



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO
FACULTAD DE
COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS**



TÍTULO:

**“EL CICLO DE DEMING COMO INSTRUMENTO PARA
EL MEJORAMIENTO DEL NIVEL DE CULTURA
TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DE LOS
MERCADOS DE LA PROVINCIA DE JAÉN 2017”**

TESIS:

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

BACHILLER:

**ANGHELA KARELLY
SOTO VÁSQUEZ**

ASESOR:

CPC. ARTURO WALTER CURO FANNING

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

TRIBUTACIÓN

**PIMENTEL, PERÚ
OCTUBRE 2019**



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO
FACULTAD DE
COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS**



TÍTULO:

**“EL CICLO DE DEMING COMO INSTRUMENTO PARA
EL MEJORAMIENTO DEL NIVEL DE CULTURA
TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DE LOS
MERCADOS DE LA PROVINCIA DE JAÉN 2017”**

TESIS:

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

BACHILLER:

**ANGHELA KARELLY
SOTO VÁSQUEZ**

ASESOR:

CPC. ARTURO WALTER CURO FANNING

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

TRIBUTACIÓN

**PIMENTEL, PERÚ
OCTUBRE 2019**

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS



TESIS:

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

**“EL CICLO DE DEMING COMO INSTRUMENTO PARA EL
MEJORAMIENTO DEL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN
LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE LA PROVINCIA
DE JAÉN 2017”**

AUTORA:

ANGHELA KARELLY SOTO VÁSQUEZ

ASESOR:

CPC. ARTURO WALTER CURO FANNING

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

TRIBUTACIÓN

PIMENTEL, PERÚ

OCTUBRE 2019

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Tesis presentada por la Bachiller Anghela Karelly Soto Vásquez, a la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios de la **Universidad Particular de Chiclayo**, para optar el **TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**.

Anghela Karelly Soto Vásquez

BACHILLER

C.P.C. Arturo Walter Curo Fanning

ASESOR

Aprobado por:

Mg. Juan Granados Inoñan

PRESIDENTE

C.P.C. Pascual Rosales Abad

SECRETARIO

Mg. Enrique Gamarra Romero

VOCAL

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor de tesis, C.P.C. Curo Fanning Arturo Walter, por su apoyo incondicional, paciencia y dedicación en la culminación de mi tesis y al Mg. Juan Diaz Avalos por sus enseñanzas, orientaciones y aportes en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A los docentes de la escuela profesional de contabilidad y tributación de la UDCH, quienes con sus enseñanzas, consejos y dedicación al noble fin de la docencia hicieron posible mi formación profesional.

DEDICATORIAS

A Dios por darme la oportunidad de vivir y
por estar conmigo en cada paso que doy, por
fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y
por haber puesto en mi camino a personas
que han sido mi soporte y compañía durante
todo el periodo de estudio.

También dedico este trabajo a mi familia, en
especial a mis padres: Sres. Miguel Ángel
Soto Fernández y María Hipólita Vásquez
Llamoctanta, quienes siempre me brindaron
su apoyo infinito e incondicional para realizar
mis estudios, siendo el ejemplo personal y
profesional, para que con perseverancia,
estímulo y la fuerza necesaria llegue a
culminar cada una de las etapas en mi
formación profesional y personal, gracias por
haber fomentado en mí el deseo de superación
y el anhelo de triunfo en la vida.

La Autora.

INTRODUCCIÓN

La tributación tiene para una política económica carácter esencial, para el correcto funcionamiento y desarrollo del país, y es una de las características más influyente en el bienestar social, desempeña un rol importante en el proceso socio económico en el país. América Latina es una de las regiones en el mundo con menor carga tributaria debido al desconocimiento y a la falta de cultura, comparable solo con países del este asiático y países de África, pero debido a las reformas tributaria establecidas y a la adopción de nuevas herramientas de presión tributaria se ha incrementado la recaudación significativamente.

En el Perú se está potenciando la cultura tributaria, realizando desde el 2000 cambios radicales en las reformas tributarias, eliminando tributos ineficientes y agregando otras más efectivas y eficientes que hasta antes de esto, existían.

En cada una de las regiones se realizan planes de acción tendientes a mejorar este aspecto en la comunidad, dando capacitaciones que buscan generar en la población, conciencia sobre los beneficios sociales y el efecto negativo de su incumplimiento, en Jaén desde el mercado 28 de Julio donde existe desconocimiento y falta de interés en aspectos tributarios por parte de los comerciantes que conforman el mismo, requiere que instituciones académicas como la Universidad Particular de Chiclayo, contribuyan a mejorar esta situación problemática y este trabajo de investigación está enfocado a determinar como un proceso de mejoramiento continuo, permita mejorar de manera significativa la cultura tributaria y se logre una mejor recaudación por el mayor cumplimiento de sus obligaciones por parte de los comerciantes de los diferentes mercados y el eminente beneficio de la población jaena.

El trabajo de investigación consta de seis capítulos, según el siguiente detalle:

En el capítulo I: Se desarrolla el problema de investigación, se formula el problema, se justifica la investigación y se determinan los objetivos de la misma.

En el capítulo II: Se desarrolla el marco teórico científico, presentando los antecedentes de la investigación que a criterio de la autora son los más indicados, luego se formula la base teórica – científica, sobre la cual se fundamenta el trabajo de investigación, así como se detallan términos usados en desarrollo del trabajo de investigación y se efectuó la operacionalización de variables.

En el capítulo III: Se desarrolla la metodología de la investigación, haciendo énfasis en el tipo de investigación, el diseño, la población y muestra y los procesos de recolección de análisis y presentación de datos.

En el capítulo IV: Se efectúa la presentación de resultados, utilizando estadística descriptiva e inferencial necesarias.

En el capítulo V: Se efectuó el análisis y discusión de resultados, así como la formulación de conclusiones y recomendaciones que de ello se deriven.

En el capítulo VI: Se formuló la propuesta de las actividades que en el marco del mejoramiento continuo, específicamente que con la utilización del Ciclo de Deming se pueda lograr, con aplicación, los resultados que desean respecto a elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.

RESUMEN

Actualmente existen cambios radicales en la vida empresarial, por tal motivo, los 09 mercados de la Provincia de Jaén con una población de 1879 comerciantes buscan crecer en sus negocios y en su rentabilidad periódicamente, pero muchas veces se imposibilitan o se resisten al cambio por temor a tributar más de los ingresos que obtienen.

Es por ello, que en el presente Trabajo de Investigación, se utilizó la técnica de recolección de datos, con su instrumento adecuado para lograr los objetivos trazados. Del análisis realizado, donde se obtuvo como resultado el nivel de cultura tributaria y las características de la misma para poder considerarlo en la aplicación posterior del Ciclo de Deming si fuera necesario, con lo que se elaboró la propuesta utilizando las etapas de Planear, Hacer, Comprobar y Actuar, sobre dicho tema.

En el presente trabajo de investigación, se logró cumplir con el logro del objetivo general y los objetivos específicos al 100%, llegando a conclusiones que si no tienen cultura tributaria los comerciantes del mercado siempre van a estar estancados sin esperar el desarrollo empresarial y se realizaron las recomendaciones necesarias para que los comerciantes puedan mejorar su cultura tributaria y tributar de manera efectiva haciendo uso de una planificación tributaria.

Palabras claves: Ciclo de Deming, Cultura tributaria, Tributación, Mejoramiento Continuo.

ABSTRACT

Currently there are radical changes in business life, for this reason, the 09 markets of the Province of Jaén with a population of 1879 merchants seek to grow in their business and profitability periodically, but often they are unable or resistant to change because of fear to pay more of the income they get.

That is why, in this Research Work, the data collection technique was used, with its appropriate instrument to achieve the objectives set. From the analysis carried out, where the level of tax culture and its characteristics were obtained as a result to be able to consider it in the subsequent application of the Deming Cycle if necessary, with which the proposal was elaborated using the stages of Planning, Doing, Check and act on this subject.

In the present research work, the achievement of the general objective and the specific objectives at 100% was achieved, reaching conclusions that if they do not have a tax culture, market traders will always be stagnant without waiting for business development and they were carried out the necessary recommendations so that merchants can improve their tax culture and pay taxes effectively using tax planning.

Keywords: Deming cycle, Tax culture, Taxation, Continuous Improvement.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	ii
DEDICATORIAS.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Realidad Problemática	1
1.2. Planteamiento Del Problema	5
1.3. Formulación Del Problema	7
1.3.1. Problema General.....	7
1.3.2. Problemas Específicos.....	7
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación	8
1.5. Objetivos de la Investigación.....	10
1.5.1. Objetivo General	10
1.5.2. Objetivos Específicos.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO	11
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	11
2.2. Base Teórica	20

2.2.1 Tributación	20
2.2.2. Tributo.....	20
2.2.3. Tipos de Tributos	21
2.2.4. Impuestos	22
2.2.5. Tipos de Impuestos.....	22
2.2.6. Impuesto a la Renta.....	23
2.2.7. Impuesto General a las Ventas	24
2.2.8. Cultura Tributaria.....	24
2.2.9. Educación Tributaria.....	26
2.2.10. Conciencia Tributaria.....	27
2.2.11. Evasión Tributaria.....	29
2.2.12. Elusión Tributaria.....	30
2.2.13. Formas de Evasión Tributaria	30
2.2.14. Calidad	31
2.2.15. Desempeño y Calidad de los Procesos.....	32
2.2.16. Cultura Tributaria como Proceso	34
2.2.17. Mejora Continua.....	35
2.2.18. El Ciclo de Deming.....	37
2.2.19. Etapas del Ciclo de Deming.....	41
2.3. Base Conceptual	56
2.4. Hipótesis	59
2.4.1. Hipótesis General	59

2.4.2. Hipótesis Específicas.....	59
2.5. Variables	59
2.5.1. Identificación de Variables.....	59
2.5.2. Conceptualización de Variables	60
2.5.3. Operacionalización de Variables.....	63
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
3.1. Tipo de Investigación.....	68
3.2. Diseño de Investigación/contrastación de hipótesis	69
3.3. Población y muestra (fórmula estadística).....	70
3.4. Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	74
3.5. Métodos y procedimientos para la recolección de datos	76
3.6. Tabulación de datos	78
3.7. Presentación y análisis estadístico de los datos (cuadros, tablas y gráficos estadísticos).....	78
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	80
4.1. Sobre la situación actual	80
CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS –	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
5.1. Análisis e Interpretación de los Resultados	98
5.1.1 En función a los objetivos	98
5.1.2. En función a los antecedentes	101
5.1.3 Contrastación de la hipótesis.....	103

5.2. Conclusiones y Recomendaciones	104
A. Conclusiones	104
B. Recomendaciones	106
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	107
BIBLIOGRAFÍA	131
ANEXOS	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente	63
Tabla 2 Operacionalización de la variable dependiente	65
Tabla 3 Población	71
Tabla 4 Muestra	73
Tabla 5 Formato para la aplicación del Ciclo de Deming	75
Tabla 6 Dimensión valores tributarios.....	81
Tabla 7 Dimensión conocimientos tributarios.....	83
Tabla 8 Dimensión creencias tributarias	86
Tabla 9 Dimensión percepciones sobre los tributos	89
Tabla 10 Dimensión Actitudes	91
Tabla 11 Gráficos de control de procesos para R.....	94
Tabla 12 Gráficos de control de procesos para X	96
Tabla 13 Segmentación de los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén – 2017	112
Tabla 14 Total de comerciantes en los mercados de la Provincia de Jaén	113
Tabla 15 Formato sobre capacidad operativa disponible	116
Tabla 16 Formato sobre capacidad instalada de talento humano	116
Tabla 17 Contenido temático y duración de cada tema para segmento de recién inscritos	117
Tabla 18 Contenido temático y duración de cada tema para segmento de omisos	118
Tabla 19 Presupuesto por actividad de capacitación al comerciante.....	119
Tabla 20 Actividades para capacitación al comerciante.....	120
Tabla 21 Cronograma de actividades para capacitación al comerciante	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cultura Tributaria como Proceso	34
Figura 2 Ciclo de Deming – Mejora Continua	39
Figura 3 Etapas del Ciclo de Deming (PHCA)	54
Figura 4 Diagrama de causa – efecto o Ishikawa	55
Figura 5 Diseño de investigación	70
Figura 6 Dimensión valores tributarios	82
Figura 7 Dimensión conocimientos tributarios	84
Figura 8 Dimensión creencias tributarias	87
Figura 9 Dimensión percepciones sobre los tributos	90
Figura 10 Dimensión actitudes	92
Figura 11 Gráficos de control de procesos para R.....	95
Figura 12 Gráficos de control de procesos para X	97
Figura 13 Total de comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén según rubro	113
Figura 14 Pirámide de comportamiento	114
Figura 15 Diagrama de procesos de capacitación al comerciante en los mercados de la Provincia de Jaén – 2017	126

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad Problemática

Este siglo XXI ha sido promisorio para América Latina. En la última década 56 millones salieron de la pobreza y hubo una fuerte movilidad social de la mano de un crecimiento que permitió ejecutar políticas redistributivas. Sin embargo, según un trabajo de los economistas Juan Pablo Jiménez y Andrea Podestá de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), estas políticas redistributivas tienen un límite. Y para superarlo, se requieren más impuestos. “En sociedades con una desigualdad tan fuerte como América Latina, no basta con redistribuir con programas de gasto social. Se necesita una reforma impositiva que garantice una mayor equidad en la distribución del ingreso”, esta reforma es particularmente crucial ahora que la época de las “vacas gordas” parece haber terminado. Menos de un tercio de la recaudación proviene de impuestos directos a la renta o ganancias y riqueza considerados más equitativos porque pueden graduar la tributación en tomo al principio del que “más tiene más paga”. Por lo que según Jiménez “Esto produce sociedades más cohesionadas con una mayor recaudación que permite un mayor gasto y redistribución”.

Otro problema “crónico”: es la evasión fiscal. En un estudio, el economista Jorge Gaggero explica los principales mecanismos de evasión fiscal de la región. “Se da tanto en los impuestos indirectos, al consumo, en los comercios por ejemplo, como en los directos, a las empresas nacionales y multinacionales y a las personas. Hay una baja conciencia, cívica al respecto. Y eso que la presión tributaria en nuestra región es muy baja”, En los 18 países de América Latina se paga en promedio

entre el 18 y el 20% del PIB mientras que en los 28 de la Unión Europea es el 35%, en los 18 de la Eurozona el 44% y en los países escandinavos supera el 45%.

