajo, 2014) la formalización, tiene cuatro dimensiones: (pp. 8 - 12)

- a) Productividad:** La capacidad económica, tanto de empresas o comerciantes así como de los trabajadores, es un determinante fundamental para la formalidad. Un indicador sintético de esta capacidad es la productividad; sobre todo, la productividad del negocio.
- b) Normas:** en este indicador las experiencias analizadas permiten identificar que se ha operado en tres ámbitos principales. Capacitación; Simplificación; Diálogo social (perfeccionamiento, modificación)
- c) Incentivos:** El debate de políticas sobre la formalización se concentra en los costos que esta conlleva. es importante enfatizar que las medidas para incentivar la formalización a partir de la asignación de beneficios a

grupos específicos deben considerar la temporalidad óptima, la gradualidad del tránsito al régimen general y el alcance de la regulación, por lo que debemos tener en cuenta, la Vinculación a formalidad empresarial (registro, impuestos); Aproximaciones específicas (normas de formalización, acuerdos específicos, etc.)

d) Fiscalización: Cultura de cumplimiento con campañas de sensibilización y Fortalecimiento de la capacidad de inspección y/o modernizar la tecnología y las bases de información con las cuales operan.

2.3. Definición de la terminología

2.3.2. La administración tributaria:

“Es una Entidad de Derecho Público encargada por ley del desempeño de las funciones relativas a la aplicación y cumplimiento de determinado tributo” (Yangali, 2015, p. 197).

2.3.3. Comerciante

Todo individuo que, teniendo capacidad legal para contratar, ejerce por cuenta propia actos de comercio, haciendo de ello su profesión habitual. Toda persona que hace profesión de la compra o venta de mercaderías. El que compra y hace fabricar mercaderías para vender por mayor o menor. Denominase también como negociante. (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 146).

2.3.4. Conciencia tributaria

“Se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También la definen como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo” (Bravo, 2012, p. 175).

2.3.5. Cumplimientos tributarios

“Llevar a cabo la obligación tributaria de acuerdo a las regulaciones tributarias en el momento apropiado” (Marquina, 2014, p. 13).

2.3.6. Educación tributaria

Es transmitir ideas, valores y actitudes favorables a la responsabilidad fiscal y contrarios a las conductas defraudadoras (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 145).

2.3.7. Orientación al contribuyente

“Entre las obligaciones de la Administración Tributaria, el Artículo 84° del Código Tributario puntualiza que: La Administración Tributaria proporcionará orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente” (Bravo, 2012, p. 162).

2.3.8. Tributación

Tributación significa tanto el tributar, o pagar Impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la Riqueza, etc. (Castro & Quiroz, 2013, p. 29).

2.4. Hipótesis

General

Si promovemos mayor cultura tributaria entonces, mejorará la formalización de los comerciantes ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018.

2.5. Variables de Estudio

2.5.2. Definición conceptual

- a) **Cultura tributaria:** Es el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado (Borja & Ortega, 2013).

- b) **Formalización de comerciantes:** Es seguir lo que la ley nos manda para poder desarrollar determinada actividad económica, para que la misma sea considerada legal y además formal, y por lo tanto se pueda hacer uso de los beneficios que la misma ley otorga (Rivera & Silvera, 2012, p. 23).

2.5.3. Definición Operacional

- a) **Cultura tributaria:** Conformada por las dimensiones: Proceso, Contenido. Con los siguientes indicadores: Formación de la conciencia tributaria, Comportamiento del ciudadano - contribución; Sistemas de información, difusión y orientación.

- b) **Formalización de comerciantes:** Conformada por las dimensiones: Productividad, Normas, fiscalización. Con los siguientes indicadores: Capacidad Económica, productividad del negocio; capacitación y simplificación, dialogo social; cultura de cumplimiento, fortalecimiento de capacidad.

Definición Operativa de Variables e indicadores

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Técnica e Instrumento de recolección de datos |
|-------------------------------|---------------|--|--|
| Cultura Tributaria | Proceso | • Formación de la Conciencia Tributaria | Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario |
| | | • Comportamiento del Ciudadano – Tributación | |
| | Contenido | • Sistemas de Información | |
| | | • Difusión y orientación | |
| Formalización de Comerciantes | Productividad | • Capacidad Económica | Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario |
| | | • Productividad del negocio | |
| | Normas | • Capacitación | |
| | | • Simplificación y Dialogo Social | |
| | Incentivos | • Asignación de Beneficios | |
| | | • Formalidad Empresarial | |
| | Fiscalización | • Campañas de Sensibilización | |

CAPÍTULO III:
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2. **Ámbito de estudio**

El presente trabajo de investigación se desarrolló con los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018

3.3. **Tipo de investigación**

El tipo de estudio que se aplicó en este trabajo de investigación es de tipo Descriptiva – Explicativa.

Descriptiva, el mismo que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan. De acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 92), con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

Explicativa; porque de acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 95), los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables.

3.4. Nivel de investigación

Según Carrasco (2009) indica que:

La investigación descriptiva responde a las preguntas: ¿cómo son?, ¿dónde están?, ¿cuántos son?, ¿quiénes son?, etc.; es decir, nos dice y refiere sobre las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo histórico concreto y determinado (Carrasco, 2009 p. 41 - 42).

En la investigación explicativa o causal el investigador conoce y da a conocer las causas o factores que han dado origen o han condicionado la existencia y naturaleza del hecho o fenómeno en estudio. Así mismo indaga sobre la relación recíproca y concatenada de todos los hechos de la realidad, buscando dar una explicación objetiva, real y científica a aquello que se desconoce. Necesariamente supone la presencia de dos o más variables (Carrasco, 2009 p. 42).

3.5. Método de investigación

Según Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., y Cuevas, A. (2017). Señalan los siguientes métodos:

- a) **Método deductivo (cuantitativo)**, Es el método en el cual los investigadores parten de proposiciones generales o más universales para llegar a una afirmación particular.
- b) **Método inductivo (cualitativo)**, Es el método en el cual los investigadores parten de los hechos particulares o concretos para llegar a conclusiones generales.

3.6. Diseño de investigación

El diseño de investigación es el No Experimental, porque la investigación se efectúa sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar o medir fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos siguiendo siempre el planteamiento del problema (Hernández, Méndez, Mendoza, & Cuevas, 2017, p. 107).

El diagrama que le corresponde se resume en el siguiente esquema:

M ----- O

Dónde:

M: Representa la muestra de la cual se recogió información para el estudio.

O: Representa el resultado que se va a obtener

3.7. Población y muestra

3.6.1 Población

“Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández, Fernández, & baptista, 2014, pág. 174).

La población la constituyen los 150 Comerciantes del Mercado Roberto Segura de la provincia de Jaén.

| Descripción | Cantidad |
|--------------|----------|
| Comerciantes | 150 |
| TOTAL | 150 |

3.6.2 Muestra

“Una muestra es un subgrupo de la población o universo que nos interesa, sobre el cual se recolectaran los datos pertinentes y deberá ser representativo de dicha población” (Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., y Cuevas, A. 2017, p. 128).

Cuando es una población amplia se debe considerar esta fórmula para obtener una muestra.

| | |
|-------|-----------------------|
| $n =$ | $z^2 p q N$ |
| | $z^2 p q + e^2 (N-1)$ |

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población= 150

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

p = 0.5 Proporción de individuos de la población que carecen de cultura tributaria.

q = 0.5 Proporción de individuos de la población que no tienen interés de formalizar.

e = Margen de error permisible establecido por el investigador = 10%

Reemplazando:

| | |
|-------|------------------------------|
| $n =$ | $(1.96)^2 (0.5) (0.5) (150)$ |
|-------|------------------------------|

| | |
|--|---|
| | $(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (150-1)$ |
|--|---|

n = 59 sujetos.

Entonces podemos notar que la muestra sería de 59 personas para el objeto de investigación, con los que se realizará las encuestas respectivas.

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

“Son el conjunto de reglas y operaciones concretas para el manejo de los instrumentos, se sitúan a nivel de los hechos o de las etapas prácticas que permite la aplicación del método” (López, 2014, p. 8). La técnica a emplear en el presente trabajo es: la encuesta y el trabajo de campo.

Este instrumento estuvo constituido por 01 cuestionario que contienen 22 preguntas cerradas en número de cada una. (Anexo N° 02)

La validación del instrumento se llevó a cabo mediante dos procedimientos complementarios: una evaluación cualitativa, y la determinación de la consistencia interna que se determinó de acuerdo con la bibliografía referenciada en el marco teórico.

3.9. Procedimiento de recolección de datos

Los procedimientos que se utilizarán para la recolección de datos fue elaborar una encuesta por cada variable conteniendo preguntas cerradas, la misma que fue aplicada a la muestra establecida objeto del estudio. Para el análisis de la recolección de datos hice uso de programas computarizados tales como el SPSS V. 21, Excel, Word, los mismo que luego presenté en cuadros y gráficos analizándolos e interpretados de acuerdo al problema y objetivos planteados en nuestro estudio.

3.10. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La presentación de los datos obtenidos se realizó utilizando tablas de frecuencia.

3.9.1 Tabla de frecuencia

Es una forma de presentar ordenadamente un grupo de datos u observaciones. La estructura depende de la cantidad y tipo de variables que se analizan (López, 2014).

3.9.2 Estadística descriptiva

El análisis de los datos se realizó utilizando la estadística descriptiva tal como se detalla a continuación:

1. Software estadístico

En el estudio realizado, se utilizó la hoja de cálculo Excel y el software estadístico IBM SPSS versión 22.

2. Hoja de cálculo Excel

La hoja de cálculo Excel es una poderosa herramienta que permite la comprensión y solución de problemas en el área de la estadística y probabilidad. Ofrece funcionalidad que van más allá de la tabulación, cálculo de fórmulas y gráficos de datos, como calcular la media, varianza y desviación típica (Copyleft , 2008).

CAPÍTULO IV:
RESULTADOS

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.2. Presentación de Resultados

La presente investigación la he realizado mediante la aplicación de una encuesta realizada en un solo momento, la misma que será de mucha utilidad para realizar la propuesta del programa en cultura tributaria.

Tabla 1

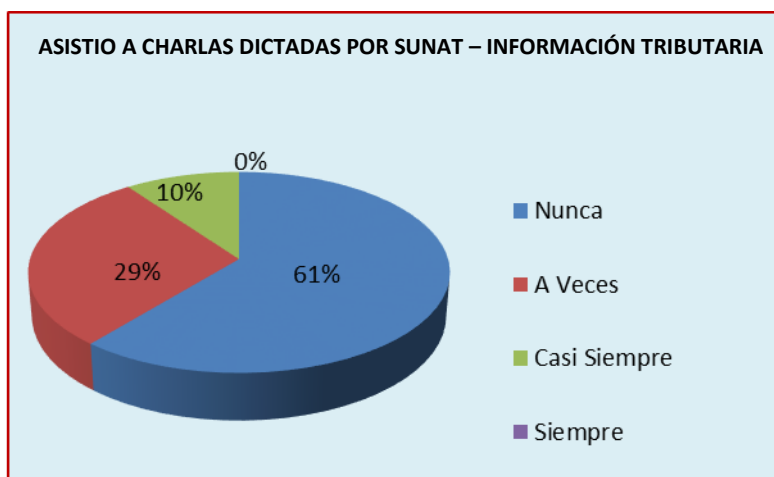
Asistencia a charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|----------------|-----------------|-------------------|
| Nunca | 36 | 61% |
| A Veces | 17 | 29% |
| Casi Siempre | 6 | 10% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 1 puedo indicar que el 61% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén encuestados respondieron que NUNCA han asistido a las charlas dictadas por SUNAT; el 29% indicaron que A VECES asistieron a las charlas dictadas por SUNAT y el 10% restante manifestaron que CASI SIEMPRE asisten a las charlas dictadas por SUNAT en materia de información tributaria.

Figura N° 1



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 2

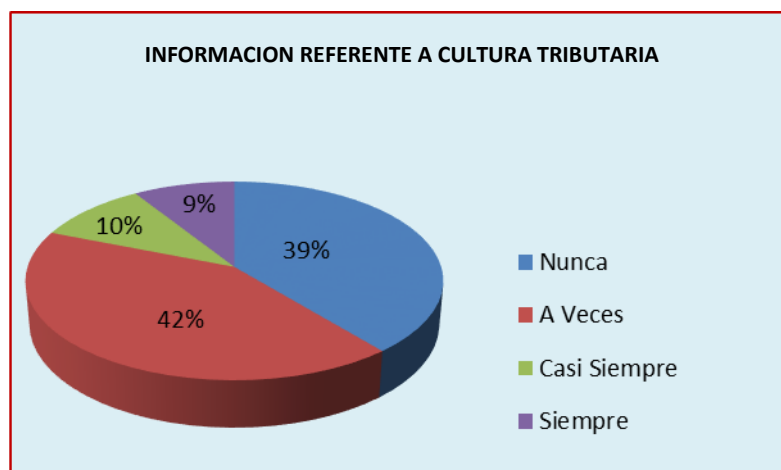
Información de la SUNAT sobre cultura tributaria

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 23 | 39% |
| A Veces | 25 | 42% |
| Casi Siempre | 6 | 10% |
| Siempre | 5 | 9% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 2 se puede mostrar que el 42% indicaron que A VECES recibieron información referente a cultura tributaria; el 39% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA recibieron información referente a cultura tributaria; el 10% manifestaron que CASI SIEMPRE y el 9% restante indicó SIEMPRE haber recibido información referente a cultura tributaria por parte de SUNAT.

Figura N° 2



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 3

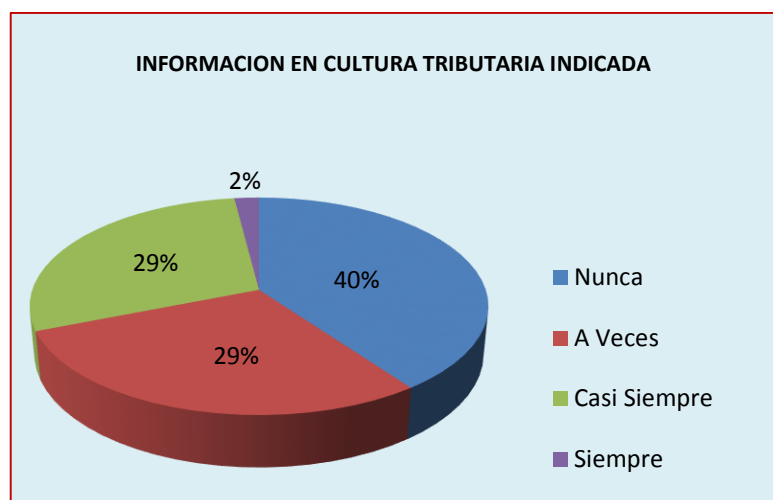
La información que recibió sobre cultura tributaria ha sido la más indicada

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 24 | 40% |
| A Veces | 17 | 29% |
| Casi Siempre | 17 | 29% |
| Siempre | 1 | 2% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la figura N° 3 puedo demostrar que el 40% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que hasta ahora NUNCA han recibido información en cultura tributaria indicada; el 29% señalaron que A VECES y el 29% CASI SIEMPRE recibieron información indicada en cultura tributaria, mientras que el 2% restante manifestaron que SIEMPRE recibieron información indicada en cultura Tributaria.

Figura N° 3



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 4

Importante de estar informados sobre los beneficios tributarios

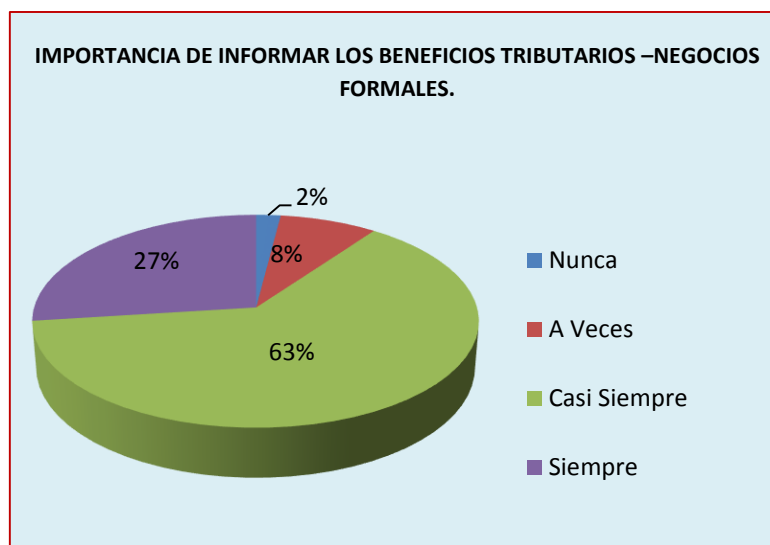
| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 1 | 2% |
| A Veces | 5 | 8% |
| Casi Siempre | 37 | 63% |
| Siempre | 16 | 27% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 4 puedo indicar que para el 63% CASI SIEMPRE es importante que les informen sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal; el 27% señalaron que SIEMPRE les pareció importante que se les informen sobre los beneficios tributarios para formalizar su negocio; para el 8% A VECES es importante que les informen sobre los beneficios tributarios y para el 2% restante de los Comerciantes del

Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA les pareció importante que les informen sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal.

Figura N° 4



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 5

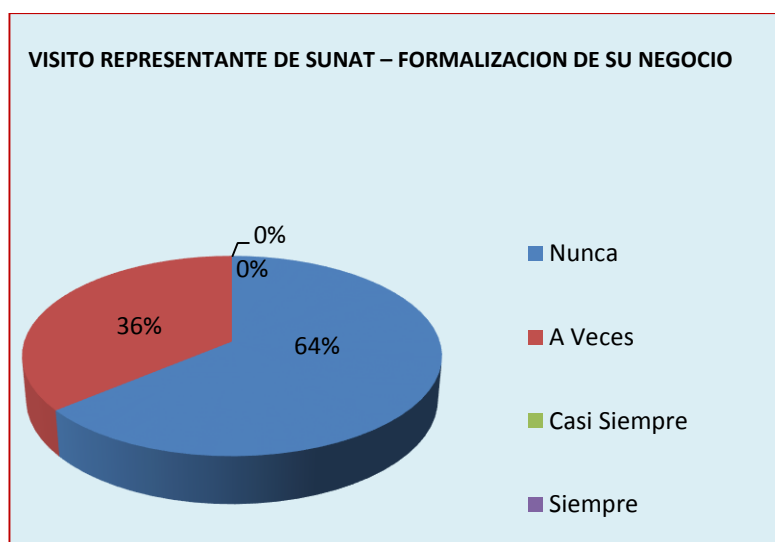
Visitas de los representantes de la SUNAT a su negocio para guiarlo en la formalización su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 38 | 64% |
| A Veces | 21 | 36% |
| Casi Siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 5 puedo indicar que el 64% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA los visito un representante de SUNAT y el 36% restante manifestaron que A VECES los visito un representante de SUNAT para convencerlos en formalizar su negocio.

Figura N° 5



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 6

Grado de satisfacción del comerciante en ante el representante de SUNAT por las respuestas que brindó a sus consultas

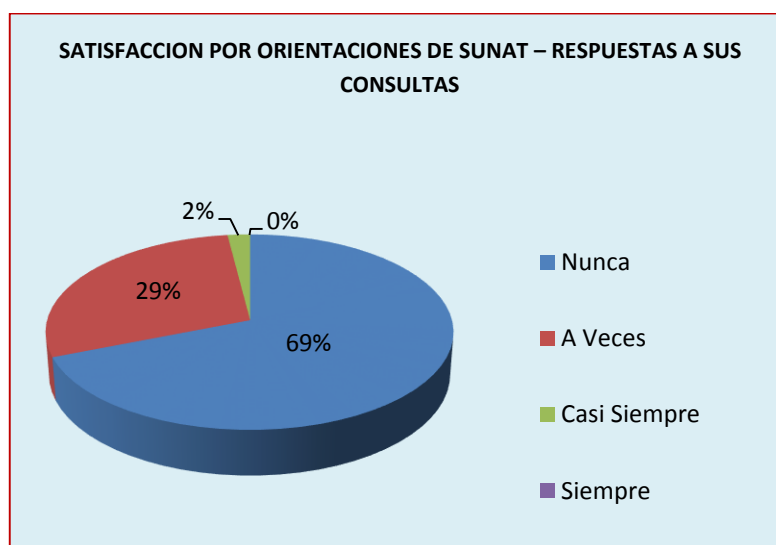
| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 41 | 69% |
| A Veces | 17 | 29% |
| Casi Siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 6 se puede indicar que el 69% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA ha sido satisfactoria la orientación brindada por el representante de la SUNAT ni se han sentido satisfechos con las respuestas brindadas a sus consultas; el 29% señaló que A VECES se han sentido

satisfechos con la orientación y respuestas brindadas por el representante de la SUNAT que los ha visitado y el 2% restante manifestaron que CASI SIEMPRE se han sentido satisfechos con la orientación y respuestas a sus consultas brindadas por el representante de la SUNAT que los ha visitado.

Figura N° 6



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 7

La política tributaria que utiliza el Estado está orientada a la formalización de todos los contribuyentes

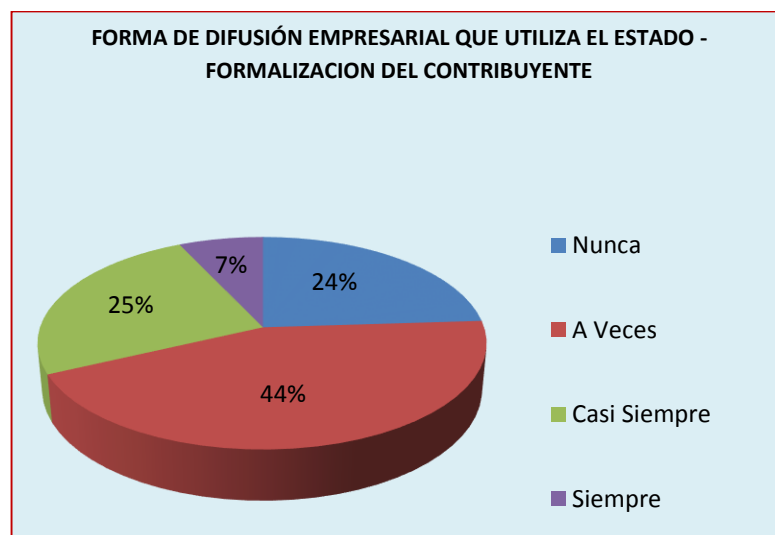
| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 14 | 24% |
| A Veces | 26 | 44% |
| Casi Siempre | 15 | 25% |
| Siempre | 4 | 7% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 7 puedo señalar que el 44% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que A VECES la forma de difusión política tributaria que utiliza el Estado llega a todos, el 25% señaló que CASI SIEMPRE la forma de difusión política tributaria llega todos los contribuyentes, el 24% respondió que NUNCA cree

que la forma de difusión política tributaria que utiliza el Estado llega a todos, mientras que 7% indicaron que la forma de difusión político tributaria que utiliza el Estado está orientada a la formalización de todos los contribuyentes.

Figura N° 7



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 8

Opinión de los comerciantes sobre la implementación de política en formalización y cumplimiento a los contribuyentes

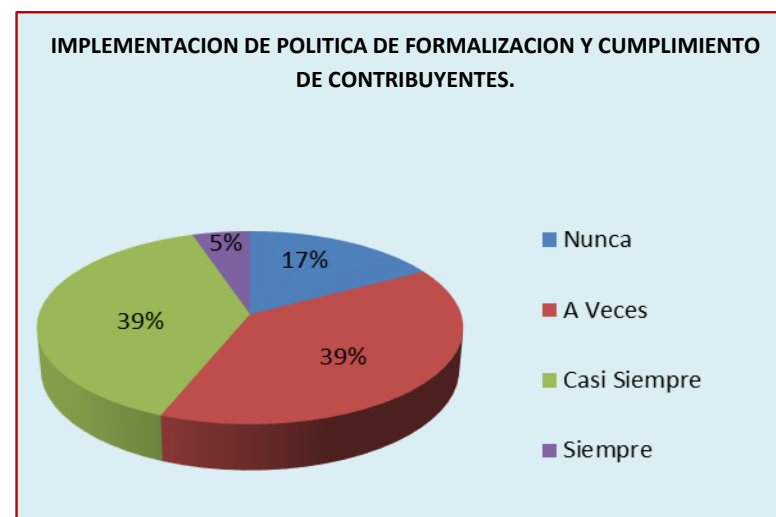
| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 10 | 17% |
| A Veces | 23 | 39% |
| Casi Siempre | 23 | 39% |
| Siempre | 3 | 5% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 8 puedo señalar que el 39% A VECES y el 39% CASI SIEMPRE de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que el gobierno actual tiene implementada una política de formalización y de cumplimiento a los contribuyentes, el 17% NUNCA creen que el gobierno tenga implementada una política

de formalización comercial y de cumplimiento; mientras que el 5% SIEMPRE creen que el gobierno actual tiene implementada una política de formalización y facilita el cumplimiento a los contribuyentes.

Figura N° 8



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 9

Opinión sobre aumento de ingresos si se formaliza su negocio

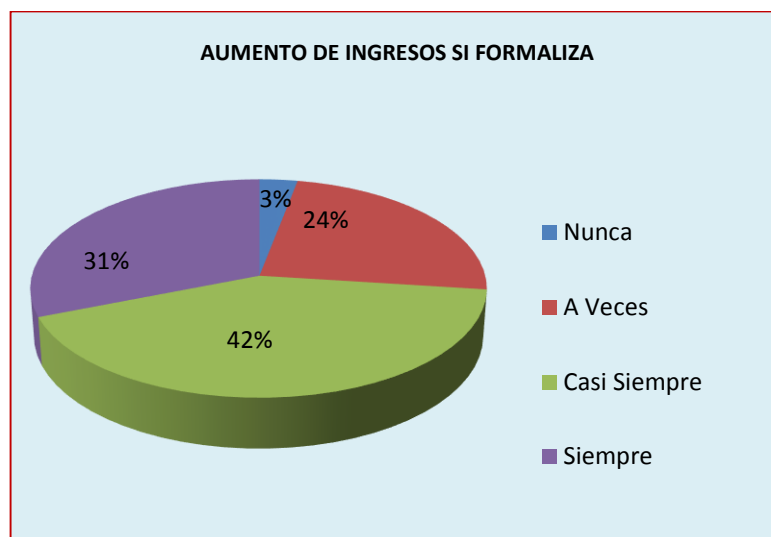
| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 2 | 3% |
| A Veces | 14 | 24% |
| Casi Siempre | 25 | 42% |
| Siempre | 18 | 31% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 9 puedo manifestar que el 42% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que CASI SIEMPRE están de acuerdo que la ubicación de su negocio, aumentaría sus ingresos si lo formaliza; el 31% de los Comerciantes respondieron que A VECES la ubicación de su negocio aumentaría sus ingresos si lo formalizaran; el 24% de los comerciantes del Mercado 28 Roberto Segura

indicaron que SIEMPRE están de acuerdo que la ubicación de su negocio aumentaría sus ingresos si lo formaliza; mientras que para el 4% NUNCA están de acuerdo con que la ubicación de su negocio aumentaría sus ingresos si fueran formales.