Según Gaggero “Se puede distinguir entre los países de América Central que tienen impuestos más bajos, las naciones petroleras como México y Venezuela, que basan su recaudación en el impuesto al petróleo, y las naciones que más han avanzado en el marco tributario, pero que no han resuelto la inequidad impositiva y los altos niveles de evasión, como Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Bolivia y Ecuador”.

Aunado a esto surge en el país el tema de evasión tributaria, sobre lo cual existen muchos trabajos que lo analizan ampliamente, algunos enfocados a determinar el nivel de la cultura tributaria, las obligaciones tributarias, el proceso de recaudación de tributos, la relación con la fiscalización etc. Todos ellos con un objetivo común atacar el problema de la evasión tributaria que tanto daño hace al desarrollo del país.

En el trabajo de investigación, la focalización se da en el rubro de una actividad muy popular, el comercio ambulatorio en los “mercados” populares en las ciudades, específicamente en Jaén, donde a diario se desarrolla una actividad comercial formal e informal debido a su oferta de precio bajo.

Aumentar los ingresos públicos es clave para fortalecer la capacidad de acción de la política fiscal y apoyar la movilización de recursos para financiar la agenda 2030. Así señala la publicación anual de la CEPAL, dada a conocer en sitio web “Panorama fiscal de América Latina y el Caribe 2019”, el informe que analiza que analiza las tendencias de la coyuntura fiscal, evolución de las políticas fiscales y

sus desafíos futuros, indica que es necesario abordar el alto nivel de incumplimiento tributario y los flujos financieros ilícitos en la región.

Según la última estimación económica de CEPAL, el costo regional de la evasión y elusión fiscal alcanzó el 6.3% del producto bruto interno (PBI) 2017, lo que equivale a US\$ 335 mil millones.

Indica además que el proceso de consolidación fiscal para américa latina siguió en el 2018 el déficit primario para los países latinoamericanos pasó de 0.8% del PBI en 2017 al 0.5% del PBI en 2018 debido al recorte en el gasto primario y los gastos totales excluyendo los pagos de intereses cayó de 19% el 2017 a 18.6% del PBI en 2018.

En el aspecto nacional, los estudios para detectar el nivel de evasión en el impuesto dan como resultado que ésta oscila entre 31% 44% y otros más recientes que está más cerca al 30% para el caso de personas jurídicas, los estudios estiman una tasa de evasión del 79% (Jiménez, Gómez y Podestá 2010).

En el caso de personas naturales, la evasión resultante de 32.6% que se mantiene según estudios recientes y la tasa de evasión hace referencia principalmente a las rentas del trabajo y rentas de capital.

Surge entonces el interés del estudio sobre las causas de la evasión tributaria, considerando diferentes escenarios que conduzcan a ver de cerca esta problemática común en toda la sociedad Peruana, para aspirar generar mayores ingresos (utilidades), superar la carga excesiva y compleja del proceso de tributación, y asignaciones equivocadas de regímenes que no les corresponden, en el afán de conocer la problemática local actual, se hace necesario recabar información mediante encuestas pre formuladas a los comerciantes en los

negocios muestra, contactándolos para obtener de forma breve información sobre las empresas: cuales son personas naturales con negocio, cuales son empresas tipo E.I.R.L, y cuales son una sociedad, así como determinar que empresas son no constituidas, que empresas nunca entregan comprobantes de pago, y en que empresas los clientes indican no recibir comprobantes, y donde ninguna empresa manifiesta que sus clientes siempre recibirán comprobantes de pago, situaciones irregulares que requieren la atención de instituciones académicas a fin de que a través de sus estudios, se realicen propuestas que permitan atacar uno de los males económicos de nuestra sociedad: la evasión tributaria.

Problemática que atañe como es de conocimiento no sólo a las grandes ciudades de la costa, sino también a las del interior del país, entre las cuáles Jaén es un polo de desarrollo y que al igual que el resto de país no es ajena a esta problemática, focalizando el interés de estudio en una de las grandes causas de la evasión tributaria que es la deficiente cultura tributaria de su población.

El sistema tributario peruano incide negativamente en la conciencia tributaria de los responsables de las micro y pequeñas empresas, particularmente en comerciantes de los mercados de las ciudades. La administración tributaria en su papel de difundir los roles y obligaciones no ha tenido éxito y a partir de esto, empieza una clara opinión de los contribuyentes, de la poca preocupación por mejorar la cultura tributaria.

La falta de información y conocimiento respecto a los impuestos (valor económico, con repercusión social en bienes y servicios públicos) es un problema a superar por todos los ciudadanos respecto al aspecto tributario, saber dónde empieza y donde termina su responsabilidad, y la de los gobernantes para sacar adelante el país, porque los recursos que se obtengan pertenecen al pueblo y el

estado debe devolver en bienes y servicios públicos como: hospitales, tecnología de punta, colegios con calidad de enseñanza, carreteras, implementar parques y jardines, calidad en servicio de salud, seguridad ciudadana, etc.

El lograr que los contribuyentes asuman de manera voluntaria y responsable su participación en los diferentes tributos, permitirá que la administración cuente con los recursos necesarios para programas de inversión que contribuyan al desarrollo de las ciudades y beneficie a la comunidad en materia de salud, educación, cultura, recreación, seguridad, transporte, acciones comunales, etc.

1.2. Planteamiento Del Problema

A raíz de un sin número de investigaciones realizadas acerca de la evasión tributaria, la informalidad, la corrupción, etc. Se ha demostrado que uno de los elementos principales que son la causa de estos problemas a la economía nacional, es la falta de conciencia y cultura tributaria de los ciudadanos. Es por ello que muchas administraciones tributarias entre ellas el Perú, ven conveniente incidir en implantar la cultura tributaria a través de acciones de capacitaciones en el tema. En el caso peruano, en los últimos años la economía del país ostenta un crecimiento debido a los ingresos mineros demostrando que no tiene una economía sostenida que estamos sujeto al precio de los metales. Pero también se ve el lado oscuro de la economía, la evasión, la informalidad y la corrupción han ido creciendo, haciéndose cada vez más incontrolable, pese a los esfuerzos de la SUNAT, para controlarlo, que es cierto que han existido una serie de programas de educación tributaria desarrolladas en periodos anteriores, pero también es cierto que para llevar a cabos los programas de cultura tributaria existe el problema del desinterés por la capacitación en temas de materia tributaria y menos de

mejorar la conciencia y cultura tributaria que es parte del rol ciudadano en una sociedad democrática.

Sin embargo, el logro de este propósito es imposible si los diferentes agentes involucrados, organismos de administración tributaria, centros de formación académica, la familia, se muestran indiferentes y hasta reacios a abordar dicha temática, por lo que es necesario entablar comunicación con los agentes directos involucrados en esta problemática. Población – administración tributaria – universidad, para generar el interés de abordar esta problemática, comprometiéndolos para que en el desarrollo de sus actividades promuevan el cumplimiento tributario.

Considerando que el objetivo de la cultura tributaria es crear una cimentación de conductas para el cumplimiento fiscal, contrarias a las actitudes defraudadoras, a través de la transmisión de ideas y valores que sean asimilados en lo individual y valorados en lo social, que conlleven a un cambio cultural que explica en el largo plazo, una característica muy importante de toda estrategia para la formación de cultura tributaria.

Para esto: Carolina Roca (2008), citado por Solorzano T.D. (2014), sostiene que: “No hay recetas” para la adopción de las estrategias encaminadas a la formación de la cultura tributaria. Son más bien aplicación de estrategias propias según las características de una realidad específica. Siendo conveniente trabajar en todas las fuentes y combinando estrategias, con limitaciones de recursos disponibles, la variedad de ritmos y peculiaridades de los procesos en tiempos y espacios, definiendo claramente los objetivos de formación fiscal y estableciendo prioridades en función de ellos y de los recursos disponibles.

Por tal razón, el presente trabajo de investigación pretende utilizar una metodología propia de la gestión de procesos y considerando que la cultura tributaria es un proceso que incluye la educación tributaria – la formación de conciencia tributaria – para lograr una actitud frente al sistema tributario esta metodología es la de mejoramiento continuo, basado en el Ciclo de Deming (Planificar, Hacer, Comprobar y Actuar), para tentar desarrollar una cultura tributaria que permita a los comerciantes de los mercados de Jaén (luego a la ciudadanía en general) concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. Un nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo por el cumplimiento permitiendo que la ciudad, la región y el país disminuyan los elevados índices de evasión, informalidad y corrupción, asegurando su desarrollo en el marco de la justicia y equidad.

1.3. Formulación Del Problema

1.3.1. Problema General

¿De qué manera se puede lograr elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, utilizando el Ciclo de Deming como instrumento de mejoramiento continuo?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria que ostentan actualmente los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017?
- ¿Qué factores determinantes del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, están bajo o fuera de control?

- ¿Qué actividades de mejoramiento continuo basado en el Ciclo de Deming mejorará el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017?

1.4. Justificación e Importancia de la Investigación

Justificación Práctica

Es de interés común conocer la concepción sobre cultura tributaria, que ostentan algunos sectores económicos del país, pues es un factor de evasión de impuestos, en un sector de movimiento económico y permitirá conocer el impacto de esta variable, además de alguna manera intentar explicar los resultados basados en el conocimiento de los factores determinantes de la cultura tributaria, los resultados de la investigación motivarán en la sociedad una actitud crítica sobre el conocimiento y cumplimiento de leyes y normas tributarias. Además se logrará alertar al contribuyente y a quien corresponda en la administración tributaria a realizar acciones tendientes a mejorar el nivel de cultura tributaria en sectores críticos, con medidas estratégicas que conlleven a solucionar este problema mayúsculo que desde hace mucho tiempo es obstáculo para el desarrollo social del país.

Justificación Metodológica

Conocido el problema social que representa la evasión tributaria, la cual tiene como uno de sus factores el deficiente nivel de cultura tributaria, sobre el cual se requiere una mejora, esto no tendrá el éxito esperado sin el adecuado aporte metodológico pues las conclusiones del trabajo sobre este caso en particular, que se obtendrán en base a la aplicación del Ciclo de Deming, también conocido como círculo PHCA (Planear, Hacer, Comprobar , Actuar) metodología que

corresponde al mejoramiento continuo de procesos, que permitirá tener la base teórica – conceptual e ideológica para generar futuras investigaciones de carácter explicativo y aplicativo que surjan después de la fase descriptiva, que es la finalidad del presente trabajo de investigación.

Relevancia Social

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

La administración tributaria de América Latina y del mundo han visto que la solución de los problemas económicos y el desarrollo de los pueblos, está en la educación tributaria, considerando desde el punto de vista social con la obtención de valores éticos y morales a través de una convivencia ciudadana que dan base y legitimidad social a tributación y al cumplimiento de las obligaciones tributarias como una necesidad del país por lo que:

- ✚ Conocer el nivel de cultura tributaria que poseen los comerciantes respecto a sus obligaciones y al contexto general de tributación.
- ✚ Describir aspectos importantes de cultura tributaria que poseen los comerciantes de los mercados específicamente de la Provincia de Jaén.
- ✚ Describir las obligaciones tributarias que tienen los comerciantes de los mercados específicamente de la Provincia de Jaén.

- ✚ Formular un documento de referencia respecto a la realidad de la cultura tributaria, como informativo con fines de referencia para posteriores investigaciones de carácter explicativo o de pronóstico.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Diseñar una propuesta de un programa de mejoramiento continuo basado en el Ciclo de Deming para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de conocimiento tributario que ostentan los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.
- Identificar los factores determinantes del nivel de cultura tributaria que están bajo o fuera de control, utilizando la metodología de control estadístico de procesos en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.
- Proponer actividades de mejoramiento continuo usando el Ciclo de Deming para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Antecedentes Internacionales

- ❖ **Cárdenas, Ana (2012)**, en su tesis “La Cultura Tributaria en su grupo de actividad económica informal en la Provincia de Pichincha – Canton Quito”, utilizando las técnicas de encuesta personal a un grupo de contribuyentes informales, entre otras concluye lo siguiente:
 - ✓ La cultura tributaria no se logra de un día a otro, es necesario un proceso educativo, para formar conciencia del contribuyente, y del estado, respecto a la importancia de pagar impuesto que permita cubrir necesidades colectivas.
 - ✓ Para crear una cultura tributaria es necesario actualizar conocimientos en los contribuyentes, para reducir brechas fiscales.
 - ✓ Existe un alto porcentaje de contribuyentes que están de acuerdo respecto que el pago de impuestos referente en el beneficio del país.
- ❖ **Bonilla S, E.C. (2014)**, en la Tesis: “La cultura tributaria como herramienta de políticas fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá”, realizado en la Universidad Nacional de Colombia – Facultad de Ciencias Económicas donde concluye:
 - ✓ Los programas de cultura tributaria son un importante instrumento de política fiscal, en Bogotá pese a los agitados movimientos políticos de la ciudad, los bogotanos pagan sus impuestos, las metas de los últimos años se han superado.

- ✓ Es importante seguir trabajando en el fortalecimiento de estrategias de cultura tributaria, en Bogotá han sido exitosos las estrategias lúdico – pedagógicos, acompañados de los programas de fortalecimiento de la administración tributaria.
- ✓ No es posible una democracia activa sin el pago oportuno y veraz de los impuestos por parte de sus ciudadanos.