Figura N° 9



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 10

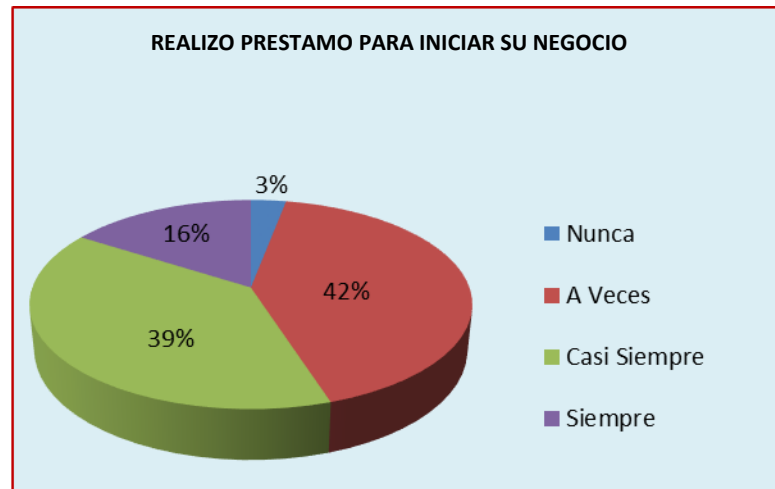
Realizó algún préstamo para iniciar su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 2 | 3% |
| A Veces | 25 | 42% |
| Casi Siempre | 23 | 39% |
| Siempre | 9 | 16% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 10 puedo indicar que el 42% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que A VECES han realizado préstamo para iniciar su negocio; 39% de los comerciantes señalaron que CASI SIEMPRE han realizado préstamo para iniciar su negocio; 16% de los comerciantes manifestaron que SIEMPRE han realizado préstamo para iniciar su negocio, mientras que el 3% indicó que NUNCA han realizado préstamo para iniciar su negocio.

Figura N° 10



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 11

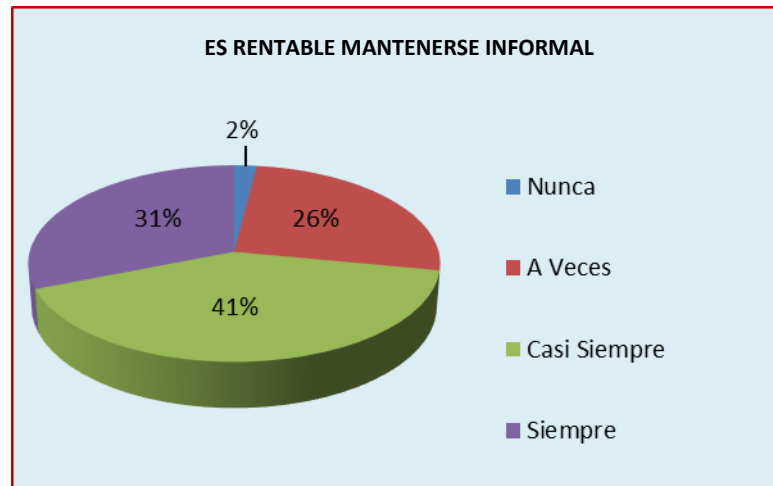
Es rentable mantenerse en la informalidad

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 1 | 2% |
| A Veces | 16 | 26% |
| Casi Siempre | 24 | 41% |
| Siempre | 18 | 31% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°11 puedo señalar que el 41% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que CASI SIEMPRE, es rentable mantenerse informales; el 31% indicó que SIEMPRE, es rentable mantener la informalidad, el 26% restante manifestaron que A VECES, es rentable mantener la informalidad y el 2% afirmó que NUNCA es rentable mantenerse en la informalidad.

Figura N° 11



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 12

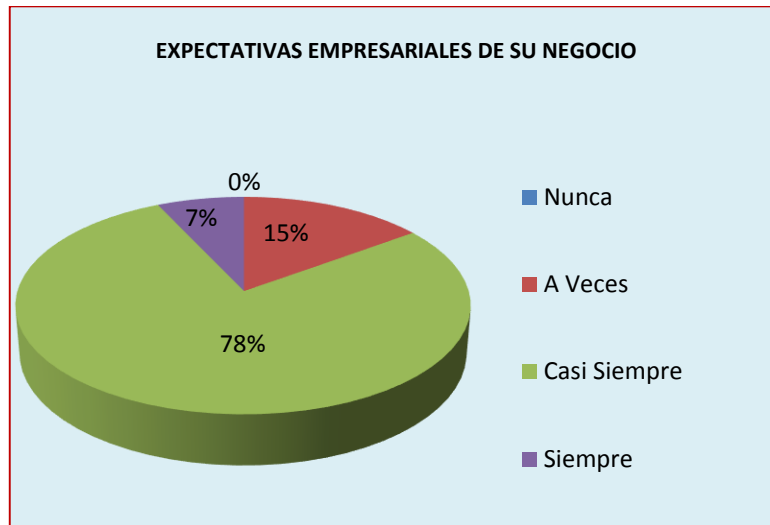
Expectativas empresariales sobre la rentabilidad de su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 0 | 0% |
| A Veces | 9 | 15% |
| Casi Siempre | 46 | 78% |
| Siempre | 4 | 7% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°12 puedo indicar que el 78% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que CASI SIEMPRE la rentabilidad de acuerdo a su negocio satisface sus expectativas empresariales; el 15% indicaron que A VECES la rentabilidad de su negocio satisface sus expectativas empresariales y el 7% restante manifestó que SIEMPRE la rentabilidad que obtiene de su negocio satisface sus expectativas empresariales.

Figura N° 12



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 13

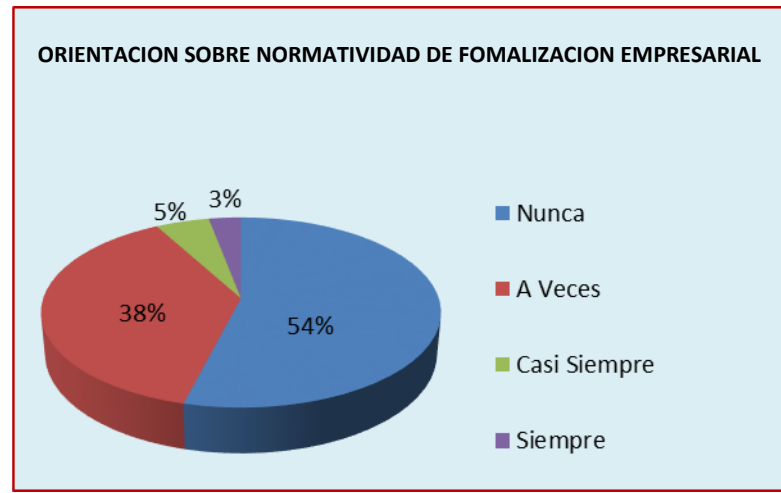
Orientación sobre normatividad de formalización empresarial por las instituciones públicas

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 32 | 54% |
| A Veces | 22 | 38% |
| Casi Siempre | 3 | 5% |
| Siempre | 2 | 3% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°13 puedo indicar que el 54% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA recibieron algún tipo de orientación sobre normatividad de formalización empresarial; el 38% indicaron que A VECES recibieron algún tipo de orientación sobre normatividad de formalización empresarial, el 5% manifestaron que CASI SIEMPRE recibieron algún tipo de orientación sobre normatividad de formalización empresarial y el 3% restante indicó que SIEMPRE recibieron algún tipo de orientación sobre normatividad de formalización empresarial por parte de alguna institución pública.

Figura N° 13



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 14

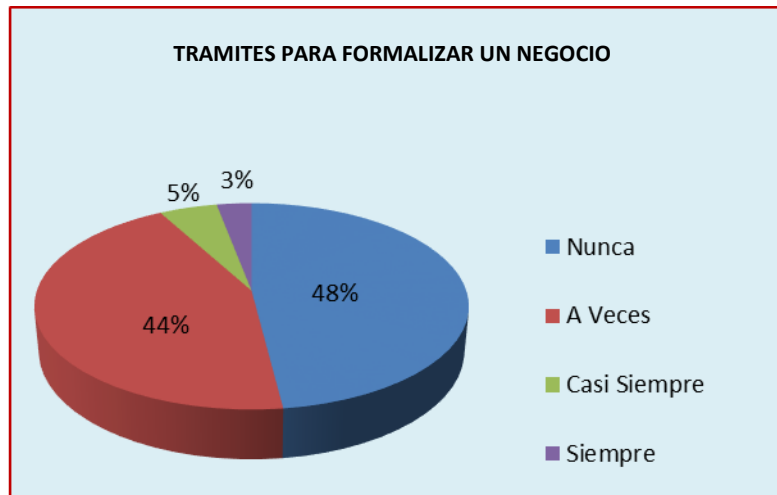
Conocimientos sobre trámites para formalizar un negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 28 | 48% |
| A Veces | 26 | 44% |
| Casi Siempre | 3 | 5% |
| Siempre | 2 | 3% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°14 puedo indicar que el 48% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA conocieron de los diferentes trámites que deben hacer para formalizar un negocio; el 44% indicaron que A VECES conocieron de los diferentes trámites que deben hacer para formalizar un negocio, el 5% manifestaron que CASI SIEMPRE conocieron los diferentes trámites que deben hacer para formalizar un negocio y el 3% restante indico que SIEMPRE conocieron de los diferentes trámites que deben hacer para formalizar un negocio.

Figura N° 14



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 15

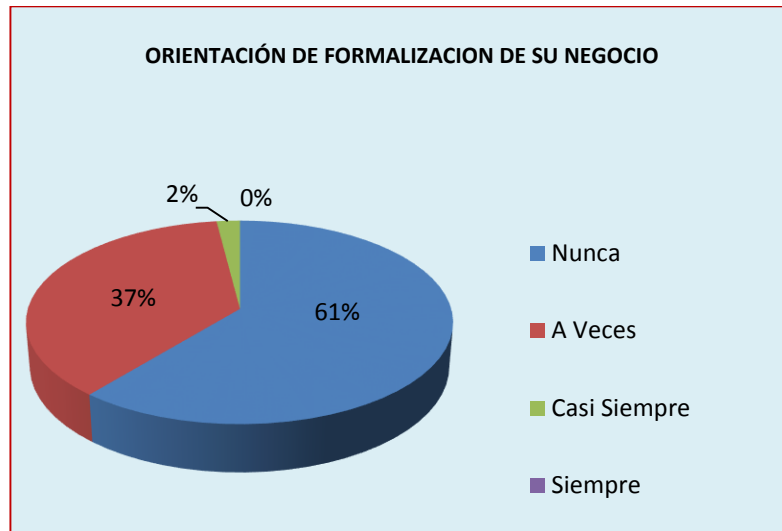
Orientación sobre formalización de su negocio en la SUNAT

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 36 | 61% |
| A Veces | 22 | 37% |
| Casi Siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°15 puedo indicar que el 61% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA han asistido a SUNAT por orientación para formalización de su negocio; el 37% señaló que A VECES han asistido a SUNAT por orientación para formalizar su negocio y el 2% restante manifestó que CASI SIEMPRE han asistido a SUNAT por orientación para formalización de su negocio.

Figura N° 15



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 16

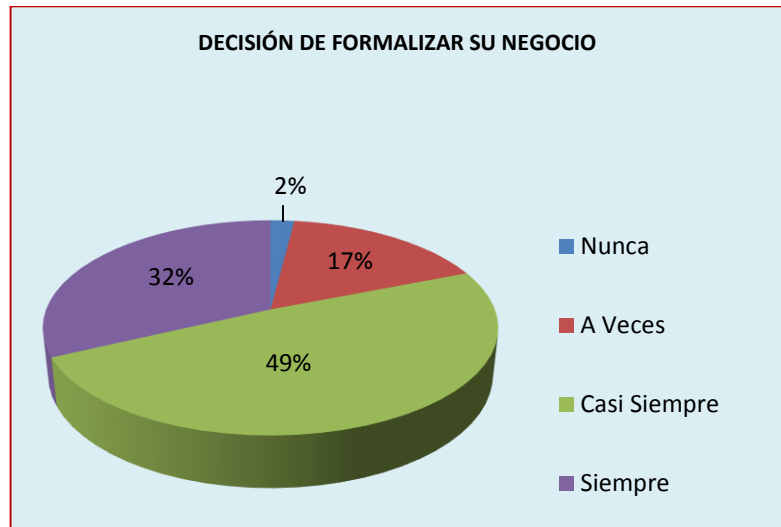
Intenciones para formalizar su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 1 | 2% |
| A Veces | 10 | 17% |
| Casi Siempre | 29 | 49% |
| Siempre | 19 | 32% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°16 puedo indicar que el 49% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que CASI SIEMPRE tienen la decisión de formalizar su negocio; el 32% indicaron que SIEMPRE tuvieron la decisión de formalizar su negocio, el 17% manifestaron que A VECES tienen la decisión de formalizar su negocio y el 2% restante indicaron que NUNCA tienen la decisión en formalizar su negocio.

Figura N° 16



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 17

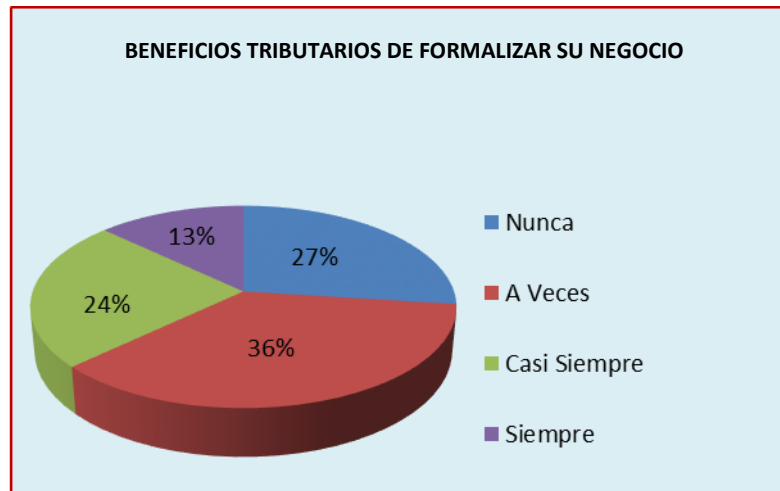
Conocimientos sobre los beneficios tributarios si formaliza su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 16 | 27% |
| A Veces | 21 | 36% |
| Casi Siempre | 14 | 24% |
| Siempre | 8 | 13% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°17 puedo indicar que el 36% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que A VECES tienen conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendrían si formalizaran su negocio; el 27% indicaron que NUNCA han tenido conocimiento sobre los beneficios tributarios, el 24% manifestaron que CASI SIEMPRE han tenido conocimiento sobre los beneficios tributarios, mientras que el 13% SIEMPRE han tenido conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendrían si formalizan sus negocios.

Figura N° 17



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 18

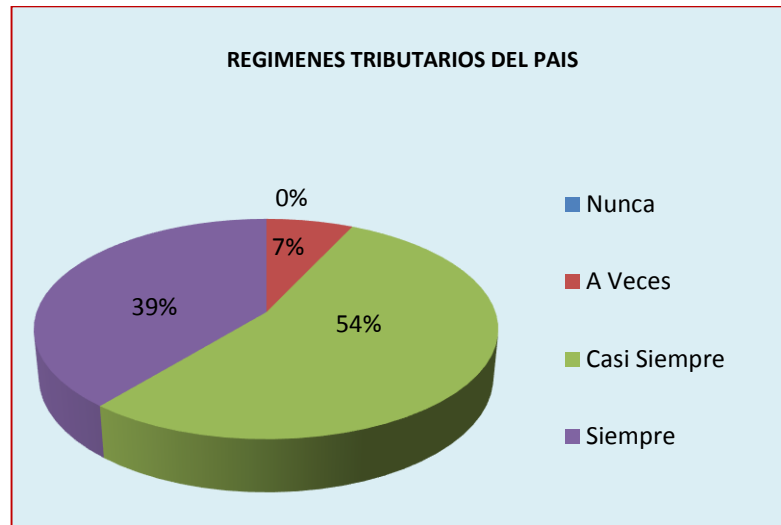
Conocimiento de los distintos regímenes tributarios vigentes en nuestro país

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 0 | 0% |
| A Veces | 4 | 7% |
| Casi Siempre | 32 | 54% |
| Siempre | 23 | 39% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°18 puedo señalar que el 54% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que CASI SIEMPRE conocen de los diferentes regímenes tributarios vigentes en el país, el 39% indicaron que SIEMPRE conocen de los diferentes regímenes tributarios vigentes y el 7% restante manifestaron que A VECES conoce de los diferentes regímenes tributarios vigentes en el país.

Figura N° 18



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 19

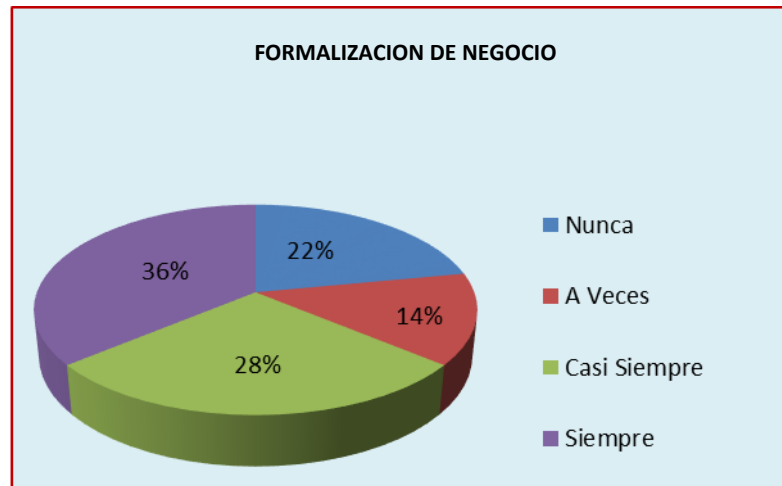
Opinión sobre el fortalecimiento de su negocio si se formaliza

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 13 | 22% |
| A Veces | 8 | 14% |
| Casi Siempre | 17 | 28% |
| Siempre | 21 | 36% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°19 puedo indicar que el 36% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que SIEMPRE si se formalizarán fortalecerían su negocio, el 28% indicaron que CASI SIEMPRE están de acuerdo que si se formalizaran eso fortalecería su negocio, el 22% señalo que NUNCA están de acuerdo con que la formalización fortalecerá su negocio y el 14% restante indicaron que A VECES están de acuerdo con que la formalización fortalecerá su negocio

Figura N° 19



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 20

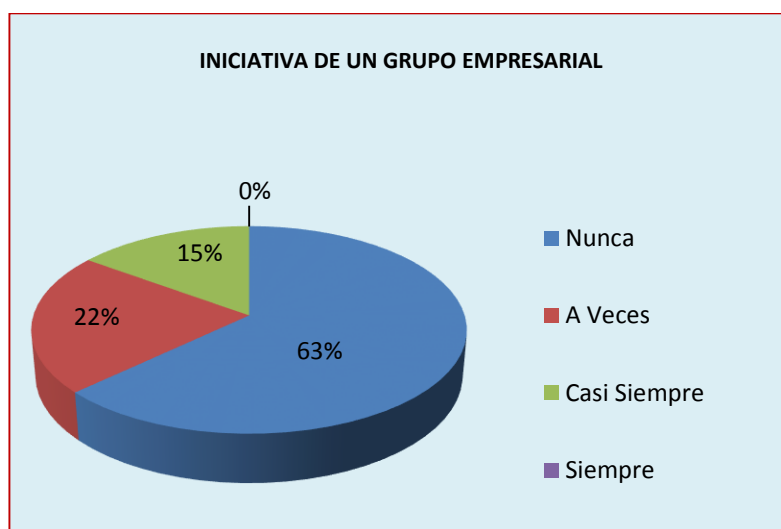
Iniciativa de formar un grupo empresarial con los comerciantes del Mercado Roberto Segura

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 37 | 63% |
| A Veces | 13 | 22% |
| Casi Siempre | 9 | 15% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°20 puedo indicar que el 63% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA se integrarían a formar un grupo empresarial; el 22% señaló que A VECES se integrarían a un grupo empresarial si existiera, mientras que el 15% CASI SIEMPRE se integrarían a formar un grupo empresarial de los comerciantes del Mercado Roberto Segura.

Figura N° 20



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 21

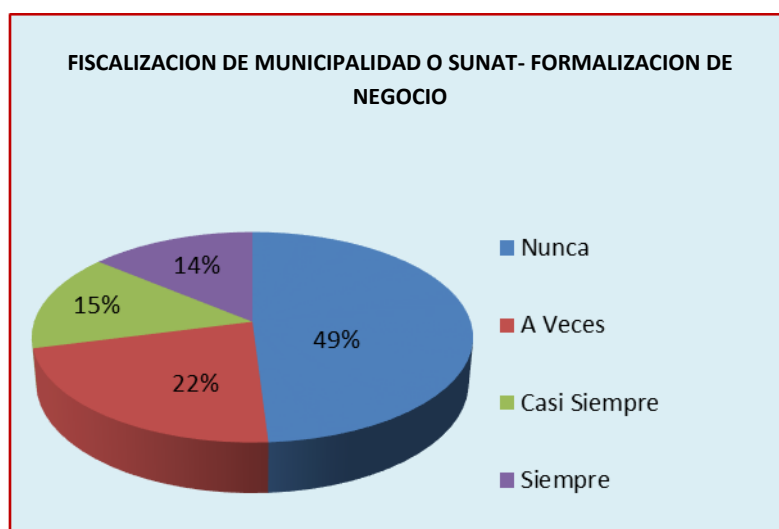
Visita de representantes de la Municipalidad o SUNAT para fiscalizar su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 29 | 49% |
| A Veces | 13 | 22% |
| Casi Siempre | 9 | 15% |
| Siempre | 8 | 14% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 21 puedo indicar que el 49% de los comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA los han visitado fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para fiscalizar la formalización de su negocio; el 22% señaló que A VECES los han visitado fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para fiscalizar la formalización de su negocio, el 15% manifestaron que CASI SIEMPRE los han visitado fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para fiscalizar la formalización de su negocio y el 14% restante indicaron que SIEMPRE los han visitado fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para fiscalizar la formalización de su negocio.

Figura N° 21



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 22

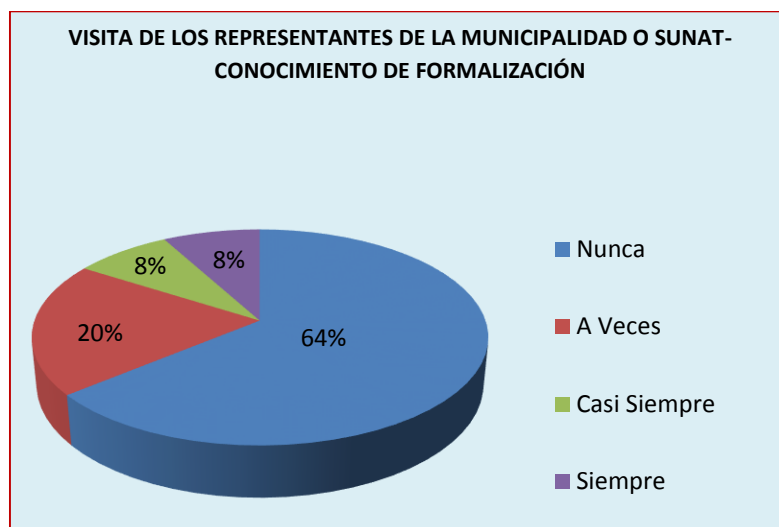
Visita de los representantes de la Municipalidad o SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 37 | 64% |
| A Veces | 12 | 20% |
| Casi Siempre | 5 | 8% |
| Siempre | 5 | 8% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°22 puedo indicar que el 64% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA ha sido útil la visita de los fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para la formalización de su negocio; el 20% señalaron que A VECES le ha sido útil la visita de los fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para la formalización de su negocio, el 8% CASI SIEMPRE y el 8% SIEMPRE señalaron que le ha sido útil la visita de los fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización de sus negocios.

Figura N° 22



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

4.3. Discusión

Teniendo en cuenta los objetivos materia de estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación y los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, se puede manifestar lo siguiente:

- a) El Objetivo Específico N° 1: “Conocer el nivel de conocimientos sobre cultura tributaria que tienen los comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén”

De los resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes ambulantes del Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaén, se puede indicar que **el nivel de conocimientos** sobre cultura tributaria **es bajo**, lo que se ve reflejado en las respuestas a las preguntas de la variable cultura tributaria en sus Dos dimensiones (procesos y contenidos), en la Preguntas: N°1 ¿Alguna vez asistió a escuchar charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria?, la mayor respuesta fue Nunca 61% y A Veces 29% (Tabla N° 01), pregunta N° 2 ¿Cuándo asistió a SUNAT le informaron sobre Cultura Tributaria?, cuya respuesta fue Nunca 39% y A Veces 42% (Tabla N° 02), y pregunta N° 3 ¿ La información que recibió sobre cultura tributaria ha sido la más indicada hasta ahora por SUNAT?, cuya respuesta fue Nunca 40% y

A Veces 29% (Tabla N° 03), Pregunta N° 17 ¿Tiene conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendría si formaliza su negocio? el 24% indico Casi siempre y el 36% A veces (Tabla N° 17).

- b) El Objetivo Específico N° 2: “Identificar las actitudes de los comerciantes del Mercado Roberto Segura, frente a la formalización”.

De los resultados del cuestionario aplicado a comerciantes ambulantes del Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaén, se puede manifestar que muestran **actitudes positivas** respecto a la variable Formalización Comercial a pesar que no existe una buena orientación y apoyo al contribuyente, así tenemos que cuando se le pregunta al comerciante en la Pregunta 5 ¿Lo ha visitado algún representante de SUNAT en su negocio para guiarlo en como formalizar su negocio?, la respuesta en su mayoría fue 64% Nunca y 36% A veces (Tabla N° 5), lo mismo se repite en la pregunta 22 ¿Ha sido útil para usted la visita de los representantes de la Municipalidad o SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización?, el 64% respondió Nunca y el 20% A veces (Tabla N° 22), dejando constancia que no existe apoyo por parte de las instituciones públicas en orientar al contribuyente para que se formalice, a pesar de ello hay actitudes positivas en los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura pues cuando se les consulta en la Pregunta N° 16 ¿Tiene la decisión de formalizar su negocio? la respuesta fue 32% Siempre, 49% Casi siempre en su mayoría (Tabla N° 16); Pregunta N° 19 ¿Si formalizara su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio? la respuesta fue el 36% Siempre, el 28% Casi siempre (Tabla N° 19).