❖ **Vásquez Q.M. y Jimenez, S.L. (2015)**, en su Tesis: “Análisis del Comportamiento tributario de los comerciantes en el sector público de la ciudad de Ocaña Norte de Santander”, tesis para optar el título de contador público realizado en la Universidad Francisco de Paula Santander – Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, donde entre otras concluye lo siguiente:

- ✓ Que las razones que tienen los comerciantes del mercado público de Ocaña para evadir los respectivos impuestos a los cuales están obligados es en lo social, la inexistencia de cultura ciudadana siendo una de las causas sociales de evasión y generando un círculo vicioso porque los contribuyentes ven a la evasión una opción aceptada, pues no encuentran ningún incentivo para pensar que la tributación sea un deber porque no están dispuestos a financiar al estado o porque no espentan ser descubiertos y sancionados.
- ✓ Los comerciantes utilizan maniobras o estrategias muchas veces permitidas por la misma ley o por los vacíos de esta, lo que se llama elusión de impuestos que no es estrictamente ilegal, puesto que no está infringiendo ninguna ley, sin embargo los entes de control dicen que

moral y éticamente no es correcto. Por eso se dice que la ley en Colombia ofrece a los contribuyentes muchas posibilidades para no pagar los impuestos de forma legal y cuando la ley no ofrece la posibilidad de disminuir o evitar el pago de un impuesto recurren a la evasión tributaria por medio de artimañas diseñadas en su contabilidad vulneran la norma tributaria.

- ✓ Las medidas tendientes a aumentar la recaudación parece estar generando mayor niveles de evasión, afectando negativamente la equidad horizontal entre quienes cumplen y quienes no lo hacen e induciendo al incumplimiento de los demás.
- ✓ Es importante diseñar propuestas basadas en procesos de motivación, en el que se capacite, se brinde información y se concientice al comerciante de sus deberes y responsabilidades, aumentando el compromiso para aumentar la equidad de la distribución de carga tributaria efectiva, incluyendo una reducción de la evasión; así mismo tomen conciencia y se comprometan a tener una cultura tributaria que genere un mayor compromiso respecto a sus deberes ante la ley.

❖ **Alvarez Pincay, D.E. (2018)**, en su tesis: “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la sociedad abastecedora del mercado central de Jipijapa”, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas – Universidad Estatal del Sur de Manabi – UNESUM – Ecuador, concluye:

- ✓ Los comerciantes de la sociedad abastecedora del mercado central de Jipijapa nunca han sido partícipes de un entorno en donde se fomente la

cultura tributaria, por lo cual esto ha generado un efecto negativo que trae como consecuencias incumplimiento, descornamiento y desinterés.

- ✓ Los comerciantes de la sociedad abastecedora del mercado central de Jipijapa en su mayoría cumplen con el registro tributario tanto en RUC como en RISE, pese a esto presentan desconocimiento en temática tributaria, lo que hace que se incumpla con alguna de las obligaciones que tienen como contribuyentes.
- ✓ Los comerciantes de la sociedad abastecedora del mercado central de Jipijapa presentan múltiples debilidades por lo que incumplen con las obligaciones tributarias como lo son descornamiento, falta de liquidez en sus negocios, falta de cultura, falta de conciencia tributaria, entre otras.

Antecedentes Nacionales

- ❖ **Marín B., J. y Trauco, H. M. (2016)**, en su tesis “Cultura Tributaria e influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del Código Tributario por los contribuyentes del Régimen General SUNAT – Cajamarca 2015”, para optar el título profesional de Contador Público, realizado en la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios carrera de contabilidad, donde entre otras concluye lo siguiente:
 - ✓ 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 (tablas N°06, 07, 08,09).
 - ✓ El nivel de cultura tributaria en el régimen tributaria de la administración tributaria SUNAT del distrito de Cajamarca es bajo. En merito a objetivo

general se pudo determinar que el 80.30% de los contribuyentes no recibieron información o capacitación en temas relacionados a obligaciones tributarias por la SUNAT Cajamarca.

- ✓ El nivel actual de la cultura tributaria de los contribuyentes del régimen general, renta de tercera categoría del ámbito de la SUNAT del distrito de Cajamarca no es buena ya que el 49% de los contribuyentes tienen aún un concepto erróneo de la importancia del porque pagar impuestos o tributar con el estado, el 43.60% desconoce el destino del dinero que recauda la SUNAT frente a un 38.70% que no saben declarar porque no entienden los procesos respectivos.
- ✓ Las causas por las cuales los contribuyentes incurren frecuentemente en las infracciones tipificadas en el art.174°,175°,176° y 178° del Código Tributario es porque su grado de conocimientos sobre impuestos es bajo, tasas altas y no hay trato justo por la SUNAT Cajamarca, falta de incentivos para todos los contribuyentes, procedimientos complejos para declarar y falta de hábitos de emitir o exigir comprobantes de pago.

- ❖ **Dávila C. A., Lopez, T., R. y Pisango L., F. (2016):** en la tesis “La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto”, año 2016, para optar el título de Contador Público y realizado en la Universidad Nacional de San Martín, Facultad de Ciencias Económicas, escuela académica profesional de contabilidad, donde se concluye:

- ✓ Al evaluar el nivel de cultura tributaria en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto, en sus dimensiones de valores de contribución, de normas y sanciones, estrategias de desarrollo de la educación tributaria se encuentran en un valor regular.
 - ✓ En cuanto a la variable evasión de impuestos de las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto, en su dimensión de comprobante de pago de aplicación del plan evasión cero, de infracciones tributarias sobre la emisión de comprobantes de pago se encuentra en un nivel regular.
- ❖ **Tenorio Gastelo, Jorge (2017):** en la tesis “Conocimiento Tributario y su incidencia en el índice de evasión de impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Chiclayo – 2017”, para optar el grado de maestro en Ciencias con mención en tributación y asesoría fiscal, realizado en la Universidad Pedro Ruiz Gallo, escuela de Post Grado – maestría en Ciencias, entre otras se llegaron a las siguientes conclusiones:
- ✓ Respecto al nivel de conocimientos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Chiclayo en relación con los impuestos de renta de tercera categoría, el 73.9% tienen un nivel de conocimiento alto. Estos comerciantes a pesar de conocer sus obligaciones tributarias tienden a evadir impuestos con frecuencia (42.4%) debido a la corrupción, desconfianza y el mal manejo de los tributos por parte de las autoridades que gobiernan del distrito/país, el 14.1% tienen un nivel de conocimiento medio y el 12% un nivel de conocimiento bajo.

- ✓ El nivel de evasión de impuestos a la renta de tercera categoría en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Chiclayo, los comerciantes tienen un nivel de evasión de impuestos alto, en un 48.9% mientras que el 38% un nivel medio y el 13% un nivel bajo.
 - ✓ Existe una correlación entre el conocimiento tributario y la evasión del impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Chiclayo 2017 calculado con un valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.459 valores que ofrece una moderada correlación entre ambas variables.
- ❖ **Jove Pucamayo Stephanie (2017):** en la tesis “Impacto del nivel de cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los trabajadores independientes del sector odontológico del distrito cerro colorado Arequipa 2016”, presentada para optar el título profesional de Contador Público y realizada en la Universidad Católica San Pablo – Facultad de Ciencias Económicas Empresariales y Humanas, escuela profesional de contabilidad, entre otras concluye que:
- ✓ El nivel de cultura tributaria es alto en un 63%, lo que significa que la mayor parte de los profesionales odontólogos tiene conocimientos básicos a cerca de los niveles y beneficios que le brinda la práctica de la tributación, aunque se necesita incrementar las dimensiones de confianza y conciencia tributaria. Así mismo el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias según las encuestas es muy alto, mientras que ducho cumplimiento es refutado en la entrevista a clientes.

- ✓ El nivel de conocimiento de normas y sanciones es de nivel excelente en un 38.33% y tiene una influencia significativa en la presentación de declaraciones y pago de impuestos. No se pone en duda el conocimiento de los profesionales, pero este no es el determinante para la presentación de declaraciones ya que la influencia es solo de 54.3%. por lo que se debe incrementar las otras dimensiones para lograr una puntual y veraz declaración de pago e impuestos.
- ✓ La dimensión conciencia tributaria tiene una influencia significativa en la emisión y entrega de comprobantes de pago. Según las encuestas a los odontólogos un 59.3% tiene un nivel alto de entrega de comprobantes. Sin embargo, el 83.3% de sus clientes respondieron que no reciben comprobantes. Siendo un indicativo de poca veracidad en los odontólogos así como una escasa conciencia tributaria.
- ✓ En la dimensión confianza tributaria tiene una influencia significativa en la formalidad, esta es una influencia baja que proviene de un nivel medio de confianza tributaria. Indicando que los contribuyentes no confían en que los tributos serán bien usados a causa de los malos servicios del estado.
- ✓ A nivel general la variable nivel de cultura tributaria, tiene una influencia significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias; es decir, el conocimiento, la confianza, conciencia tributaria y actitudes frente al deber de contribuir impactan positivamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias de la renta de cuarta categoría.
- ✓ Se ha demostrado la hipótesis de que a un mayor nivel de conciencia y cultura tributaria conlleva a un mayor cumplimiento de obligaciones

tributarias de los trabajadores independientes del sector odontológico del distrito de cerro colorado.

❖ **Osorio Sarmiento, Orlando (2017):** en la tesis “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016”, para optar el título profesional de Contador Público y realizado en la Universidad de Huánuco – Facultad de Ciencias Empresariales programa académico de contabilidad y finanzas, entre otras concluye que:

- ✓ De una muestra de 57 comerciantes, el resultado nos indica que 33 comerciantes si tienen conocimiento acerca de la tributación lo que indica que incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes, por lo que emiten sus comprobantes de pago 48 comerciantes y realizan sus declaraciones y pagos 45.
- ✓ De la muestra estudiada 48 comerciantes no reciben ningún tipo de información de la SUNAT a cerca de la tributación, lo que significa que los comerciantes no están informados de manera efectiva de sus obligaciones y de las sanciones si no lo cumplen, trayendo consigo la incidencia la poca incidencia en el cumplimiento de sus obligaciones.
- ✓ De la misma manera el resultado nos indica que 55 comerciantes no recibieron ningún tipo de motivación por cumplir puntualmente con el pago de sus impuestos; todo ello nos indica que los comerciantes cumplen con sus obligaciones solamente por temor a las sanciones y multas.

- ✓ Los comerciantes en mayoría no valoran el conocimiento acerca de tributación debido al nivel de instrucción de 6 comerciantes de primaria y 35 comerciantes de secundaria.

2.2. Base Teórica

2.2.1 Tributación: La Real Academia (2012), señala que la palabra tributación es un sustantivo definido como acción de tributar, aquello que se tributa y régimen o sistema tributario. Además la palabra tributario es quien paga tributo o está obligado a pagarlo.

El portal web del Ministerio de Economía y Finanzas (2015) señala que la tributación se refiere a todas las obligaciones que deben realizar todos los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías o servicios que prestan, en beneficio del estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios tales como: defensa, transportes, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, etc.

Lo que conduce a definir tributación como la acción de pagar las obligaciones que tienen los ciudadanos con el estado, en función a la actividad económica que realizan, para que el estado cumpla con el mantenimiento de las instituciones y servicios que administra.

2.2.2. Tributo

La Real Academia Española (2012), señala que tributo, “Es el pago en dinero, establecido legalmente que se entrega al estado, para cubrir los gastos que demanda al cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su incumplimiento”, deduciéndolo, que esta definición tenía aspectos básicos:

- Solo se crea por ley.

- Solo se paga en dinero (excepcionalmente en especie).
- Es obligatorio para el poder tributario que tiene el estado.
- Se debe utilizar para que el estado cumpla con sus funciones.
- El estado puede cobrarlo coactivamente, cuando la persona obligada a pagarlo, no cumple.

2.2.3. Tipos de Tributos

Según el Texto Único Ordenado del Código Tributario – Decreto Supremo N° 133 – 2013 – EF, publicado el 22 – 06 – 2013:

Tributo: Comprende impuestos, contribuciones y tasas, definidos como:

- **Impuesto:** Tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado.
- **Contribución:** Tributo cuya obligación, querrá beneficios derivados de la realización de obras públicas, actividades estatales.
- **Tasa:** Tributo, cuya obligación querrá prestación efectiva por el Estado, respecto a su servicio público individualizado del contribuyente, puede ser:
 - **Arbitrios:** Tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de su servicio público.
 - **Derechos:** Tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público, uso o aprovechamiento de un bien público.
 - **Licencias:** Tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas, que permitan realizar actividades de provecho personal (sujetas a control o fiscalización)

2.2.4. Impuestos

- **Sunat (2012)**, La palabra impuesto, proviene del verbo imponer, que significa “por encima”. Entonces el impuesto es un aporte obligatorio, que no se origina para que el contribuyente reciba un servicio directo del estado, sino como un hecho independiente.
- **Araneda (1994)**, afirma que el impuesto constituye un medio de financiamiento de carácter indivisible, con el objeto de poner a disposición de la colectividad determinadas de servicios básicos sin las limitaciones derivadas de la capacidad individual de pago. Aparentemente se ve como una prestación obligatoria exigida por el estado, sin ofrecer contraprestación directa a cambio.
- Entonces se deduce que impuesto, es un tipo de prestación obligatoria al estado, sin que el contribuyente reciba su servicio directo.

2.2.5. Tipos de Impuestos

Según SUNAT (2012), hay 2 tipos:

- **Impuesto Directo:** Aquellos de incidencia directa sobre el ingreso o patrimonio de las personas naturales y jurídicas, en este tipo de impuesto quien declara, paga y soporta la carga tributaria es la persona natural o jurídica. Entre este tipo de impuesto en el Perú, se tiene impuesto a la renta, impuesto predial, entre otros.
- **Impuesto Indirecto:** Impuesto de incidencia sobre el consumo y quien paga es el consumidor del producto o servicio, es declarado y paga a la SUNAT, el vendedor pero es cargado al comprador; algunos impuestos de este tipo en el Perú son: impuesto general a las ventas, impuesto selectivo al consumo, entre otros.

2.2.6. Impuesto a la Renta

Sunat (2012), El impuesto a la renta “Grava las ganancias provenientes del capital, del trabajo, y de la aplicación conjunta de ambos factores” (P.122). En el Perú, se gravan por separado las rentas provenientes del capital a una tasa proporcional mientras que las provenientes del trabajo en tasas progresivas.

Existen diferentes categorías:

- **Renta de primera categoría:** Por concepto de ingresos por arrendamiento, subarrendamiento o cesión de bienes muebles e inmuebles (6% del alquiler mensual).
- **Renta de segunda categoría:** Por concepto de ingresos producidos por otros capitales diferentes al arrendamiento (5% por la venta de inmuebles, entre otros).
- **Renta de tercera categoría:** Por concepto de ingresos provenientes de negocios, tales como el comercio, industria, servicios, entre otros. (Ejemplo: El ejercicio profesional en asociación – Régimen Especial, Régimen General, Registro Único Simplificado), el tributo a pagar será el (1.5% mensual y el 29.5% anual).
- **Renta de cuarta categoría:** Por concepto de ingresos obtenidos del trabajo independiente, por el ejercicio individual de la profesión, ciencia, arte u oficio (8% de rentas brutas).
- **Renta de quinta categoría:** Por concepto de ingresos del ejercicio del trabajo dependiente (en planilla) y con tasas progresivas de 8%, 14%, 17%, 20% o 30% a las remuneraciones.

2.2.7. Impuesto General a las Ventas

- **Sunat (2012)**, considera que el impuesto general a las ventas corresponde al tributo que se paga cuando se compra un bien o se presta un servicio, se encuentra incluido en el precio de venta del producto o servicio y es responsabilidad del vendedor abonarlo al estado. Este impuesto grava:
 - La venta de bienes muebles (en el país).
 - La importación de bienes.
 - La prestación o uso de servicios en el país.
 - Contratos de construcción.
 - La primera venta de inmuebles por parte de los constructores.

2.2.8. Cultura Tributaria

Cultura

- **Real Academia Española (2012)**, “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (parr.8), también “Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”
- **Giddens, A. (2000)**, Sostiene: “La cultura incluye los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas establecidas y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir (P.51)”.
- Sintetizando entendemos la “Cultura” como el conjunto de valores, conocimientos y comportamientos de un grupo de personas en su lugar y tiempo definido.

Cultura Tributaria

- ✓ **Villegas, H. (2001)**, Sostiene que la cultura tributaria se desarrolla como producto de un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y significaciones, mediante los cuáles un individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión del mundo.

Por lo que tiene un doble papel en la formación de los sistemas sociales y lógicas institucionales, ofrece representaciones generales que son instrumento de interpretación (códigos) en temas relacionados a la agenda pública o a la vida política – institucional.

- ✓ **Roca, C. (2011)**, Sostiene que la cultura tributaria: “Es un conjunto de información y el grado de conocimiento que en su país se tiene sobre los impuestos; el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”

- ✓ **Ataliba, A. (2000)**, Sostiene que la cultura tributaria: “Es la conducta que desarrollan los contribuyentes, la expresión frente a la administración tributaria y la forma como el contribuyente enfrenta sus deberes y derechos ante la administración tributaria”.

Sostiene además que la cultura tributaria, es el final de un proceso que empieza con educación tributaria, sigue con la formación de la conciencia tributaria y termina modificando la forma de actuar frente al sistema tributario del país.

En resumen, se puede afirmar que la cultura tributaria es un conjunto de modos de vida, costumbres y conocimientos enfocados al pago de

obligaciones económicas del estado, destinados al sostenimiento de las cargas públicas.

- ✓ **Valero, T. y Ramirez, M. (2009), citado por Burga, Argandona, M.E. (2015);** Sostiene: “La cultura tributaria se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones, actitudes, percepciones y creencias referidos a los tributos, así como al nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria”

2.2.9. Educación Tributaria

- ✓ **Galvez, J. (2007),** Sostiene que la educación tributaria es el grado de conocimientos que adquieren las personas sobre el sistema tributario y sus funciones.
- ✓ **Brenes (2000),** Manifiesta que la educación tributaria es algo trascendente en la educación cívica, pues tiene como principal objetivo transmitir valores y aptitudes dirigidos al cumplimiento del deber, que todo ciudadano tiene que contribuir con los gastos públicos, aceptando responsabilidades como ciudadanos partícipes de una sociedad democrática.

Resumiendo, se puede decir de la educación tributaria que es la formación tributaria adquirida, para desarrollar valores y actitudes de responsabilidad tributaria, es la base para la formación de una conciencia tributaria del país. Por ello la necesidad de educar a nuestros niños y jóvenes y convertirlos en ciudadanos de bien, cumplidores de sus deberes tributarios.

- ✓ **Sunat (2012),** Cita en el Art.84° del Código Tributario, que en el Perú la administración tributaria tiene la obligación de proporcionar orientación,

información verbal, educación y asistencia al contribuyente. Por ellos desarrolla procesos importantes que facilitan y promueven el cumplimiento tributario por medio de la educación y capacitación tributaria.

Mediante convenio interinstitucional entre el Ministerio de Educación y la contraloría general de la república, se han desarrollado veedurías escolares, con la finalidad formativa pedagógica que permita promover y fortalecer en los estudiantes sus capacidades de participación, ciudadanía y el buen uso de los servicios públicos, fortalecer una cultura de prevención de la corrupción, promoviendo valores éticos y mecanismos de control, en la gestión de los servicios y recursos del Estado. (SUNAT, 2012).

2.2.10. Conciencia Tributaria

- ✓ **Bravo, F. (2011)**, Sostiene que la conciencia tributaria se refiere a la motivación propia de pagar impuestos, destacándose la formación de la cultura política ciudadana respecto a la apropiación de lo público.
- ✓ **Sunat (2012)**, Indica que conciencia tributaria “se refiere a las actividades y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir tributariamente”. Señala también que la conciencia tributaria tiene dos dimensiones.
 - **Proceso:** Como se forma la conciencia tributaria en el individuo a través de eventos que dan justificación al comportamiento del ciudadano en relación a la tributación.

- **Contenido:** Los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores del comportamiento del ciudadano respecto a la tributación.

Como resultado del proceso de formación de conciencia tributaria, se tiene posiciones adoptados por las personas que van desde la tolerancia a la evasión y el contrabando hasta el rechazo absoluto de estas acciones.

Por lo que se puede precisar que la conciencia tributaria va más allá de la definición de educación tributaria, pues es el producto de la percepción interna del ser humano y de su educación tributaria recibida durante su formación, desarrollando valores y actitudes sobre el comportamiento personal respecto al sistema tributario.

- ✓ **Sunat (2012)**, Como resultado de un estudio del año 2000, determinó información sobre los niveles de conciencia tributaria indicando que el 77% de la población tiene un nivel moderado de conciencia tributaria, el 13% alto y el 10% bajo. Entonces el promedio nacional es moderado y su intensidad alcanza 0.5 en una escala de 0 a 1.

Pero además, se detectó un variado comportamiento social pues en el Perú:

- Mayoritariamente se considera que “Pagar impuestos es bueno porque es lo correcto y se demuestra responsabilidad ciudadana”
- Existe poca información acerca de los aspectos técnicos o normativos de los impuestos, sin embargo se sabe de qué se trata y se le atribuye una función fiscal y social.

- Manifiestan que dejarían de pagar los tributos, todo o una parte si hubiera la oportunidad de no ser descubiertos por la SUNAT.

2.2.11. Evasión Tributaria

- ✓ **Real Academia Española (2012)**, “Refugio para evadir una dificultad” y “acción” y efecto de evadir o evadirse, “evitar un daño p peligro” y “evadir con arte o astucia una dificultad prevista”.
- ✓ **Otálora, C. (2009)**, “La evasión tributaria, es una acción ilegal realizada por el contribuyente, para reducir de manera total o parcial el pago de sus obligaciones tributarias”. (Pág. 122).
- ✓ **Soler, O. (2002)**, “La evasión tributaria es la modalidad más típica de los delitos tributarios, que consiste en el incumplimiento doloso de las obligaciones tributarias, acompañado de maniobras engañosas, tendientes a impedir que el fisco detecte el daño sufrido” (Pág. 793).
- ✓ **Sunat (2012)**, “La evasión tributaria, es un acto que lleve a cometer u omitir la obligación de declarar totalmente su ingreso, patrimonio, ganancia, venta, con la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la cual se calcula el impuesto”.

La evasión puede ser parcial o total, parcial cuando el contribuyente declara y paga puntualmente, pero solo parte de los tributos, y total cuando evitó todo el pago de tributos.

Existe evasión cuando hay:

- Ocultamiento ante la base imponible.
- Aumento indebido de las deducciones, excusiones o de los créditos por impuestos pagados.
- Traslación o desplazamiento de la base imponible.

En resumen, la evasión tributaria es una acción ilícita, realizada para no cumplir con el pago de una obligación tributaria, sin que la entidad recaudadora lo detecte.

2.2.12. Elusión Tributaria

- ✓ **Real Academia Española (2012)**, “Elusión”, se define como “acción o efecto de eludir” donde eludir es un verbo, con las siguientes definiciones. “Evitar con astucia una dificultad o una obligación”; “Esquivar el encuentro con alguien o con algo” y “no tener en cuenta algo, por inadvertencia o intencionalmente”.
- ✓ **Arias, L. (2009)**, Señala que la evasión no debe incluir la elusión ya que evadir significa no pagar impuestos, estando obligado a hacerlo, evadir es ilegal, en cambio la elusión es ampararse en algún vacío legal para no pagar impuestos, es decir no es ilegal.
- ✓ **Otálora, C. (2009)**, La elusión tributaria, no debe ser confundida con evasión tributaria, pues la primera es una actividad realizada por el sujeto pasivo, al amparo de la ley, para no pagar o reducir el monto del impuesto, utilizando aspectos no considerados en las normas legales no definidas explícitamente o sea vacíos legales aprovechados por el contribuyente.

2.2.13. Formas de Evasión Tributaria

Arias, L. (2009), Considera que la evasión tributaria se da:

- En personas naturales, por ocultamiento de ingresos y/o sub declaración (se declaran menos ingresos de los recibidos).
- En personas jurídicas, por reducción de gastos mayores a los legalmente permitidos.

- Existencia de tratos preferenciales.
- Nivel de cumplimiento de las empresas de manera inversa al tamaño de la misma.
- Uso indebido de regímenes especiales de tributación, como el RUS y el RER.
- Tratamiento especial a empresas ubicadas en zonas francas y regiones con exoneración como los de la selva.

2.2.14. Calidad

Según la Real Academia Española, la calidad es un conjunto de actividades asignadas para algo o actividad para juzgar su valor. En el caso de los productos ofrecidos por una empresa la calidad del producto será evaluada por los consumidores finales, basado en la experiencia durante el uso del producto.

Según Alvarez Ibarrota, J. (2006). “Se da a conocer dos grandes categorías en las que se agrupan las definiciones de calidad, algunas usadas por Deming, Ishikawa, Feingenbaun y Crosby” (p.2) que son:

- “La calidad es una forma de realizar o de producir y entregar servicios cuya mayor característica es medible y deben satisfacer a un determinado grupo de exigencias y están definidas con orden” (Gutierrez, P.H. – 2010).
- “La realización de servicios y productos de calidad son los medios que deben cumplir la misión de satisfacer a los clientes en sus necesidades requeridas para que la puedan utilizar para su uso y consumo” (Gutierrez, P. H. – 2010).
- La calidad definida por (Gutierrez, P.H. – 2010), tiene dos conceptos:

1. “Un producto es de calidad, cuando cumple con ciertas especificaciones, también se puede considerar que un producto o servicio es de calidad, cuando logra cubrir las expectativas del cliente”.
2. “Un producto es de calidad para los clientes, si está basado en la experiencia del uso del producto, por ello es que la calidad depende de la percepción de la persona porque un producto puede ser de calidad para un grupo de personas y no para otras”. (p.57)

Para Guajardo, E. (2012). “La no calidad en la empresa, representa un costo, cuyo origen pueden ser en reprocesos, en retrocesos, en desperdicios, en maltrato a clientes en excesos de inventario” (p.21)

Así por ejemplo, en un reproceso, si el producto no cumplió con ciertas especificaciones, es necesario hacer uso nuevamente de recursos como electricidad o mano de obra, y estos son costos que no están contemplados en el costo de producción ni en el precio de venta, por lo tanto es una pérdida para la empresa porque no se recupera el extra invertido.

2.2.15. Desempeño y Calidad de los Procesos

El desempeño y la calidad de los procesos que condensan a optimizar la operatividad, concierne a todos, es muy importante llevar el control de las mediciones de productividad, calidad y satisfacción de los actores del proceso, de tal manera que cuando las mediciones bajan, los problemas se atacan de inmediato. Por lo que saber evaluar si el proceso se desempeña bien y cuando adoptar las medidas son competencias fundamentales de quienes dirigen las empresas, organizaciones o instituciones.

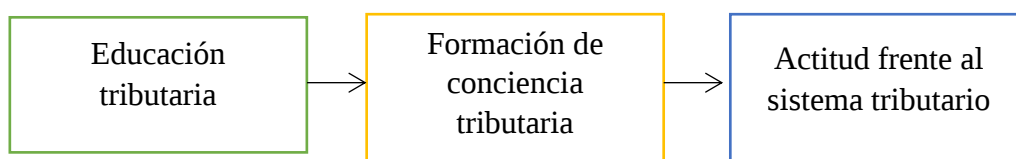
- ❖ Cuando un proceso no es satisfactorio, se genera costos por el desempeño deficiente y la mala calidad de los procesos, lo que hace necesario filosofías y herramientas, para evaluar y mejorar los procesos.
- ❖ Muchas organizaciones invierten considerable tiempo, esfuerzo y dinero en sistemas, capacitación y cambios organizacionales para mejorar el desempeño y la calidad de procesos que atañen a su actividad. Creen que es importante medir los niveles actuales de desempeño para determinar las brechas en su accionar, brechas que reflejan insatisfacción y generan costos adicionales, la mayoría de los expertos estiman que las pérdidas ocasionadas por el desempeño deficiente y mala calidad oscilan entre 20 y 30% del monto de “ventas brutas”, los cuales pueden ser considerados en tres categorías:
 - Costos de prevención.
 - Costos de valoración.
 - Costos internos y externos de fallas.
- ✓ Los costos de prevención, están asociados a las medidas encaminadas a prevenir las brechas antes que estas se produzcan entre ellos, hay costos de rediseño de procesos, capacitación en métodos de mejoramiento continuo, etc. Y todo esto requiere invertir tiempo, esfuerzo y dinero adicionales.
- ✓ Los costos de valoración, son aquellos en que se incurre cuando se evalúa el nivel de desempeño, los costos de valoración disminuyen porque se requieren menos recursos para realizar inspecciones de calidad, y para la búsqueda subsiguiente de las causas de los problemas que se detectan.