- c) El Objetivo Específico N° 3: “Establecer los efectos que la cultura tributaria genera en la formalización de los comerciantes ambulantes del Roberto Segura de Jaén, 2018”.

De los resultados del cuestionario aplicado a comerciantes ambulantes del Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaén, se puede indicar que a pesar de tener Bajos conocimientos en cultura tributaria, **esta genera efectos positivos** en la

formalización de los comerciantes, tal y como se puede observar en la Tabla N° 04 cuya respuesta mayoritaria fue en la categoría Casi Siempre 63% y Siempre 27% cuando se le preguntó al comerciante ¿Cree que es importante estar informados sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal?, Tabla N° 16 donde las respuestas en su mayoría fueron en las categorías Casi Siempre 49% y Siempre 32% cuando se formuló la pregunta ¿Tiene la decisión de formalizar su negocio?, Tabla N° 19 el 36% siempre y el 28% casi siempre respondieron cuando se consultó ¿Si formaliza su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio? manteniendo iniciativas de formalización si existirá mayor apoyo por parte de las instituciones públicas que tienen a cargo la gestión empresarial en el estado.

- d) Después de analizados los objetivos específicos materia de estudio, los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, vamos a analizar esta información con el objetivo general planteado y la hipótesis propuesta en la presente investigación.

En la presente investigación el objetivo general planteado fue “Determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018”, llegando a verificar lo planteado en el objetivo general después de analizar cada Objetivo Específico con los resultados de la encuesta aplicada que la Cultura tributaria SI influye en la Formalización Comercial de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura Jaén, a pesar de tener bajos conocimientos de cultura tributaria (Tablas N° 1, 2, 3 y 17), muestran actitudes positivas para formalizar sus negocios (Tablas N° 16 y 19), cumpliendo con lo establecido en el Objetivo General

Revisando nuestra hipótesis planteada: “Si promovemos mayor cultura tributaria entonces, mejorará la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018”, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada y los análisis de los objetivos específicos, se puede indicar que se cumple nuestra hipótesis teniendo que promover mayor Cultura tributaria para mejorar la formalización comercial de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaén.

Revisando los antecedentes de estudios previos planteados que forman parte de la investigación, los resultados obtenidos de aplicar el cuestionario y el análisis de los objetivos específicos se ha determinado que el nivel de cultura tributaria es **Bajo**, a pesar de ello los comerciantes ambulantes muestran actitudes positivas en la formalización comercial la que debemos impulsar a través de las instituciones indicadas como SUNAT y la Municipalidad para poner orden en nuestra ciudad formalizando a los comerciantes, tal y como indica Solano (2014) que el comercio informal es el producto de una serie de problemas de diversa índole, entre ellas las exigencias tributarias a las que se vería sometido, por lo que el gobierno de facilitar de forma sencilla y sin demasiados trámites burocráticos los mecanismos para que el comerciante informal pueda acceder a la formalidad sin los excesivos rigorismos a los que son sometidos.

CONCLUSIONES

- 1) Se concluye que el nivel de conocimientos sobre cultura tributaria que tienen los comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén es Bajo, lo que podemos observar en las Tablas N° 1, 2, 3 y 17, las que se tienen que mejorar.
- 2) Se identificó que los comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén muestran actitudes positivas en la formalización de su negocio, pues cuando se les preguntó si tiene decisión de formalizar su negocio, el 32% indicaron que Siempre y el 49% manifestó casi siempre (Tabla N° 16), también se les preguntó Si formalizará su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio, el 36% respondió Siempre y el 28% Casi siempre (Tabla N° 19).
- 3) Que la cultura tributaria genera efectos positivos en la formalización de los comerciantes, esto de acuerdo con los resultados de la Tabla N° 4 que la mayoría respondió Casi Siempre 63% y Siempre 27% es importante estas informados sobre los beneficios tributarios de tener negocio formal, a pesar de tener bajos conocimientos de cultura tributaria de acuerdo la Tabla N° 1 cuya respuesta fue Nunca 61% y A Veces 29% cuando se le consultó al comerciante si alguna vez asistió a escuchar charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria.
- 4) Que los comerciantes Informales del mercado Roberto Segura de Jaén muestran actitudes positivas a la formalización comercial a pesar que no han tenido una buena orientación y apoyo por parte de los representantes de las instituciones públicas que tienen a cargo la política tributaria (SUNAT) y empresarial (Municipalidad) en el estado, permitiendo generar empresa.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los Funcionarios de la dependencia de SUNAT Jaén buscar estrategias que ayuden a mejorar los conocimientos de cultura tributaria que poseen los comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén, mediante el uso de herramientas que ayuden a mejorar los niveles de cultura tributaria de los contribuyentes.
2. Se recomienda a los funcionarios de las instituciones del estado encargadas de promover empresa y velar por la gestión tributaria del país como son la Municipalidad provincial de Jaén y SUNAT a incentivar a los comerciantes Informales para que formalicen sus negocios, brindando orientación personalizada en campañas de formalización las mismas que van a fortalecer las actitudes positivas que muestran los comerciantes a la formalización.
3. A los funcionarios de la oficina de SUNAT Jaén y a los responsables del área de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Jaén realizar charlas informativas para fortalecer los conocimientos de los comerciantes en cultura tributaria y formalización empresarial con la finalidad de mejorar los conocimientos en tributación y formalización, generando más actitudes positivas que ayuden en la formalización comercial de los Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén.
4. Se recomienda a los Funcionarios de SUNAT y la Municipalidad provincial mayor participación y decisión de ejecutar las políticas implementadas por el gobierno en formalización empresarial y las políticas tributarias para mejorar la cultura tributaria de los comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén y llevar esta experiencia a otras ciudades donde el comercio informal es alto generando desorden y pérdida de oportunidades de realizar transacciones formales que ayudan el desarrollo de las ciudades y del país.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Alter, M. (Agosto de 2012). La economía informal. *WIEGO*, 27.
- Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia Bogota. *Revista Ciudades, estados y política*, 21-35.
- Borja, A., & Ortega, E. (2013). *Cultura tributaria en las Personas no obligadas a llevar contabilidad: Su efecto en la Recaudación de los impuestos en la Provincia del Guayas en el Cantón Guayaquil*. Tesis de Postgrado, Escuela Superior Politecnica del Litoral , Escuela de Postgrado en Administracion de Empresas , Guayaquil-Ecuador .
- Bravo, F. (2012). *Cultura tributaria. Libro de consulta* (Vol. II). (I. d. Aduanera, Ed.) Lima, Perú.
- Burga, M. (2014). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de gamarra, 2014*. Tesis Titulo Profesional, Universidad San Martin de Porras, Lima.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima, Perú: San Marcos.
- Castro, S., & Quiroz, F. (2013). *Las causas que motivan la evasión tributaria en la empresa constructora los cipreses S.A.C. en la ciudad de Trujillo en el periodo 2012*. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/139/3/CASTRO_SANDRA_CAUSAS_MOTIVAN_EVACION.pdf
- CEPLAN. (Mayo de 2016). Economía informal en Perú: Situación actual y perspectivas. ceplan.gob.pe.
- Copyleft , T. (2008). *estadisticaparatodos.es*. Recuperado el 2016 de 12 de 2016, de www.estadisticaparatodos.es/software/excel.html
- Cotrina, L. (2016). *La Formalización del Comercio Ambulatorio como estrategia para ampliar la Base Tributaria en el Perú – Período comprendido entre 2015 y 2016*. Tesis de Postgrado, Universidad San Martin de Porres , Facultad de Ciencias Economicas, Contables y Financieras , Lima.

- Cruzado, Y., & Remaycuna, R. (2015). *Factores Asociados a la Informalidad de los Comerciantes Ambulantes del Sector Verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014*. Tesis de Pregrado , Universidad Juan Mejia Baca, Facultad de Ingenieria Comercial , Chiclayo.
- Cuba, E. (18 de Setiembre de 2016). Informalidad peruana. <https://elcomercio.pe>. Obtenido de <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/informalidad-peruana-elmer-cuba-260160>
- Garcia, J. (13 de Junio de 2017). *Elevemos la cultura tributaria en el Perú*. Obtenido de uch.edu.pe/uch-noticias: <http://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>
- Gonzales, K. (2016). *Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016*. Tesis de Posgrado , Universidad cesar Vallejo , Facultad de Ciencias Empresariales , Trujillo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta edicion). Mexico, Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigación* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Huere, X., & Muña, A. (2016). *Cultura Tributaria para la Formalización de las de los Mercados de la Provincia de Huancayo*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Peru , Facultad de Contabilidad , Huancayo- Peru .
- INEI. (Mayo de 2014). Produccion y Empleo Informal en el Peru. *Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)*, 243.
- Julcamoro, A., & Machuca, M. (2017). *Influencia de la Cultura Tributaria en la evasión de Impuestos en los Comerciantes de las Galerías Arcángel- Cajamarca 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Norte , Facultad de Negocios, Cajamarca-Perú.

- López, O. (Febrero de 2014). *Actividades educativas*, ctaactividades.blogspot.com/2014_08_01archive.html. Recuperado el 2016 de 12 de 21
- Marin, J., & Trauco, M. (2016). *Cultura Tributaria e Influencia en la Disminución de Infracciones más Frecuentes del Código Tributario por los Contribuyentes Régimen General Sunat Cajamarca 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Cajamarca.
- Marquina, C. (2014). *Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales Sunat-Intendencia Lima en el periodo 2013*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Economicas , Trujillo.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de Cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la Región - Chiclayo, Perú*. Tesis para Título Profesional, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo , Contabilidad, Chiclayo.
- Organización Internacional del Trabajo. (2014). *Experiencias recientes de formalización en países de América Latina y el Caribe*. Lima: Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- Peñaranda, C. (06 de Julio de 2014). En Lima, Ingresos del trabajador formal, superan en 80%, a los del Informal. *Camara de Comercio de Lima*, 34.
- Ramos, A., & Remigio, Y. (2015). *La cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal de las empresas comerciales de la provincia de Huarua*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion , Facultad de Ciencias Contables, Economicas y Fiancieras, Huacho- Peru.
- Rivera, J., & Silvera, I. (2012). *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro*. Tesis de Pregrado, Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales , Milagro.
- Rodríguez, Y. (2012). *El comercio informal, una afrenta a los poderes establecidos: Vendedores ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México*. Escritores

Públicos para la Integración Regional en América Latina. México: proyecto ESPIRAL.

Romero, M., & Vargas, C. (2013). *La cultura Tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía "mi lindo milagro" El Cantón Milagro*. Tesis de Pregrado, Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Ecuador.

Samayoa, A. (Octubre de 2017). *Cultura Tributaria en Guatemala. La importancia de la planificación fiscal*. Obtenido de <http://alegalis.com>: <http://alegalis.com/1495-2/>

Solano, C. (2014). *Mecanismos legales que debe crear las Instituciones del Estado de Guatemala para controlar la Actividad de los Comerciantes informales*. Tesis de Postgrado, Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Guatemala.

Tamani, N. (2 de Octubre de 2013). *Cultura Tributaria*. Obtenido de [valorsocialdeltributo.blogspot](http://valorsocialdeltributo.blogspot.pe/2013/10/soy-responsable-con-mi-pais.html): <http://valorsocialdeltributo.blogspot.pe/2013/10/soy-responsable-con-mi-pais.html>

Tarazona, I., & Veliz de Villa, S. (2016). *Cultura tributaria en la formalización de las mypes, provincia de Pomabamba - Ancash año 2013 (Caso: Micro empresa T&L sac)*. Tesis de Pregrado, Universidad de Ciencias y Humanidades, Facultad de Ciencias Contables, Lima.

Timaná, J., & Pazo, Y. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana (Primera ed.)*. (A. Ampuero, Ed.) Lima, Lima, Perú: Cecosami Prerensa e Impresión Digital S. A.

Yangali, N. (2015). *Código tributario: Aplicación Práctica (Primera ed.)*. Lima, Perú: Gaceta Jurídica S.A.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

“INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2018”

Bach. BRAVO VASQUEZ JUAN EUDES

Resumen

La presente investigación titulada “Influencia de la Cultura Tributaria en la Formalización de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018”, es un trabajo científico respaldado en Teorías importantes como: La teoría de disuasión desarrollada por Allingham y Sadmo y teoría de la influencia social de Asch. El tipo de estudio metodológico utilizado fue el descriptivo – explicativo con diseño no experimental.

En los resultados se llegó a determinar que el nivel de conocimientos de Cultura tributaria es Bajo, y a pesar de ello los comerciantes ambulantes muestran actitudes positivas para formalizar sus negocios, debiendo los funcionarios de SUNAT y la Municipalidad como entes involucrados en la política económica y tributaria del país brindarles mayor educación y orientación en el proceso de formalización de sus negocios.

Palabras Claves

Cultura Tributaria, Formalización Comercial, Comerciante, Informalidad.

Abstract

This research entitled "Influence of the Tax Culture in the Formalization of Market Merchants Roberto Segura de Jaén, 2018", is a scientific work supported by important theories such as: The deterrence theory developed by Allingham and Sadmo and theory of influence Asch social. The type of methodological study used was descriptive - explanatory with non experimental design.