- ✓ Los costos internos es el resultado de los defectos que se producen durante la producción del servicio o producto y los defectos aludidos requieren una “reelaboración” o “desperdicio”, mientras que los costos externos surgen cuando se descubre un defecto después de recibido el servicio o producto.

2.2.16. Cultura Tributaria como Proceso

Lo anteriormente enunciado encuadra perfectamente, pues como se dijo anteriormente, la cultura tributaria, es el producto de un proceso que empiezan con la educación tributaria, continua con la formación de la conciencia tributaria y termina modificando la forma de actuar frente al sistema tributario del Perú.

Figura 1 Cultura Tributaria como Proceso



Fuente: Elaboración propia

Proceso que como se repite, atañe a toda la sociedad de nuestro país, y en particular de instituciones académicas como la Universidad “Creadora del nuevo conocimiento” y que a través de la investigación, utilizando el recurso humano (docentes y estudiantes) plantean soluciones a las problemáticas que compromete al desarrollo del país en forma directa o coadyuvando con las instituciones encargadas de administrar los procesos (en el caso institución: SUNAT, problema, recaudación tributaria).

La mejora continua de la capacidad y resultados de la organización, debe ser el objetivo permanente de la organización, para lograrlo existen diversas herramientas como: El Ciclo de Deming, la teoría de Kaisen, etc.

2.2.17. Mejora Continua

Según la Real Academia Española en el anuario (RAE 2015):

MEJORAR, lo define como “adelantar, acrecentar algo, haciéndolo pasar a un estado mejor”

Es decir mejorar algo es hacer que ese algo, evoluciones a algo más eficiente y eficaz.

De esta manera la mejora continua, no es más que la evolución de los procesos de manera que estos vuelvan más eficientes y eficaces. Estas mejoras tienen que ser de manera repetitiva porque siempre habrá algo mejor que se pueda aplicar para lograr que ese proceso cambie para poder cumplir con los requerimientos del mercado y a su vez incrementar o aumentar mejorando la calidad del producto final.

Gutierrez, P.H (2010), define la mejora continua como: “El esfuerzo en la búsqueda del mejoramiento, el cual se realiza mediante un ciclo de manera interrumpida donde se debe identificar el área específica de la mejora, planear para hacerla e identificarla, para luego planear la metodología que debe verificar los resultados y actuar de acuerdo a los problemas encontrados, con la consigna de corregirlos o sugerir renovarlos o mejorar con implementaciones sustitutivas que lo solucionan y esperar resultados con una propuesta retadora acorde a la exigencia” (p.45)

Es decir la mejora continua busca actuar sobre un problema identificado, mediante el seguimiento de pasos hasta encontrar la mejor propuesta de solución, ejecutando mediciones para ver si realmente se logró el objetivo.

La mejora continua es una ideología, que debe implantarse en una organización para lograr el éxito teniendo que seguir los pasos que Clares, J.A (2005) plantea:

1. Dar una capacitación constante al personal en los diversos métodos de control estadístico de procesos y otras herramientas para mejorar la calidad y desempeño.
 2. Lograr que las metodologías se conviertan en un aspecto normal de las operaciones.
 3. Formar equipos de trabajo e incentivar la participación de las personas.
 4. Utilizar herramientas que puedan ayudar a dar solución a los problemas encontrados o generados dentro del grupo.
 5. Concientizar a cada integrante el sentimiento que si se hace le beneficia.
- (pp.210 – 211)

Entendiendo al autor, quiere decir que: “Para que la mejora continua tenga éxito, se debe comprometer a todos los integrantes de la organización para que cuando estos detecten un problema, se sientan motivados a tratar de solucionarlo porque son ellos los que realizan la acción”. También es necesario que reciban capacitación sobre control estadístico de procesos y algunas herramientas para mejorar la calidad y desempeño.

Paraschivescu, Andrey y Cotirlet, Paul (2015), sostienen que la mejora continua entre otras, busca:

- Reducir los casos de incumplimiento.
- Incremento en la eficacia y eficiencia de los procesos, etc. (p.13)

Para lograr la mejora continua dentro de las organizaciones, hay distintas metodologías que pueden ser empleadas como:

- Ciclo de Deming.
- La metodología 5S, etc.

Para los fines de la presente investigación se detalla la teoría referente al Ciclo de Deming.

2.2.18. El Ciclo de Deming

Acropsoma, S.I.S. (2017, pp. 35 – 36), sostiene que es definida como una técnica implementada por W.A. Shewhart entre 1930 y 1940 para organizar y realizar el trabajo y dar seguimiento de proyectos de cualquier tipo.

En 1950, E. Deming la toma y difunde como una alternativa para encarar los proyectos de acción o mejora sobre los procesos propios externos o internos.

Deming fue el principal impulsador del Ciclo de la mejora continua, pero en realidad este ciclo como se ha dicho fue definido por Shewhart quien lo considera como “Un proceso metodológico elemental” **aplicable a cualquier campo de la actividad, con el fin de asegurar la mejora continua de dichas actividades.**

La rueda del Ciclo del Deming es un proceso metodológico que tiene como objeto aplicar a un proceso cualquiera una acción cíclica formada por cuatro pasos fundamentales:

P = Plan = Planificar a fondo = P

D = DO = Efectuar, realizar, hacer = H

C = CHECK = Verificar, comprobar = C

A = ACT = Actuar = A

Gutierrez, H. (2010), explica que el ciclo tiene una estructura (Planear, hacer, comprobar, actuar) los cuales son de gran utilidad para elaborar, estructurar y ejecutar proyectos de mejora de la calidad y la productividad dentro de una organización.

Este ciclo conocido también como ciclo de Shewhart o ciclo de la calidad, se desarrolla de manera objetiva y profunda un plan (Planear), este se aplica en pequeña escala o sobre una base de ensayo (Hacer), se evalúa si se obtuvieron los resultados esperados (Comprobar) y de acuerdo con lo anterior, se actúa en consecuencia (Actuar), ya sea generalizando el plan si dio resultado o reestructurando el plan debido a que los resultados no fueron satisfactorios, con lo que se vuelve a iniciar el ciclo.

La filosofía de este ciclo lo hace de gran utilidad para conseguir la mejora mediante diferentes metodologías, en general para cumplir efectivamente el ciclo PHCA, es clave usar herramientas básicas, en la actualidad hay muchas metodologías de desarrollo de un proyecto, que de alguna forma incorpora la filosofía del ciclo PHCA. Esto se puede ver tanto en los pasos recomendados para sistemas esbeltos o en la metodología SIX SIGMA. (p.76)

Guajardo, E. (2012), indica que Deming impulsó a los japoneses a adoptar un enfoque sistemático para la solución de problemas, el enfoque PHCA impulsó también a la alta gerencia a participar más activamente en los programas de mejora de la calidad de la compañía.

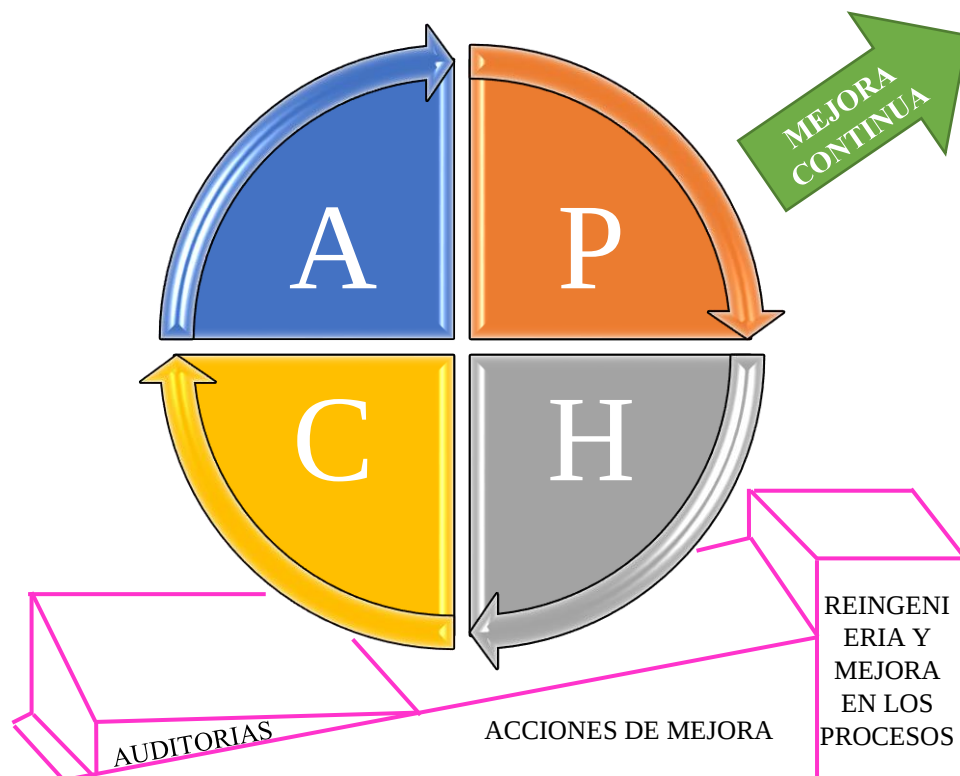
El Ciclo de Deming representa los pasos de un cambio planeado, donde las decisiones se toman científicamente y no en base a apreciaciones. El Ciclo de Deming se transforma en un proceso de mejora continua en la medida que se

utilice de forma sistemática donde una vez logrado los objetivos del primer esfuerzo se establece un proceso permanente de Planear, Hacer, Comprobar y Actuar, cuantas veces sea necesario hasta resolver la problemática.

Este proceso puede compararse, en forma analógica con una rueda que va moviéndose en un plano inclinado desde un punto X a un punto Y, en un nivel superior, según el grado en que se use el “Círculo de calidad”, la rueda sigue una inercia que le permite ir subiendo.

En el momento en que se deje de utilizar, puede quedarse en la última posición lograda siempre y cuando los proyectos implementados hayan sido estandarizados debidamente y además documentados o en su defecto el círculo retrocederá perdiéndose las mejoras logradas. (p.32)

Figura 2 Ciclo de Deming – Mejora Continua



Fuente: Sotelo, Hernandez. J.M. y Torres Valle, J.P. (2018). Universidad San Martin de Porres.

Sin embargo, existen errores que se cometen al intentar resolver problemas.

Gutierrez, H. (2010), indica que los problemas relacionados a la calidad y productividad en las organizaciones generalmente son ya conocidos y se han hecho intentos para corregirlo, sin embargo veces estos continúan y permanecen más o menos igual, deduciéndose que los esfuerzos por buscar la mejora o para corrección, no son los apropiados y no dan el resultado esperado.

La principal razón es que se cometen errores entre los que se puede citar:

- Los efectos y los sistemas son los primeros en ser atacados sin ver cuáles son las causas más relevantes y de fondo. Pues se considera que si se corrige los síntomas se obtiene beneficios a corto plazo. Sin embargo, se puede presentar el problema ocasionando más presión interna en la organización. Observándose que el remedio es peor que la enfermedad.
- Tratar de solucionar problemas por efectos de reacción por ocurrencias, impulsos, etc. y no por medio de un plan de solución claramente sustentado en métodos y herramientas de análisis. Lo que lleva a reiterar en las mismas soluciones, por lo que Senge sostiene que el camino fácil lleva al mismo lugar.
- Los posibles esfuerzos son aislados, no se da de forma continua. En situaciones, cuando al resolver un problema si se logra una mejora real, esta no llega a percibirse en la productividad, porque es aislada, no forma parte de un plan de mejora en la organización.
- No se ataca lo realmente importantes, sino más bien aspectos o problemas secundarios, no se utiliza en el análisis el principio de PARETO.

- Se tiene ideas erróneas de cómo resolver los problemas, se cree que estos se originan por falta de atención del empleado, a la falta de recursos económicos para aplicar soluciones tecnológicas, a la competencia desleal, a la falta de apoyo gubernamental, etc. y aunque algunas de estas causas existen, se olvida que estos problemas se dan debido a la deficiente cultura organizacional, estilos de dirección inadecuados, metodologías de trabajo, falta de capacitación, diseño de productos, manera de tomar decisiones, etc.
- Para conocer estos errores, se requiere conocer estrategias de la metodología para el logro de la calidad y sobre todo la productividad, además de promover la formación de más grupos de trabajo que apliquen la metodología para la mejora buscada. (p.78)

2.2.19. Etapas del Ciclo de Deming

El ciclo PHCA, como se ha dicho, tiene cuatro etapas, se planifica el cambio, se realiza, comprueban los resultados y según estos, se actúa para normalizar el cambio o para iniciar el ciclo nuevamente con información reciente. Muchas personas que participan en la transformación hablan de “Resolver problemas” o de “Trabajar en proyectos”.

El Ciclo de Deming en realidad representa trabajo en proceso, más que tareas o problemas específicos. Los procesos por su misma naturaleza, no pueden resolverse sino únicamente mejorarse, donde al trabajar en los procesos se resuelve ciertamente algunos problemas.

1. PLANEAR (Plan)

Walton, M. (2004); En esta etapa se establece una visión de hacia donde se quiere llegar, se realiza un diagnóstico para conocer la situación actual y después se desarrolla la teoría de posible solución. Por último se establece un plan de trabajo.

En esta primera fase se considera lo siguiente:

✓ Identificación del problema:

Los integrantes de los equipos de calidad o mejora deben identificar las posibles oportunidades de mejora de sus áreas.

Para identificar los puntos críticos en alguna área, los equipos de calidad deben tomar como referencia toda la información que tengan acerca de los indicadores del desempeño en el área. Las principales fuentes de información son:

a) Evaluaciones:

La retroalimentación generada, permite identificar las fortalezas y debilidades de los procesos y servicios así como realizar acciones de mejora que impacten de manera significativa en los indicadores estratégicos establecidos.

b) Evaluaciones internas:

Que son mecanismos que se realizan de manera interna para monitorear y controlar algunos indicadores que son clave en los procesos a revisar, la retroalimentación de estos mecanismos es igualmente importante que las demás fuentes de información.

c) Aplicación de encuestas:

Particularmente, las denominadas “encuestas de salida” con el fin de evaluar los servicios proporcionados, al momento de recibirlos.

d) Quejas y sugerencias:

Los comentarios recibidos a través de buzones o cualquier medio de comunicación permiten recibir retroalimentación constante sobre servicios o compromisos de la organización.

Una queja es una oportunidad para mejorar y conocer la opinión del usuario y sirve para reforzar la relación público y organización.

Si no se conoce el error es difícil evitar que se vuelva a repetir, si se sabe porque se ha generado es más sencillo asumir medidas para reducir la probabilidad de ocurrencia otra vez.

e) Auditorías internas:

Las auditorías internas realizadas en la organización agregan valor ya que permiten mejorar las operaciones al tiempo que contribuyen al cumplimiento de sus objetivos y metas aportando un enfoque sistemático para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y dirección.

A partir de estas auditorías se detectan puntos críticos y se recomienda la mejora de controles internos.

f) Análisis de procesos:

El cual describe los distintos pasos que se asocian a un proceso particular, identifican los pasos que agregan valor (trabajo), y los que no lo hacen (desperdicios).

Para hacer un análisis con valor efectivo es necesario tener una visión del proceso bastante detallada por lo que se requiere identificar el mapa de proceso de analizar y clasificar las etapas tomando como criterios las actividades que agregan valor, las que no lo hacen y las que permiten añadirlo dentro de cada una de estos los criterios a tomar en cuenta son:

- Respecto a las que agregan valor:

- Al usuario le interesa y/o paga por esta actividad si sabe que se está realizando.
- Aplican cambios al servicio o producto.
- Solamente se realizan una vez (reparaciones, repetición del trabajo, sustituciones, etc.) solamente se corrigen errores cometidos antes pero no agregan valor.

- Respecto a las que permiten agregar valor:

Existe un tipo de actividad que permite realizar trabajos para el usuario de forma más rápida y eficaz, lo que significa que puede entregarle productos o servicios más pronto, a menor costo, con mayor precisión, etc. Pero es necesario la prudencia, no puede darse el caso que todas las etapas que no “agregan valor”, se conviertan en etapas que “permiten agregar valor”

- Respecto a las que no “agregan valor”:

Son los aspectos de un proceso en el que la mayoría de las organizaciones detectan que hay numerosas etapas que no “agregan valor”, en esta categoría se consideran la repetición de los trabajos, así como los desperdicios por:

- Sobreproducción: procesar artículos o servicios en mayor cantidad que la requerida por el usuario.
- Transporte: mover trabajos en proceso de un lugar a otro, incluso en distancias cortas, de igual manera el movimiento de materiales, partes o productos terminados hacia y desde el almacenamiento.
- Tiempo de espera: personas esperando por información o materiales, para efectuar el servicio, espera por fallas de equipos o clientes esperando en el teléfono.
- Procesos inapropiados: realizar procedimientos innecesarios para procesar servicios, utilizar herramientas o equipos inapropiados o proveer niveles de calidad más altos que los requeridos.
- Exceso de inventario: excesivo almacenamiento de materia prima, producto/servicio en proceso y terminado, aquí el principal problema es que se oculta otros problemas que se presentan en la organización.
- Defectos: repetición o corrección de procesos, e incluso re – trabajo en productos/servicios inconformes o reclamos del usuario.
- Movimientos innecesarios: cualquier movimiento que el personal realice, aparte de generar valor agregado al producto o servicio, incluye a personas que suben y bajan documentación, buscando, eligiendo, etc., incluso caminar innecesariamente es un desperdicio.

Una vez realizada esta revisión, se calcula la proporción de actividades de cada categoría y se revisa el balance entre los trabajos que agregan y no agregan valor, se planifica, se diseña y luego se implementa el nuevo proceso con las mejoras incluidas.

g) Acciones correctivas:

La realización de acciones correctivas sobre el indicador de un proceso genera automáticamente una mejora que se tiene que realizar para eliminar la causa raíz de una disconformidad detectada, con el propósito de evitar que se vuelva a presentar.

✓ Definición del problema:

Es una descripción concisa y centrada en lo que está mal, ya sea las consecuencias de un problema o la oportunidad que se va a estudiar.

La definición del problema y el proceso de redacción del mismo sirven para:

- Comprobar que el equipo de mejora ha comprendido perfectamente la misión del proyecto.
- Reforzar el consenso entre los miembros del equipo respecto al problema a tratar.
- Garantizar que el equipo ha empezado a centrarse en un problema que no es demasiado amplio ni demasiado específico.
- Evaluar la claridad de los datos que soportan y ayudan a definir el problema.
- Establecer una medida base contra la que valida los progresos y resultados.

✓ Formulación de objetivos:

Definen el remedio en cuanto a resultados concretos la estructura de esta formulación puede estandarizarse de la siguiente manera:

- Describir lo que hay que hacer empezando por un verbo: reducir, aumentar, eliminar (pero conviene evitar el verbo, mejorar porque es demasiado vago).
- Un objetivo es medible para los resultados deseados, debe cuantificar el ahorro en costo perseguido, la eliminación de errores o la reducción del tiempo, etc., en porcentajes o cifras reales.
- Un plazo y/o un marco temporal para los resultados estableciendo un plazo, ayuda a reunir recursos y compromisos y acorta el tiempo de realización del proyecto.

✓ Identificación de las causas – raíz del problema:

- Medición: es una fase de transición que sirve para validar o precisar el problema e iniciar la búsqueda de la causa principal, responde a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el foco y extensión del problema basados en la medida y/o resultado del proceso? (medida de partida)
- ¿Qué datos fundamentales pueden ser de ayuda para centrar el problema, con sus factores y raíz principales?

Las decisiones sobre lo que hay que medir, suelen ser difíciles, debido a la variedad de opciones disponibles. Así como el reto de recabar información para la mejora de procesos, la recopilación de datos, son una de las etapas que mayor tiempo requieren, agregado a esto la imposibilidad a veces de medir lo que se quiere jugando un

rol importante la capacidad de conseguirlos y de su utilización de lo que se puede reunir.

- Recolección de datos:

La interpretación de recomendaciones que se realicen depende de los datos recolectados y los métodos para conseguirlos, son elegidos luego de la identificación de que datos se requiere para responder la hipótesis/suposiciones realizadas.

El gasto de recursos, en recabar datos irrelevantes o carentes de significado, no agrega valor al trabajo realizado. El exceso de información irrelevante constituye ya un problema, debido a que requiere más tiempo para filtrar la información válida y realmente valiosa, los únicos datos a tomar en cuenta son aquellos que brinden respuesta.

Esta etapa permite tener la información del proceso y así poder desarrollar alguna teoría sobre el funcionamiento del mismo y poder encontrar las relaciones causa – efecto que permitan descubrir las causas principales del problema.

- Análisis de datos:

En esta fase, se realiza un estudio exhaustivo de toda la información recolectada en la etapa anterior, detectando las causas principales del problema.

Esta etapa, es la de mayor contenido técnico, pues en comprobación de teorías o hipótesis, sobre el funcionamiento del proceso, se utilizan herramientas estadísticas. En esta fase se establece la

relación que existe entre las variables de entrada y las de salida del proceso.

Las herramientas que se utilicen y el orden en que se aplican, dependen del problema, del proceso y de cómo se aborden. Se puede presentar la etapa de análisis de datos, aplicada a la mejora de un proceso como un ciclo, dirigido a la generación y evaluación de “hipótesis” (o suposiciones con base) acerca de la causa del problema.

Las fuentes de entrada para determinar la verdadera causa del problema en estudio, puede ser:

- Análisis de datos. Empleo de mediciones y datos ya recolectados o los nuevos obtenidos en la fase de análisis, discutiendo patrones, tendencias y otros factores sobre problemas que puedan surgir o bien aceptar o rechazar las posibles causas.
- Análisis de proceso. Una investigación más a fondo y la comprensión de su funcionamiento, permite identificar incoherencias, desconexiones o áreas problemáticas que puedan causar o contribuir al problema.

Estas dos estrategias combinadas, constituyen la potencia del análisis, además que cada una puede aportar una idea de la posible causa principal del problema pero su conocimiento serpa siempre pobre, a no ser que se pueda juntar los datos con el conocimiento del proceso.

Los errores que pueden cometer los equipos de mejora de procesos, en la etapa de análisis pueden ser:

- Terminar el ciclo prematuramente, indicando la supuesta causa y adoptando una solución sin las suficientes y debidas evidencias.
- Permanecer en el ciclo demasiado tiempo, sin estar convencidos de tener datos suficientes para poder plantear soluciones a la causa más probable.

El uso de técnicas estadísticas es de ayuda para comprender la variabilidad y ayudar a resolver problemas y mejorar la eficiencia y eficacia. Además de que faciliten la mejor utilización de los datos para la toma de decisiones.

La variabilidad, se observa en el comportamiento y los resultados de las actividades, incluso en condiciones de aparente estabilidad y se observa demás en las características medibles de los servicios y procesos, y existe en las diferentes etapas del ciclo de vida de los servicios.

Las técnicas estadísticas ayudan a medir, describir, analizar, interpretar y formular modelos sobre la variabilidad del proceso, incluso con una cantidad relativamente limitada de datos, y el análisis estadístico de los mismos ayuda a un mejor entendimiento de la naturaleza, alcance y causas de la variabilidad, ayudando así a resolver e incluso prevenir los

problemas que pueden derivarse de la variabilidad y a promover la mejora continua.

2. HACER (Do)

Aquí se lleva a cabo el plan de trabajo establecido, junto con algún control, para vigilar que efectivamente se realiza según lo planeado.

✓ Desarrollo de la solución:

Se definen acciones para reducir o eliminar la causa del problema planteado, una vez definido el problema e identificadas y analizadas sus causas, procediendo a desarrollar un plan de acción que considere:

- La definición del problema, realizando una descripción detallada del mismo (utilizando la técnica 5W).
- Definir el equipo de trabajo. El problema debe ser solucionado por gente que conozca el tema, para lo cual es necesario convocar a personas con experiencia en la actividad en cuestión, que puedan hacerse cargo de esta responsabilidad y sean capaces de formular la solución correcta.
- Definir las causas principales, buscando en todas las alternativas para concretamente arribar la causa real, haciendo uso de varias herramientas específicas de calidad.
- Definir los objetivos del plan de acción.
- Definir las acciones correctivas, que ayudan a eliminar la causa principal del problema. Esta etapa puede ser extensa y supeditada a los recursos con que se cuente en el área.

- Implementar las acciones correctivas permanentes una vez que se han definido las acciones correctivas se deben implementar y llevar un control para verificar su eficacia.
- Definir acciones preventivas para evitar que vuelva a darse un problema similar.

3. COMPROBAR (Check)

En esta etapa se identifican los efectos, y problemas que se generan en el proceso, así como se evalúa los efectos y se recoge resultados.

Pasado un periodo de tiempo previsto de antemano se recopila nuevamente datos de control y se analizan, haciendo comparaciones con los objetivos y especificaciones iniciales, evaluando si se ha producido la mejora esperada. Si ésta no se cumple las expectativas iniciales, se tendrá que modificar para ajustarlo a los objetivos planteados.

Para Walton, M. (2004); En esta fase se debe de observar los resultados por la metodología planteada, por los objetivos y si han dado resultados en la mejora que beneficie a la empresa en primera instancia, basado en la necesidad de solución.

Esta es la fase de diagnóstico, como resultado de la metodología planteada aplicada de no ser óptima la propuesta debe regresar a la fase de planificación, buscando nuevamente la solución. (p.12)

4. ACTUAR (Act.)

Según Walton, M. (2004), “Es la etapa donde se comprueba lo realizado o planteado, para ver si se da el resultado esperado, para lo cual se debe llevar una documentación apropiada, destacando los cambios y lo

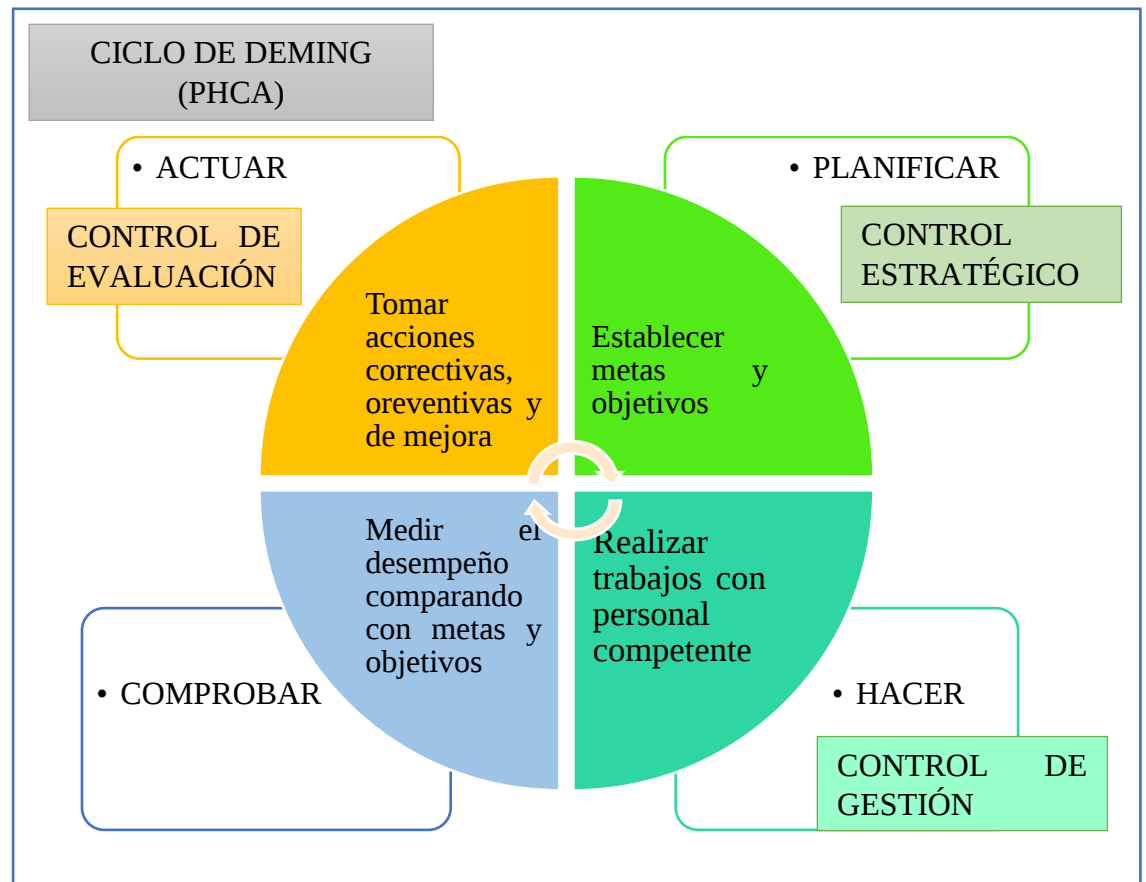
aprendido en el proceso; en esta etapa se debe realizar cualquier modificación por hacer para ser incluido en el proceso de mejora continua adecuado a la estrategia planteada” (p.14)

Para Hernandez A.M.L. (2016), “Con esta etapa se concluye el ciclo de calidad, se estudian los resultados, se confirman los cambios y se emprende el mejoramiento.