In the results it was determined that the knowledge level of Culture would be Low Tax, and despite this the itinerant traders show positive attitudes to formalize their businesses, SUNAT officials and the Municipality as entities involved in the economic and tax policy. of

the country to provide them with more education and guidance in the process of formalizing their businesses.

Keywords

Tax Culture, Commercial Formalization, Merchant, Informality.

1. . Introducción

El presente trabajo de Investigación, es un estudio realizado en el Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaen en el 2018. Donde se trata de determinar el nivel de cultura tributaria en los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura, y como esta cultura influye en las actitudes de los comerciantes ambulantes en formalizar sus negocios.

Samayoa (2017) indica que históricamente el tema fiscal en Guatemala ha sido polémico y complejo, ya que no se cuenta con una cultura tributaria. Este factor ha sido influido por los cambios que el sistema tributario ha tenido desde ya hace varias décadas, no obstante uno de los mayores cambios se dio con la firma de los acuerdos de paz, cuyo propósito era fortalecer la confianza de los contribuyentes en las autoridades públicas y por supuesto el aumento progresivo en las cargas tributarias. Este factor tan importante se ha visto menoscabado ya que durante los últimos años las autoridades se han visto coludidas en temas de corrupción, con un mal manejo de fondos públicos e incidiendo en la propia Administración Tributaria, afectando así una sana cultura tributaria.

Para Rodríguez (2012) en México, el número de ambulantes es tan preocupante para los orquestadores de la economía nacional que la Secretaría de Hacienda ha planteado el cobro de un gravamen que hace llamar Impuesto Contra la Informalidad (ICI), que si bien no frenará el comercio ambulante, por lo menos intentará ampliar la base de contribuyentes inscrita en el Registro Federal con el fin de obtener información de lo que está detrás del fenómeno y de las actividades ilícitas que encubre. Los líderes de los vendedores ambulantes reproducen fuera del gobierno y las instituciones, las prácticas que por años caracterizaron al sistema político mexicano (p. 25).

Garcia (2017), La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta cultura encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes. Esto va de la mano

con la confianza y credibilidad al gobierno. Además, el empresario peruano sí desea pagar sus impuestos, pero también siente que hay sobrecostos, pero a pesar de ello, los paga por que una empresa mientras más formal sea, hay más garantía de éxito.

En el trabajo de investigación realizado por (Borja & Ortega, 2013); año 2013; Guayaquil-Ecuador; En su tesis "Cultura tributaria en las personas no obligadas a llevar contabilidad: Su efecto en la Recaudación de los impuestos en la Provincia del Guayas en el Cantón Guayaquil"; El tipo de Investigación es descriptiva- explicativa; indica que la falta de cultura tributaria en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil y con ello la necesidad de fomentarla y así mismo mejorar el cumplimiento voluntario de las obligaciones, es indispensable que los contribuyentes tengan fe en la Administración Tributaria, en los funcionarios que para ella laboran y se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad.

En la investigación realizada por Solano, (2014); año 2014. Guatemala. En su tesis "Mecanismos legales que debe crear las Instituciones del Estado de Guatemala para controlar la Actividad de los Comerciantes informales". El tipo de investigación es descriptivo, utilizando el método analítico. Concluye que; en Guatemala el comercio informal es el producto de una serie de problemas de diversa índole, que van desde los altos costos que representan para el comerciante informal establecer una empresa, así como las extremas exigencias tributarias a las que se vería sometido en caso de decidir dejar la clandestinidad.

En la investigación realizada por Cruzado & Remaycuna, (2015), año, 2015. Chiclayo- Perú. En su Tesis "Factores Asociados a la Informalidad de los Comerciantes Ambulantes del Sector Verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014". El tipo de investigación es descriptivo simple – explicativa. Llegando a la conclusión: Uno de los factores internos es la baja escolaridad en el trabajo de investigación, de los encuestados el 54 % dijo tener primaria completa o incompleta, el 38 % dijo tener secundaria y superior completa o incompleta, mientras que solo el 8 % refirió no tener ningún grado de estudios. Según esto podemos decir que la informalidad también se debe a la falta de preparación o estudios para poder acceder a un buen empleo. Recomendando: Que la SUNAT en coordinación con la Municipalidad de José Leonardo Ortiz deben de Brindar charlas informativas sobre los beneficios de la formalización empresarial, como el acceso a mayores créditos financieros, el acceso a mercados internacionales mediante el TLC,

posibilidades de ser proveedores del Estado mediante los diferentes programas sociales de asistencia alimentaria.

Para, Borja & Ortega, (2013); definen a la cultura tributaria como el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado.

Según Burga, (2014), Nos dice que la cultura tributaria es importante ya que participa en el comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria. La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria (p. 35).

Rivera & Silvera, (2012) señalan que es seguir lo que la ley nos manda para poder desarrollar determinada actividad económica, para que la misma sea considerada legal y además formal, y por lo tanto se pueda hacer uso de los beneficios que la misma ley otorga (p. 23).

Céspedes (2012) citado por Cotrina, (2016), nos explica que el comercio informal es un tipo de comercio no estructurado, no se rigen por leyes o normas que regulen las actividades comerciales. Además, el comercio como actividad económica realizada por el hombre en sociedad tiene sus antecedentes en las primeras manifestaciones de la cultura, cuando se comprendió la necesidad de realizar el intercambio de objetos y productos para la satisfacción de necesidades humanas, entre los modos históricos de realizar el intercambio se encuentran aquellos que no presentan espacios específicos, destinados por las normas socioculturales y económicas de la sociedad, en ellas se enmarcan el comercio ambulante o el comercio informal (p.31).

Cotrina, (2016), Se puede apreciar, que el comercio ambulatorio si tiene incidencia en la alteración del orden público, pues, como está asociado con escándalos y riñas callejeras, asaltos y robos, etc. los que ponen en peligro, no sólo la seguridad de la propiedad sino de las personas que son víctimas de los delincuentes; estos hechos, por tanto, exigen la

intervención de la PNP como institución más caracterizada para mantener, proteger y asegurar el orden público (p. 48).

2. Materiales y Métodos

El tipo de estudio que se aplicó en este trabajo de investigación es de tipo Descriptiva – Explicativa.

Descriptiva, el mismo que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan. De acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 92)

Explicativa; porque de acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista, (2014), los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales (p. 95).

Los métodos de investigación utilizados en la presente investigación Según Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., y Cuevas, A. (2017) son: Método Deductivo y Método Inductivo. El diseño de investigación es el No Experimental, (Hernández, Méndez, Mendoza, & Cuevas, 2017, p. 107).

El diagrama que le corresponde se resume en el siguiente esquema:



Dónde:

M: Representa la muestra de la cual se recogió información para el estudio.

O: Representa el resultado que se va a obtener

La población la constituyen los 150 Comerciantes del Mercado Roberto Segura de la provincia de Jaén.

Cuando es una población amplia se debe considerar esta fórmula para obtener una muestra.

| | |
|------------|---|
| n = | $(1.96)^2 (0.5) (0.5) (150)$ |
| | $(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (150-1)$ |

n = 59 sujetos.

Entonces podemos notar que la muestra sería de 59 personas para el objeto de investigación, con los que se realizará las encuestas respectivas.

Los procedimientos que se utilizarán para la recolección de datos fue elaborar una encuesta por cada variable conteniendo preguntas cerradas, la misma que fue aplicada a la muestra establecida objeto del estudio. Para el análisis de la recolección de datos hice uso de programas computarizados tales como el SPSS V. 21, Excel, Word, los mismo que luego presente en cuadros y gráficos analizándolos e interpretados de acuerdo al problema y objetivos planteados en nuestro estudio.

3. Resultados

La presente investigación la he realizado mediante la aplicación de una encuesta realizada en un solo momento, la misma que será de mucha utilidad para realizar la propuesta del programa en Cultura Tributaria.

Tabla 1

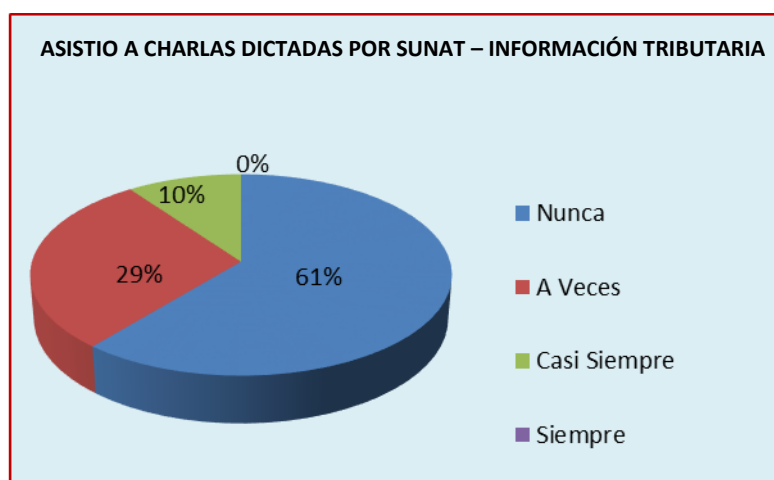
Alguna vez usted asistió a escuchar charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|----------------|-----------------|-------------------|
| Nunca | 36 | 61% |
| A Veces | 17 | 29% |
| Casi Siempre | 6 | 10% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 1 puedo indicar que el 61% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén encuestados respondieron que NUNCA han asistido a las Charlas Dictadas por SUNAT; el 29% indicaron que A VECES asistieron a las charlas dictadas por SUNAT y el 10% restante manifestaron que CASI SIEMPRE asisten a las charlas dictadas por SUNAT en materia de información tributaria.

Figura N° 1



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 2

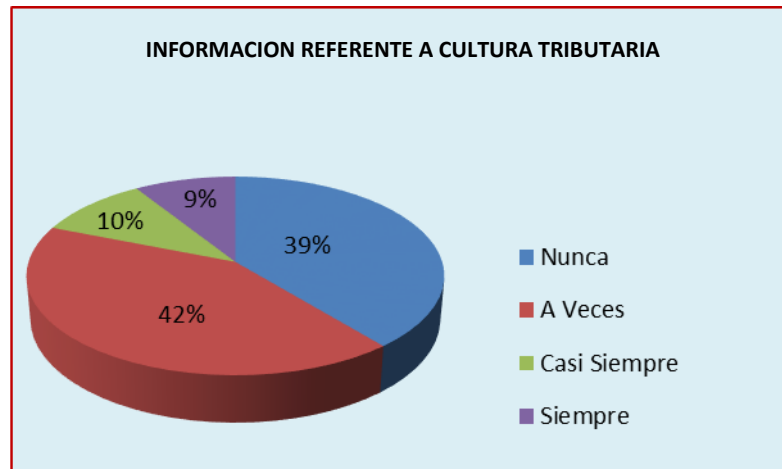
Cuándo asistió a SUNAT le informaron sobre Cultura Tributaria

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 23 | 39% |
| A Veces | 25 | 42% |
| Casi Siempre | 6 | 10% |
| Siempre | 5 | 9% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 2 se puede mostrar que el 42% indicaron que A VECES recibieron información referente a cultura tributaria; el 39% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA recibieron información referente a cultura tributaria; el 10% manifestaron que CASI SIEMPRE y el 9% restante indico SIEMPRE haber recibido información referente a cultura tributaria por parte de SUNAT.

Figura N° 2



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 3

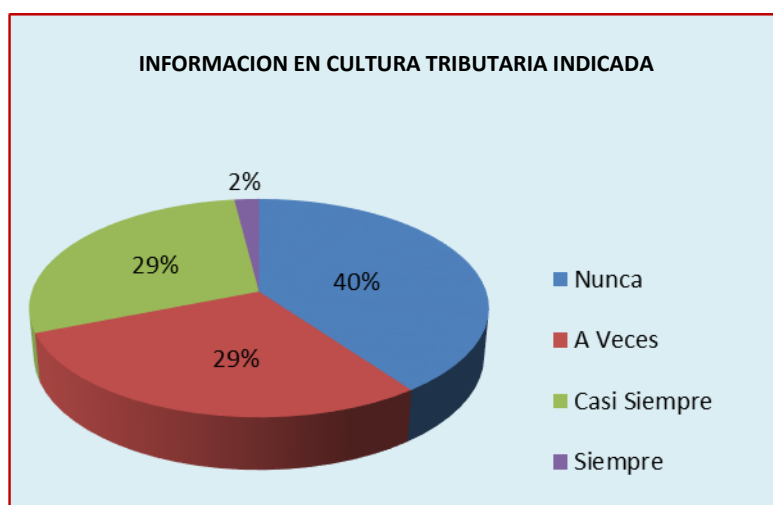
La información que recibió sobre cultura tributaria ha sido la más indicada hasta ahora por SUNAT

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 24 | 40% |
| A Veces | 17 | 29% |
| Casi Siempre | 17 | 29% |
| Siempre | 1 | 2% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 3 puedo demostrar que el 40% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que hasta ahora NUNCA han recibido información en cultura tributaria indicada; el 29% señalaron que A VECES y el 29% CASI SIEMPRE recibieron información indicada en cultura tributaria, mientras que el 2% restante manifestaron que SIEMPRE recibieron información indicada en cultura Tributaria.