Una vez finalizado el periodo de prueba, se deben estudiar los resultados y compararlos con el funcionamiento de las actividades (antes de haber sido implantada la mejora). Si los resultados son satisfactorios, si no lo son, habrá que decidir si se realizan los cambios o se cancelará la implementación una vez finalizada esta fase, se debe volver al primer paso periódicamente para identificar nuevas mejoras que puedan implementarse” (pp.33 – 34).

En resumen, se puede considerar:

Figura 3 Etapas del Ciclo de Deming (PHCA)



Fuente: Deming, W.E. (1989). “Calidad, Productividad y Competitividad”.

IMPORTANCIA DE LOS DATOS

El tránsito hacia la calidad, descansa sobre una serie de suposiciones diferentes:

- Las decisiones deben basarse en hechos.
- Las personas que conocen mejor el trabajo son las que lo deben realizar.
- Los grupos de personas que trabajan en equipo pueden tener más éxito que los individuos que trabajan solos.
- Los grupos necesitan capacitación en un proceso estructurado para resolver problemas, que incluya conocimientos de la manera de dirigir una reunión.

- Es conveniente mostrar gráficamente la información.

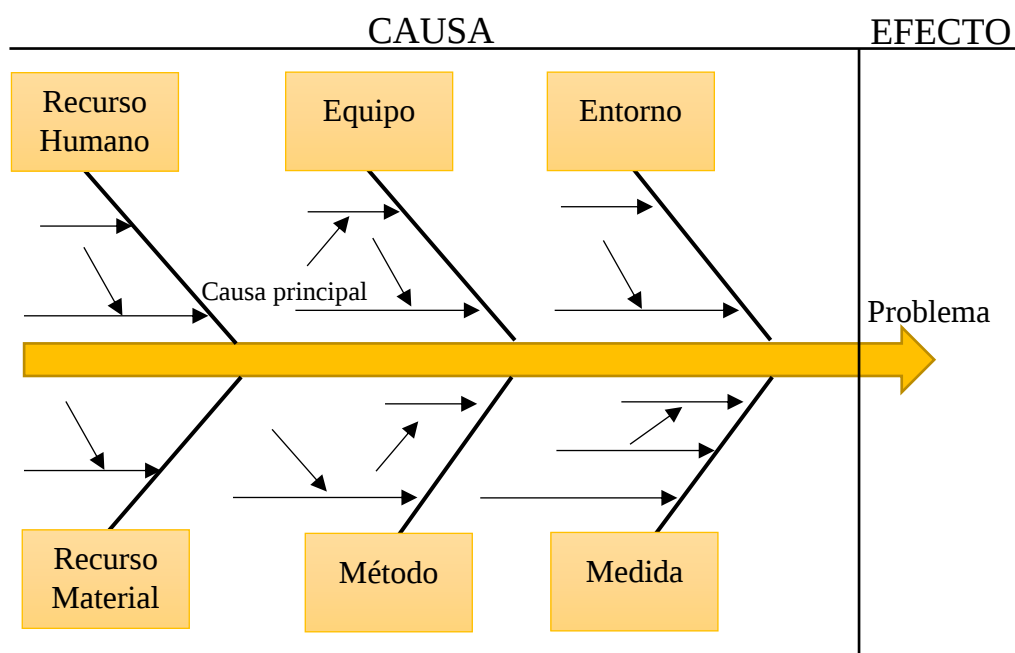
✓ DIAGRAMA DE CAUSA – EFECTO

El análisis causa – efecto, permite al grupo, empezar con un efecto, es decir, un problema o en algunos casos un efecto o resultado buscado, creando una lista estructurada de posibles causas (ISHIKAWA 1993).

Los principales beneficios de este diagrama son:

- Es una excelente herramienta para que el grupo reúna ideas y datos, sobre todo mediante el método de “lluvia de ideas” estructuradas.
- Al establecer categorías de causas potenciales garantizando que el grupo piense en numerosos posibilidades, en vez de limitarse a unas cuantas áreas típicas.
- Ayuda a iniciar la etapa “ANALIZAR”, el empleo del diagrama causa – efecto permite identificar algunas de las causas sospechosas.

Figura 4 Diagrama de causa – efecto o Ishikawa



Fuente: SERVICONSULTING – citado por Martinez Morales, D.C.

(2018) Ishikawa.

2.3. Base Conceptual

- **Actitud:** Real Academia Española (2012). Disposición de ánimo manifestado de algún modo.
- **Análisis:** Reyes, M. (2015). Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre estas y obtener conclusiones objetivos del todo.
- **Calidad:** Nava, V. (2005). “El grado de excelencia o la capacidad para entregar el servicio propuesto, el concepto de calidad incluye los siguientes aspectos: logro de metas o estándares predeterminados, incluirlos requerimientos del usuario en la determinación de las metas, considerar la disponibilidad de los recursos, en la fijación de las metas y reconocer que siempre hay aspectos por mejorar” (p.8)
- **Ciclo De Calidad:** Nava, V. (2005). Es un pequeño grupo compuesto por personas voluntarias, que resuelve los problemas de los niveles más operativos de la organización todos los componentes pertenecen a la misma área de trabajo y habitualmente es el propio grupo el que determina el problema por resolver. (p.31)
- **Código Tributario:** Robles, C. (2008). Conjunto orgánico y sistemático de las disposiciones y normas que regulan la materia tributaria en general.
- **Conciencia Tributaria:** Robles, C. (2008). Producto de la percepción interna del ser humano y la educación tributaria recibida durante los años de formación.
- **Controlar:** Rodriguez, S.H. (2011), citado por Rojas, R.M. (2017). Acto de medir y registrar resultados alcanzados por un agente del sistema organizacional en un tiempo y espacio determinado.

- **Control De Calidad:** Reyes, M. (2015). Se ocupa de garantizar el logro de los objetivos de calidad del trabajo respecto a la realización del nivel de calidad previsto para la producción y reducción de costos de la calidad.
- **Coordinar:** Rodriguez, S.H. (2011), citado por Rojas, R.M. (2017). Acto de intercambiar información entre las partes de un todo, opera vertical u horizontalmente para asegurar el rumbo armónico y sincronizado de todos los elementos que participan en el trabajo.
- **Costumbre:** Real Academia Española (2012). Hábito, modo habitual de obrar o proceder, establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto.
- **Cultura:** Real Academia Española (2012). Conjunto de modos y vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.
- **Educación Tributaria:** Robles, C. (2008). Formación tributaria adquirida con el fin de desarrollar valores y actitudes de responsabilidad tributaria.
“Conducta ilícita del contribuyente, dolosa y culposa, consistente en un acto u omisión para disminuir el pago, de una obligación tributaria, válidamente legal”.
- **Eficacia:** Lopez, M. (2009). Es el nivel de consecuencia y alcance de las metas y objetivos que demuestra la capacidad del ser humano en proponer lo que logra (p.162)
- **Eficiencia:** Lopez, M. (2009). “Es la relación entre los recursos brindados en un proyecto y obtener los logros conseguidos con el mismo optando por utilizar menos recursos y así lograr un objetivo común” (p.162)

- **Elusión Tributaria:** Ortega, Castillo, Pachelles y Morales (2012). Figura consistente en no pagar determinados impuestos que aparentemente debería abonar, amparándose en requisitos legales no previstos por el legislador al momento de redactar la ley.
- **Evasión Tributaria:** Ortega, Castillo, Pachelles y Morales (2012). Mecanismo de tipo ilegal, cuyo propósito primordial, es transgredir la norma para dejar de tributar.
- **Impuesto:** Villegas, H. (2001). Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado.
- **Impuesto a la Renta:** Sunat (2012). Tipo de impuesto que se determina anualmente, con ejercicio gravable del 1er curso al 31 de diciembre de cada año.
- **Indicador:** Fernandez, G. (2012). “Variable que se puede medir, es el aspecto de servicio seleccionado para la medición. Pueden ser usados para describir una situación que existe y medir los cambios en un periodo de tiempo” (p.30)
- **Informalidad:** Sunat (2012). Estado de una persona o institución que no cumple con ajustarse a los requerimientos de la ley.
- **Mejora Continua:** Fernandez, G. (2012). Es mejorar la eficacia del sistema, aplicando la política de calidad, conjuntamente con los objetivos de calidad para así mostrar los resultados de las verificaciones y cumplir con las inspecciones (p.28)
- **Obligaciones Tributarias:** Robles, C. (2008). Conjunto de deberes tributarios.
- **Proceso:** Krajewski y otros (2008). Actividades que están interrelacionadas y que interactúan entre sí.

- **Procedimiento:** Krajewski y otros (2008). Manera de llevar a cabo una actividad o un proceso.
- **Tributación:** Robles, C. (2008). Acción de pagar las obligaciones que tienen los ciudadanos con el estado en función a la actividad económica que realiza.
- **Valores:** Real academia Española (2012). Cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La aplicación de un plan de mejoramiento continuo utilizando el Ciclo de Deming, permitirá elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- El nivel de conocimiento tributario que ostentan los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, es bajo.
- La mayoría de los factores determinantes del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, están fuera de control.
- La realización de actividades de mejoramiento continuo usando el Ciclo de Deming permitirá elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.

2.5. Variables

2.5.1. Identificación de Variables

Variable Independiente: El Ciclo de Deming.

Variable Dependiente: Nivel de cultura tributaria.

2.5.2. Conceptualización de Variables

V. I.: El Ciclo Deming (o ciclo PHCA).-

✓ Según Guajardo, E. (2012) citado por Acrospoma Solis I.S. (2017). El Ciclo de Deming representa los pasos de un cambio planeado, donde las decisiones se toman científicamente y no en base a apreciaciones. El Ciclo de Deming se transforma en un proceso de mejora continua en la medida que se utilice de forma sistemática donde una vez logrado los objetivos del primer esfuerzo se establece un proceso permanente de Planear, Hacer, Comprobar y Actuar, cuantas veces sea necesario hasta resolver la problemática.

✓ Santamaria Osorio, L. (2016). El ciclo de Deming es un ciclo dinámico, de mejora continua, adoptado por la familia de normas ISO 9001 del 2008, proporciona una guía de cuatro pasos para gestionar actividades y procesos, se enfoca tanto hacia la mejora continua a corto plazo, como hacia el aprendizaje organizacional a largo plazo a través de un proceso de aprendizaje se desarrolla el conocimiento, los cuatro pasos del ciclo PHCA y sus actividades son:

PLANEAR: paso que consiste en establecer metas y objetivos, así como el camino para lograrlos a conformidad con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, las actividades en este paso son:

- Definir el proceso.
- Describir el proceso.
- Describir los participantes.

- Definir las expectativas de los clientes.
- Identificar los problemas relacionados con el proceso y causas.
- Plantear cambios o soluciones y seleccionar las más prometedoras.

HACER: Implementar los procesos planteados en la fase anterior con el fin de alcanzar los objetivos, las actividades son:

- Realizar estudios piloto para probar el impacto de las soluciones potenciales.
- Identificar los indicadores de mejora de los cambios o soluciones.

COMPROBAR: Los datos recolectados durante la ejecución, se compara el resultado obtenido con la meta planificada, se hace seguimiento y se reportan los resultados, las actividades son:

- Analizar los resultados del estudio piloto.
- Determinar si hay mejora de desempeño.
- Identificar la necesidad de realizar otras pruebas.

ACTUAR: Consiste en realizar acciones para promover la mejora del desempeño de los procesos, se detectan los desvíos y se toman las medidas para que el problema no se repita más, las actividades son:

- Seleccionar el mejor cambio o solución.
- Estandarizar la solución.
- Establecer un proceso para vigilar y controlar el desempeño del proceso.
- Desarrollar el plan de implementación. (pp.26- 29).