Figura N° 3



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 4

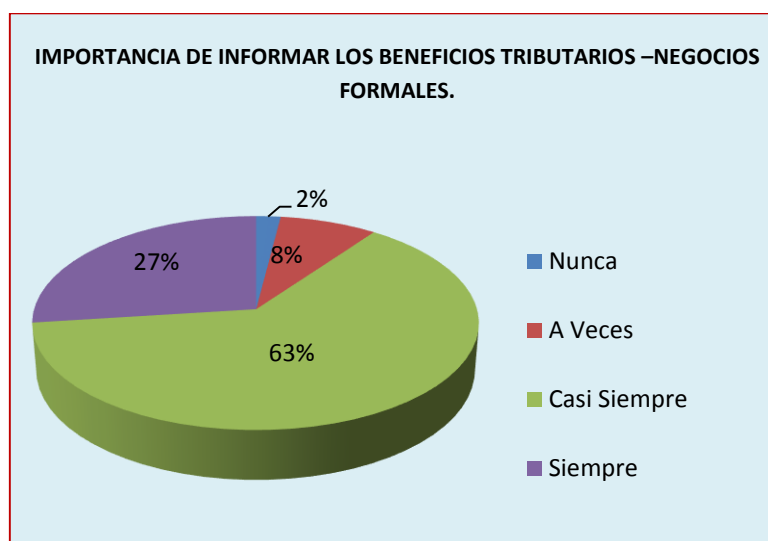
Cree que es importante estar informados sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 1 | 2% |
| A Veces | 5 | 8% |
| Casi Siempre | 37 | 63% |
| Siempre | 16 | 27% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 4 puedo indicar que para el 63% CASI SIEMPRE es importante que les informen sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal; el 27% señalaron que SIEMPRE les pareció importante que se les informen sobre los beneficios tributarios para formalizar su negocio; para el 8% A VECES es importante que les informen sobre los beneficios tributarios y para el 2% restante de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA les pareció importante que les informen sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal.

Figura N° 4



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 5

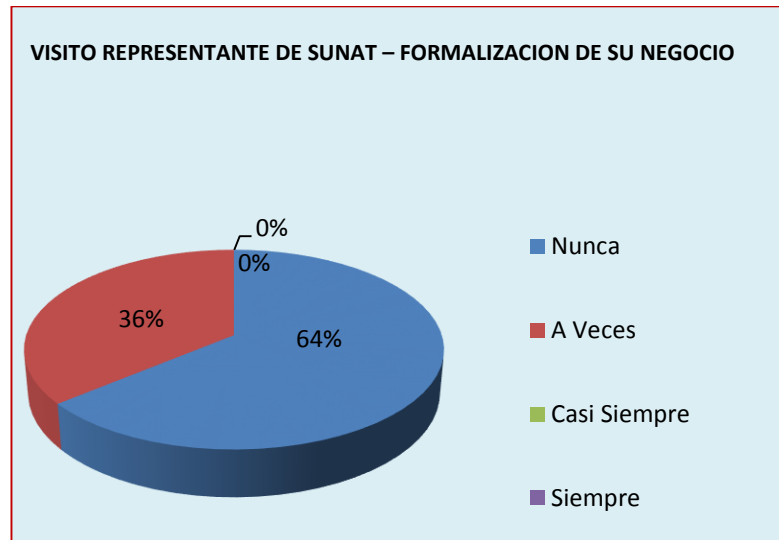
Lo ha visitado algún representante de SUNAT en su negocio para guiarlo en como formalizar su negocio

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 38 | 64% |
| A Veces | 21 | 36% |
| Casi Siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 5 puedo indicar que el 64% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA los visito un representante de SUNAT y el 36% restante manifestaron que A VECES los visito un representante de SUNAT para convencerlos en formalizar su negocio.

Figura N° 5



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 16

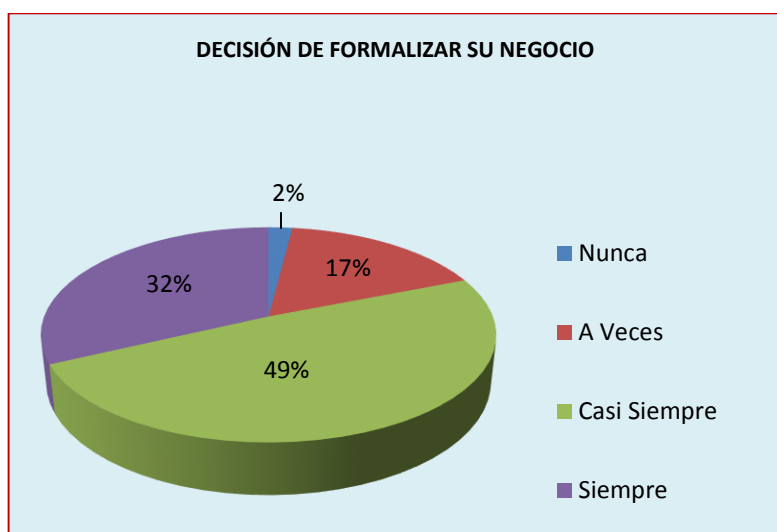
16. ¿Tiene la decisión de formalizar su negocio?

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 1 | 2% |
| A Veces | 10 | 17% |
| Casi Siempre | 29 | 49% |
| Siempre | 19 | 32% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N° 16 puedo indicar que el 49% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que CASI SIEMPRE tienen la decisión de formalizar su negocio; el 32% indicaron que SIEMPRE tuvieron la decisión de formalizar su negocio, el 17% manifestaron que A VECES tienen la decisión de formalizar su negocio y el 2% restante indicaron que NUNCA tienen la decisión en formalizar su negocio.

Figura N° 16



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 17

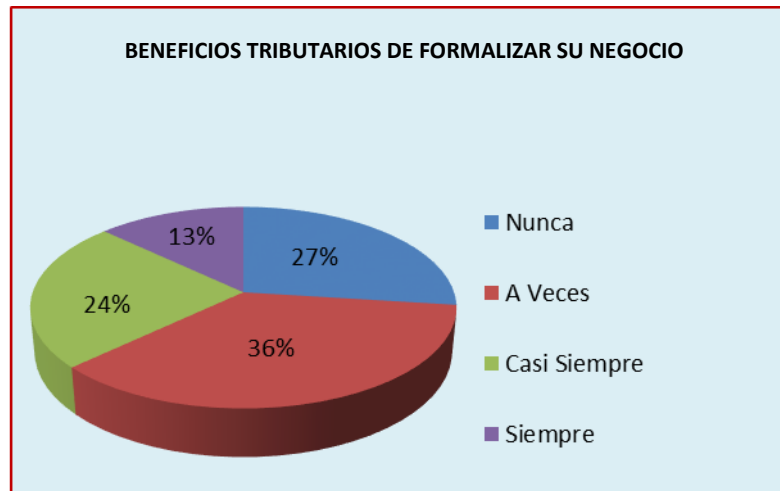
17.¿ Tiene conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendría si formaliza su negocio?

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 16 | 27% |
| A Veces | 21 | 36% |
| Casi Siempre | 14 | 24% |
| Siempre | 8 | 13% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°17 puedo indicar que el 36% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que A VECES tienen conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendrían si formalizaran su negocio; el 27% indicaron que NUNCA han tenido conocimiento sobre los beneficios tributarios, el 24% manifestaron que CASI SIEMPRE han tenido conocimiento sobre los beneficios tributarios, mientras que el 13% SIEMPRE han tenido conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendrían si formalizan sus negocios.

Figura N° 17



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 19

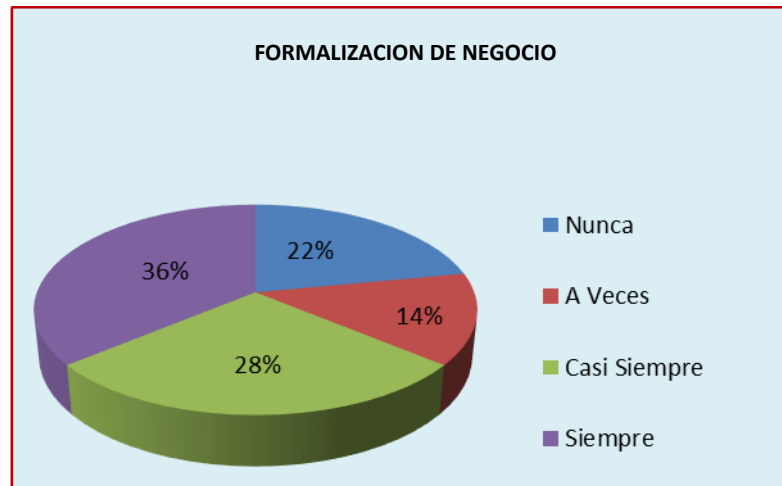
19. ¿Si formaliza su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio?

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 13 | 22% |
| A Veces | 8 | 14% |
| Casi Siempre | 17 | 28% |
| Siempre | 21 | 36% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°19 puedo indicar que el 36% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que SIEMPRE si se formalizaran fortalecerían su negocio, el 28% indicaron que CASI SIEMPRE están de acuerdo que si se formalizaran eso fortalecería su negocio, el 22% señalaron que NUNCA están de acuerdo con que la formalización fortalecerá su negocio y el 14% restante indicaron que A VECES están de acuerdo con que la formalización fortalecerá su negocio.

Figura N° 19



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Tabla 22

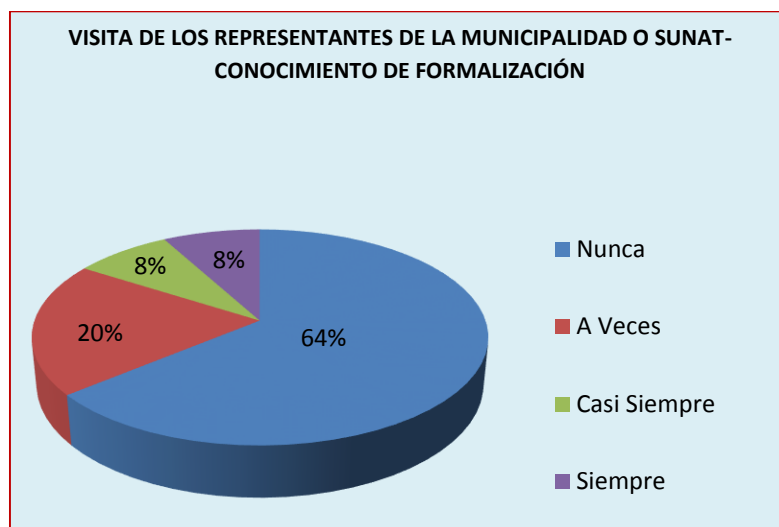
22. ¿Ha sido útil para usted la visita de los representantes de la Municipalidad o SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización?

| Detalle | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Nunca | 37 | 64% |
| A Veces | 12 | 20% |
| Casi Siempre | 5 | 8% |
| Siempre | 5 | 8% |
| | 59 | 100% |

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

Interpretación: De la tabla N°22 puedo indicar que el 64% de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura encuestados respondieron que NUNCA ha sido útil la visita de los fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para la formalización de su negocio; el 20% señaló que A VECES le ha sido útil la visita de los fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para la formalización de su negocio, el 8% CASI SIEMPRE y el 8% SIEMPRE señalaron que le ha sido útil la visita de los fiscalizadores de la Municipalidad o la SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización de sus negocios.

Figura N° 22



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 20/02/2018

4. Discusión de resultados

Teniendo en cuenta los objetivos materia de estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación y los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, se puede manifestar lo siguiente:

El Objetivo Específico N° 1: se puede indicar que el nivel de conocimientos sobre cultura tributaria es bajo, lo que se ve reflejado en las respuestas a las preguntas de la variable cultura tributaria en sus Dos dimensiones (procesos y contenidos), en la Preguntas: N° 1 ¿Alguna vez asistió a escuchar charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria?, la mayor respuesta fue Nunca 61% y A Veces 29% (Tabla N° 01), pregunta N° 2 ¿Cuándo asistió a SUNAT le informaron sobre Cultura Tributaria?, cuya respuesta fue Nunca 39% y A Veces 42% (Tabla N° 02), y pregunta N° 3 ¿ La información que recibió sobre cultura tributaria ha sido la más indicada hasta ahora por SUNAT?, cuya respuesta fue Nunca 40% y A Veces 29% (Tabla N° 03), Pregunta N° 17 ¿Tiene conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendría si formaliza su negocio? el 24% indico Casi siempre y el 36% A veces (Tabla N° 17).

El Objetivo Específico N° 2: se puede manifestar que muestran actitudes positivas respecto a la variable Formalización Comercial a pesar que no existe una buena orientación y apoyo al contribuyente, así tenemos que cuando se le pregunta al comerciante en la Pregunta 5

¿Lo ha visitado algún representante de SUNAT en su negocio para guiarlo en como formalizar su negocio?, la respuesta en su mayoría fue 64% Nunca y 36% A veces (Tabla N° 5), lo mismo se repite en la pregunta 22 ¿Ha sido útil para usted la visita de los representantes de la Municipalidad o SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización?, el 64% respondió Nunca y el 20% A veces (Tabla N° 22), dejando constancia que no existe apoyo por parte de las instituciones públicas en orientar al contribuyente para que se formalice, a pesar de ello hay actitudes positivas en los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura pues cuando se les consulta en la Pregunta N° 16 ¿Tiene la decisión de formalizar su negocio? la respuesta fue 32% Siempre, 49% Casi siempre en su mayoría (Tabla N° 16); Pregunta N° 19 ¿Si formalizara su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio? la respuesta fue el 36% Siempre, el 28% Casi siempre (Tabla N° 19).