V. D.: Cultura Tributaria.-

- ✓ **Según Valero T. y Ramirez M. (2009), citado por Burga Argandona, M.E. (2015);** Sostiene: “La cultura tributaria se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones, actitudes, percepciones y creencias referidos a los tributos, así como al nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria”
- ✓ **Roca Carolina (2008); citado por Solorzano Tapia D.L. (2014, p.7),** lo define como: “Un conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”

2.5.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión/Indicadores	Índices	Medición	Instrumentos	Fuentes o informantes
Variable Independiente: Ciclo de Deming	Guajardo, E. (2012), citado por: Acrospoma Solis I.S. (2017) El Ciclo de Deming representa los pasos de un cambio planeado, donde las decisiones se toman científicamente y no en base a apreciaciones. El Ciclo de Deming se transforma en un proceso de mejora continua en la medida	La aplicación del Ciclo de Deming, permitirá mejorar los procesos de la organización a través de la unidad de los procesos de capacitación y la confiabilidad del Ciclo de adiestramiento.	1. Confiabilidad / % de confiabilidad	$\% CO = \frac{CO}{CR} \times 100$ <i>CO= capacitación obtenida</i> <i>CR= capacitación revisada</i>	Razón	Hojas de verificación	Comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén
	2. Calidad / % de calidad		$\% CA = \frac{CI - CF}{CI} \times 100$ <i>CI= calidad inicial</i> <i>CF= calidad final</i>	Razón			

	que se utilice de forma sistemática donde una vez logrado los objetivos del primer esfuerzo se establece un proceso permanente de Planear, Hacer, Comprobar y Actuar, cuantas veces sea necesario hasta resolver la problemática.						
--	---	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2 Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión/Indicadores	Índices	Medición	Instrumentos	Fuentes o informantes
Variable Dependiente: Nivel de Cultura Tributaria	Valero, T. y Ramírez, M. (2009), citado por: Burga Argandona, M.E. (2015) Conjunto de conocimiento, valoraciones, actitudes, percepciones y creencias, referidos a los tributos, así como el nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos para sujetos activos y pasivos de la relación tributaria.	Educación Tributaria Es un medio eficaz por su influencia en la formación de valores, en el desarrollo de actitudes y conductas, en la transmisión de conocimientos y en la promoción de comportamientos deseables para el mejoramiento de la calidad de vida individual y colectiva.	Valores • Responsabilidad • Justicia • Ética Conocimiento • Deberes y derechos • Idoneidad tributaria • Sobre administración tributaria • Normatividad • Acciones ilícitas Creencias • Cumplimiento del pago de tributos • Deducciones tributarias	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Escala de Likert: (1) Totalmente de acuerdo (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo	C U E S T I O N A R I O	Comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén

		Es el registro informático a cargo de la SUNAT donde se encuentran inscritos los contribuyentes de todo el país, así como otros obligados a inscribirse en el por mandato legal.	• Participación en eventos de información	17			
--	--	--	---	----	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

- Por su finalidad: **ES BÁSICA** porque para realizar un diagnóstico y apreciar el nivel de conocimiento y actitudes que tienen los comerciantes en los mercados de la Provincia de Jaén, se busca poner a prueba la teoría existente, con lo cual no se resuelve ningún problema práctico, pero si se amplía el espectro de conocimiento sobre el tema y no se pide explicar las implicancias practicas del estudio, puesto que tiene un nivel de propuesta y de aplicarse si se consideraría “Aplicado”. La preocupación ha sido recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico y científico y corroborar si las teorías son validad en el contexto elegido para el estudio.

Al respecto en la revista “Ciencia Hoy”, se describe: Valderrama Mendoza, S. (2013), p.38., que la OCDE (Organización para la cooperación y el desarrollo económico), define la investigación BÁSICA como: “Aquella que se realiza principalmente para conocer los fundamentos de los fenómenos sin atender a aplicaciones particulares, es decir lo definió como una investigación generada por la curiosidad”

- Es necesario indicar que tiene proyección a constituirse una investigación aplicada, cuando haya la decisión de aplicar la propuesta y con los aportes teóricos se pueda generar beneficios y bienestar a la sociedad, puesto que al mejorar el nivel de cultura tributaria se tendrá mayor captación de aportaciones de impuestos y por ende mayor ingreso fiscal que debe revertir en un desarrollo social.

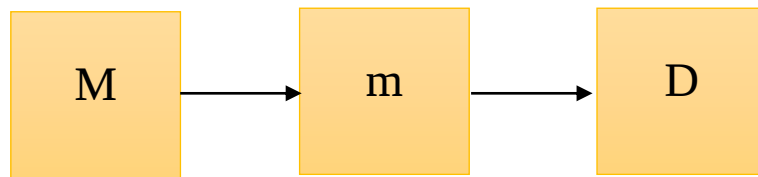
- Por su nivel: se considera del tipo **DESCRIPTIVA** puesto que se orienta al análisis de las causas de los eventos y su interés se centra en describir porque ocurre un fenómeno (bajo nivel de cultura tributaria) y porque se relaciona la aplicación del Ciclo de Deming con el mejoramiento de la cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén.
- Por su enfoque: es una investigación **CUANTITATIVA**, dada que se puede medir las variables de estudio para llegar a una medición, sujeta a comprobación, utilizando pruebas estadísticas.

3.2. Diseño de Investigación/contrastación de hipótesis

Hernandez y otros (2014), en metodología de la investigación afirma: “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de la investigación, en el diseño se señala que se debe hacer para alcanzar los objetivos de estudio, contestar las interrogantes planteadas y analizar la certeza de la hipótesis planteada en el contexto en particular” (p.128)

Para el caso el diseño empleado es **NO EXPERIMENTAL**. Que según su significación general, se debe realizar acciones y después observar las consecuencias en el caso de aplicarse la propuesta, es decir se daría una manipulación intencional con el fin de analizar los efectos, además se podría afirmar que la investigación se ubicaría en el sub – diseño **PRE EXPERIMENTAL**, con nivel explicativo y que abarque comparaciones al menos en prueba piloto de un pre test y pos test, es **TRANSVERSAL** porque la recolección de datos se efectúan en un intervalo de tiempo determinado.

Figura 5 *Diseño de investigación*



Donde:

M: Muestra

m: medición de la variable

D: Descripción

Contrastación de hipótesis:

Para los efectos de verificación y contrastación de la hipótesis planteada se utilizó resultados estadísticos, mostrados en cuadros y gráficos de barras y aplicando un criterio comparativo y con criterio lógico.

3.3. Población y muestra (fórmula estadística)

Población: Conjunto de comerciantes de los diferentes mercados de la ciudad de Jaén, los cuales son administrados por la Municipalidad Provincial de Jaén, Beneficencia Pública de Jaén y otros de autogestión y que constituyen el universo objetivo, por lo que se considerará como población los mercados administrados en las tres modalidades los cuales incluyen a 1879 comerciantes formales.

Tabla 3 Población

MERCADOS	ADM.	POBLACIÓN (COMERCIANTES)	PORCENTAJE
MERCADO 28 DE JULIO	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	720	38.32
MERCADO ROBERTO SEGURA	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	256	13.62
MERCADO SOL DIVINO	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	209	11.12
MERCADO CENTRAL	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	56	2.98
MERCADO DE FILA ALTA	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	38	2.02
PARADA LOS ANGELES	BENEFICENCIA PÚBLICA DE JAÉN	80	4.26
MERCADO AMOJÚ	AUTOGESTIÓN	300	15.97
MERCADO EL LIMÓN	AUTOGESTIÓN	200	10.64
MERCADO LOS AROMOS	AUTOGESTIÓN	20	1.06
TOTAL		1879	99.99

Fuente: Municipalidad Provincial de Jaén.

Elaborado por: La investigadora.

Lugar: Jaén Agosto 2017.

Muestra: Para determinar el tamaño de muestra, se hizo uso de la fórmula, cuando el tamaño poblacional se conoce y se desea estimar la proporción poblacional para una variable cualitativa.

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$$

Para el caso:

N= 1879 tamaño poblacional

Z= 1.96 valor de la distribución normal (para un nivel de confianza del 95%)

p= proporción asumida = 0.5 (50%)

e= error estándar = 0.10

Se usó muestro probabilístico. Donde todos y c/u de los comerciantes tienen la misma probabilidad de ser considerado muestra.

$$n = \frac{1879(1.96)^2(0.5)(0.5)}{1878(0.10)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 91.41 = \mathbf{92}$$

El tipo de muestreo a utilizar será el estratificado, con estratos homogéneos (por diferencia de ubicación del mercado), luego realizar un muestreo aleatorio simple en cada estrato que fue elegido en tamaño proporcional a su población.

Así por ejemplo para el mercado 28 de Julio, el tamaño de muestra se obtiene de la siguiente forma:

Porcentaje del total de la población que representa los 720 comerciantes del mercado.

$$1879 \longrightarrow 100\%$$

$$720 \longrightarrow X \qquad X=38.32\%$$

Entonces el 38.32% de 92, que es el tamaño de muestra, es 35 comerciantes que serán seleccionados por muestreo aleatorio simple a partir de los 720 del mercado 28 de Julio, obteniendo así el siguiente cuadro:

Tabla 4 Muestra

Fuente: Municipalidad Provincial de Jaén.

MERCADOS	ADM.	MUESTRA ESTRATIFICADA (COMERCIANTE)
MERCADO 28 DE JULIO	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	35
MERCADO ROBERTO SEGURA	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	12
MERCADO SOL DIVINO	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	10
MERCADO CENTRAL	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	3
MERCADO DE FILA ALTA	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN	2
PARADA LOS ANGELES	BENEFICENCIA PÚBLICA DE JAÉN	4
MERCADO AMOJÚ	AUTOGESTIÓN	15
MERCADO EL LIMÓN	AUTOGESTIÓN	10
MERCADO LOS AROMOS	AUTOGESTIÓN	1
TOTAL		92

Elaborado por: La investigadora.

Lugar: Jaén Agosto 2017

3.4. Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos

- **Materiales:** Formatos de encuesta, documentación bibliográfica, revistas, trabajos de investigación, e información electrónica.
- **Técnicas:** Para Valderrama Mendoza, S. (2013): “De acuerdo con el problema de estudio e hipótesis (...), la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis o casos” (p.198)

En el trabajo de investigación se utilizó:

- Técnicas bibliográficas: recopilación de datos de libros, tesis y revistas que complementen el marco teórico.
- Observación: para describir principalmente los rasgos y características de las variables en estudio, realizado en el contexto de estudio y de forma estructurada, abocándose a aspectos cuantitativos y estudiar de manera profunda los aspectos relevantes a observar y medir.
- Técnica virtual: para recopilar información regional, nacional e internacional en aspectos relacionados al tema de investigación.
- Técnica de la encuesta: utilizando un cuestionario, debidamente estructurado en función de las dimensiones de las variables en estudio y sus respectivos indicadores y aplicada a los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén, considerados como parte de la muestra.
- Técnica de selección: para identificar los indicadores tanto del nivel de cultura tributaria conforme a la aplicación del Ciclo de Deming y para obtener la muestra del estudio de investigación.

- Técnica de asesoría: con personal experto en el tema de investigación así como en su metodología y aplicación instrumental.
- **Instrumentos:** Formulados en base a las dimensiones y los indicadores de cada una de las variables, con especificaciones de lo que se quiere conocer y que permita evaluar, obteniendo los datos necesarios para lograr los objetivos de la investigación, para el caso de la investigación se utilizó:
 - Para la aplicación del Ciclo de Deming se utilizó la HOJA DE PARTES, cuyo formato muestra las características primordiales de cada actividad especificando numéricamente los aspectos referidos a una situación de la actividad realizada y la misma en situación revisada.

Tabla 5 Formato para la aplicación del Ciclo de Deming

Hecho por:	Cantidad inicial (nº)	Cantidad final (...)	"Producción" revisada %	"Producción" mala %	Producción obtenida
Fecha :					
Metodología:					
ACTIVIDAD					
TOTAL					

Fuente: Elaboración propia.

- El cuestionario: dirigido a propietarios y/o administradores de los negocios con un N° de preguntas (17) sencillas sobre la concepción y actitudes sobre el tema en estudio, figura como **Anexo N°5**.

La escala de calificación fue:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

La validez y confiabilidad se efectuó según detalle:

- ❖ Para la validez se utilizó la modalidad de “Juicio de Expertos”, para lo cual se contó con la colaboración de los destacados profesionales:

- CPCC. Jairo R. Herrera Díaz.
- CPC. Heyner Nuñez Guerrero.
- CPC. David Jiménez Pasapera.

Quienes consideraron puntuaciones que figuran en Anexo N°2, cuyo promedio es de 81.02% de validez.

- ❖ Para la confiabilidad se consideró la aplicación de una prueba piloto a 20 comerciantes, aplicando evaluaciones de Test y Retest, con los resultados que figuran en Anexo N°2 y que al aplicar el coeficiente de correlación de Pearson se obtuvo un valor de 93% de confiabilidad.

3.5. Métodos y procedimientos para la recolección de datos

- Como se ha indicado, los métodos para la recolección de datos son mediante:

- La aplicación del Ciclo de Deming, orientado a resolver los problemas que se generan por el bajo nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén, traducidos con el incumplimiento tributario, para ello el procedimiento es reiterativo (cuantas veces sea necesario), hasta lograr el objetivo trazado para la investigación y se procede en cada periodo con la siguiente secuencia de las cuatro fases del Ciclo PHCA.

✓ Planear:

- Definir el problema.
- Planteamiento de soluciones sobre las variables intervenidas.
- Establecimiento de metas para las variables intervenidas.

- ✓ Hacer:
 - Implementación de la solución del problema.
 - Listado de soluciones.
 - Priorización de soluciones.
 - Programación de soluciones.
- ✓ Comprobar:
 - Cumplimiento del programa de soluciones.
 - Verificación de los niveles alcanzados.
 - Evaluar el impacto de las mejoras.
- ✓ Actuar:
 - Analizar los datos obtenidos.
 - Iniciar nuevo Ciclo de Deming sobre los objetivos no logrados.
 - Estandarizar procesos sobre los objetivos alcanzados.

Es necesario indicar que este proceso para la investigación es a largo plazo, que se inicia con un diagnóstico, cuyos resultados se presentan como parte de esta investigación, que la problemática a superar es el bajo nivel de cultura tributaria de los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén, que la alternativa de solución es la aplicación de un programa de capacitación en conocimientos y actitudes, para lo cual se ha formulado una propuesta de programa, que debe ser llevado a cabo por estudiantes y docentes de la Universidad Particular de Chiclayo – filial Jaén, con el auspicio de la administración tributaria – Jaén, con cuyos resultados de cada aplicación se formulan grupos de datos que deben ser analizados estadísticamente para verificar si se tiene los

resultados esperados después de una serie de aplicaciones si es necesario.

3.6. Tabulación de datos

Una vez obtenida la información a través de la aplicación de los instrumentos de la recolección de datos y depurada la información, se procedió a la tabulación, constituyéndose una base de datos cuyos resultados se observan en el Anexo N°3.

3.7. Presentación y análisis estadístico de los datos (cuadros, tablas y gráficos estadísticos)

Para el análisis de los datos se utiliza el programa Microsoft Excel, los datos que se recopilaron en base al cuestionario de la cultura tributaria cuya base de datos está en el Anexo N°3, se han tenido que ser tabulados para efectuar el cálculo de la curva de distribución normal, de las actividades estudiadas y según la dispersión de resultados se debe calibrar el instrumento de medición, cuestionar el valor de la muestra o juzgar la confiabilidad de las medidas de Tendencia Central.

- El análisis descriptivo: que sirven para describir