El Objetivo Específico N° 3: se puede indicar que a pesar de tener Bajos conocimientos en Cultura tributaria, esta genera efectos positivos en la Formalización de los Comerciantes, tal y como se puede observar en la Tabla N° 04 cuya respuesta mayoritaria fue en la categoría Casi Siempre 63% y Siempre 27% cuando se le pregunto al comerciante ¿Cree que es importante estar informados sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal?, Tabla N° 16 donde las respuestas en su mayoría fueron en las categorías Casi Siempre 49% y Siempre 32% cuando se formuló la pregunta ¿Tiene la decisión de formalizar su negocio?, Tabla N° 19 el 36% siempre y el 28% casi siempre respondieron cuando se consultó ¿Si formaliza su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio? manteniendo iniciativas de formalización si existirá mayor apoyo por parte de las instituciones públicas que tienen a cargo la gestión empresarial en el estado.

Revisando nuestra hipótesis planteada: “Si promovemos mayor cultura tributaria entonces, mejorará la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018”, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada y los análisis de los objetivos específicos, se puede indicar que se cumple nuestra hipótesis teniendo que promover mayor Cultura tributaria para mejorar la formalización comercial de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de la ciudad de Jaén.

Revisando los antecedentes de estudios previos planteados que forman parte de la investigación, los resultados obtenidos de aplicar el cuestionario y el análisis de los objetivos específicos se ha determinado Nivel de Cultura tributaria Bajo y a pesar de ello los Comerciantes Ambulantes muestran actitudes positivas en la formalización comercial la que debemos impulsar a través de las instituciones indicadas como SUNAT y la Municipalidad para poner orden en nuestra ciudad formalizando a los comerciantes, tal y como indica Solano (2014) que el comercio informal es el producto de una serie de problemas de diversa índole, entre ellas las exigencias tributarias a las que se vería sometido, por lo que el gobierno de facilitar de forma sencilla y sin demasiados trámites burocráticos los mecanismos para que el comerciante informal pueda acceder a la formalidad sin los excesivos rigorismos a los que son sometidos.

5. Conclusiones

- 1) Se concluye que el nivel de conocimientos sobre cultura tributaria que tienen los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén es Bajo, lo que podemos observar en las Tablas N° 1, 2, 3 y 17 con respuestas de conocimiento bajas, las que se tienen que mejorar.
- 2) Se identificó que los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén muestran actitudes positivas en la formalización de su negocio, pues cuando se les pregunto si tiene decisión de formalizar su negocio, el 32% indicaron que Siempre y el 49% manifestó casi siempre (Tabla N° 16), también se les pregunto Si formalizará su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio, el 36% respondió Siempre y el 28% Casi siempre (Tabla N° 19).
- 3) Que la cultura tributaria genera efectos positivos en la formalización de los comerciantes, esto de acuerdo con los resultados de la Tabla N° 4 que la mayoría respondió Casi Siempre 63% y Siempre 27% es importante estas informados sobre los beneficios tributarios de tener negocio formal, a pesar de tener bajos conocimientos de cultura tributaria de acuerdo la Tabla N° 1 cuya respuesta fue Nunca 61% y A Veces 29% cuando se le consultó al comerciante si alguna vez asistió a escuchar charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria.
- 4) Que los Comerciantes Informales del mercado Roberto Segura de Jaén muestran actitudes positivas a la formalización comercial a pesar que no han tenido una buena

orientación y apoyo por parte de los representantes de las instituciones públicas que tienen a cargo la política tributaria (SUNAT) y empresarial (Municipalidad) en el estado, permitiendo generar empresa.

6. Recomendaciones

1. Se recomienda a los Funcionarios de la dependencia de SUNAT Jaén buscar estrategias que ayuden a mejorar los conocimientos de Cultura Tributaria que poseen los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén, mediante el uso de herramientas que ayuden a mejorar los niveles de cultura tributaria de los contribuyentes.
2. Se recomienda a los Funcionarios de las Instituciones del estado encargadas de promover empresa y velar por la gestión tributaria del País como son la Municipalidad provincial de Jaén y SUNAT a incentivar a los Comerciantes Informales para que Formalicen sus Negocios, brindando orientación personalizada en campañas de formalización las mismas que van a fortalecer las actitudes positivas que muestran los comerciantes a la formalización.
3. A los Funcionarios de la oficina de SUNAT Jaén y a los responsables del área de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Jaén realizar charlas informativas para fortalecer los conocimientos de los comerciantes en cultura tributaria y formalización empresarial con la finalidad de mejorar los conocimientos en tributación y formalización, generando más actitudes positivas que ayuden en la formalización comercial de los Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén.
4. Se recomienda a los Funcionarios de SUNAT y la Municipalidad provincial mayor participación y decisión de ejecutar las políticas implementadas por el gobierno en formalización empresarial y las políticas tributarias para mejorar la cultura tributaria de los Comerciantes Informales del Mercado Roberto Segura de Jaén y llevar esta experiencia a otras ciudades donde el comercio informal es alto generando desorden y pérdida de oportunidades de realizar transacciones formales que ayudan el desarrollo de las ciudades y del país.

7. Referencia Bibliográfica

- Borja, A., & Ortega, E. (2013). *Cultura tributaria en las Personas no obligadas a llevar contabilidad: Su efecto en la Recaudación de los impuestos en la Provincia del Guayas en el Cantón Guayaquil*. Tesis de Postgrado, Escuela Superior Politécnica

del Litoral , Escuela de Postgrado en Administracion de Empresas , Guayaquil-Ecuador .

Burga, M. (2014). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de gamarra, 2014*. Tesis Titulo Profesional, Universidad San Martin de Porras, Lima.

Cotrina, L. (2016). *La Formalización del Comercio Ambulatorio como estrategia para ampliar la Base Tributaria en el Perú – Período comprendido entre 2015 y 2016*. Tesis de Postgrado, Universidad San Martin de Porres , Facultad de Ciencias Economicas, Contables y Financieras , Lima.

Cruzado, Y., & Remaycuna, R. (2015). *Factores Asociados a la Informalidad de los Comerciantes Ambulantes del Sector Verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014*. Tesis de Pregrado , Universidad Juan Mejia Baca, Facultad de Ingenieria Comercial , Chiclayo.

Garcia, J. (13 de Junio de 2017). *Elevemos la cultura tributaria en el Perú*. Obtenido de uch.edu.pe/uch-noticias: <http://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta edicion). Mexico, Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.

Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigacion* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Education.

Rivera, J., & Silvera, I. (2012). *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro*. Tesis de Pregrado, Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales , Milagro.

Rodríguez, Y. (2012). *El comercio informal, una afrenta a los poderes establecidos: Vendedores ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México*. Escritores Públicos para la Integración Regional en América Latina. mexico: proyecto ESPIRAL.

Samayoa, A. (Octubre de 2017). *Cultura Tributaria en Guatemala. La importancia de la planificación fiscal*. Obtenido de <http://alegalis.com>: <http://alegalis.com/1495-2/>

Solano, C. (2014). *Mecanismos legales que debe crear las Instituciones del Estado de Guatemala para controlar la Actividad de los Comerciantes informales*. Tesis de Postgrado, Universidad San Carlos de Guatemala , Facultad de Ciencias Juridicas y Sociales, Guatemala.

Anexos

Anexo N° 01: Matriz de Consistencia

| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | INSTRUMENTO |
|--|---|---|--|-------------|
| ¿De qué manera la cultura tributaria influye en la formalización de los Comerciantes del mercado Roberto Segura de Jaén, 2018? | <p>O. General:</p> <p>Determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018</p> <p>O. ESPECÍFICOS:</p> <p>1. Conocer el nivel de conocimientos sobre cultura tributaria que tienen los</p> | <p>H. General</p> <p>Si promovemos mayor cultura tributaria entonces, mejorará la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018.</p> | <p>VARIABLE N° 01</p> <p>Cultura Tributaria: Es el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino</p> | Encuesta |

| | | | | |
|--|---|--|---|-----------------|
| | <p>Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén</p> <p>2. Identificar las actitudes de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura, frente a la formalización</p> <p>3. Establecer los efectos que la cultura tributaria genera en la formalización de los Comerciantes ambulantes del Roberto Segura de Jaén, 2018</p> | | <p>también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado (Borja & Ortega, 2013).</p> <p>Formalización de Comerciantes: Es seguir lo que la ley nos manda para poder desarrollar determinada actividad económica, para que la misma sea considerada legal y además formal, y por lo tanto se pueda hacer uso de los beneficios que la misma ley otorga (Rivera & Silvera, 2012, p. 23).</p> | <p>Encuesta</p> |
|--|---|--|---|-----------------|

Anexo N° 02: Encuesta

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN

I. Objetivo: Recoger información respecto a la cultura tributaria en la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2018.

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las pregunta en el siguiente orden de respuesta:

1: Nunca 2: A veces 3: Casi Siempre 4: Siempre

III. Ítems:

| DIMENSIÓN PROCESOS | | Nunca | A veces | Casi Siempre | Siempre |
|----------------------------|--|--------------|----------------|---------------------|----------------|
| 1 | ¿Alguna vez usted asistió a escuchar charlas dictadas por la SUNAT sobre información tributaria? | | | | |
| 2 | ¿Cuándo asistió a SUNAT le informaron sobre Cultura Tributaria? | | | | |
| 3 | ¿La información que recibió sobre cultura tributaria ha sido la más indicada hasta ahora por SUNAT? | | | | |
| 4 | ¿Cree que es importante estar informados sobre los beneficios tributarios de tener un negocio formal? | | | | |
| DIMENSIÓN CONTENIDO | | | | | |
| 5 | ¿Lo ha visitado algún representante de SUNAT en su negocio para guiarlo en como formalizar su negocio? | | | | |
| 6 | ¿Para Usted ha sido satisfactoria la orientación del representante de SUNAT y las respuestas que brindo a sus consultas? | | | | |
| 7 | ¿Usted cree que la forma de difundir la política tributaria que utiliza el Estado está orientada a la formalización de todos los contribuyentes? | | | | |
| 8 | ¿En su opinión el gobierno actual tiene implementada una política de formalización y facilita su cumplimiento a los contribuyentes? | | | | |

| DIMENSIÓN PRODUCTIVIDAD | | | | | |
|--------------------------------|---|--|--|--|--|
| 9 | ¿De acuerdo a la ubicación de su negocio, cree usted que se aumentarían sus ingresos si lo formaliza? | | | | |
| 10 | ¿Para iniciar su negocio realizo algún préstamo? | | | | |
| 11 | ¿Es rentable para usted mantenerse en la informalidad? | | | | |
| 12 | ¿La rentabilidad que logra en su negocio está de acuerdo a sus expectativas empresariales? | | | | |
| DIMENSIÓN NORMAS | | | | | |
| 13 | ¿En alguna Institución Pública le han brindado orientación sobre normatividad de formalización empresarial? | | | | |
| 14 | ¿Sabe usted que trámites debe realizar para formalizar un negocio? | | | | |
| 15 | ¿Asistió a SUNAT por orientación sobre formalización de su negocio? | | | | |
| 16 | ¿Tiene la decisión de formalizar su negocio? | | | | |
| DIMENSIÓN INCENTIVOS | | | | | |
| 17 | ¿Tiene conocimiento sobre los beneficios tributarios que obtendría si formaliza su negocio? | | | | |
| 18 | ¿Conoce los diferentes regímenes tributarios vigentes en nuestro país? | | | | |
| 19 | ¿Si formaliza su negocio, cree usted que se fortalecerá su negocio? | | | | |
| 20 | ¿Si existiera la iniciativa de formar un grupo empresarial de los comerciantes del Mercado Roberto Segura. Usted se integraría? | | | | |
| DIMENSIÓN FISCALIZACION | | | | | |
| 21 | ¿Lo han visitado representantes de la Municipalidad o SUNAT para fiscalizar su negocio? | | | | |
| 22 | ¿Ha sido útil para usted la visita de los representantes de la Municipalidad o SUNAT para mejorar sus conocimientos de formalización? | | | | |

Anexo N° 03: Resolución De Aprobación De Plan De Tesis



RESOLUCIÓN N° 1301-2018-FCEE-VRAC-UAP

Lima, 13 de Febrero del 2018

Visto el informe del asesor del Plan de Tesis: "INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2018" presentado por el Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **BRAVO VASQUEZ, JUAN EUDES**, para optar al Título Profesional de Contador Público por la Modalidad de Sustentación de Tesis en la Filial Jaén.

Vista la solicitud del Bachiller en Ciencias Contables y Financieras, **BRAVO VASQUEZ, JUAN EUDES**, solicitando designación de Asesores de Tesis, para optar el Título Profesional de Contador Público;

CONSIDERANDO:

Que, siendo necesario aprobar el Plan de Tesis y nombrar a los asesores de la tesis "INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2018" presentada por el Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **BRAVO VASQUEZ, JUAN EUDES**, para optar al Título Profesional de Contador Público por la Modalidad de Sustentación de Tesis en la Filial Jaén.

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- Declarar APROBADO el Plan de Tesis "INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2018" presentada por el Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **BRAVO VASQUEZ, JUAN EUDES**, para optar al Título Profesional de Contador Público por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Declarar expedito al Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **BRAVO VASQUEZ, JUAN EUDES**, para optar al Título Profesional de Contador Público por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

ARTÍCULO TERCERO.- Designar a los Señores Docentes la Abog. **BRENDA NATHALY ADRIANZEN JIMENEZ** y la Mg. CPCC. **MIRIA ARACELI CHAMBA ELERA**, como Asesores de la Tesis "INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2018" presentada por el Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **BRAVO VASQUEZ, JUAN EUDES** para optar al Título Profesional de Contador Público por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

Regístrese, comuníquese y archívese

Dr. OSWALDO JESUS VASQUEZ CERNA Ph.D.
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION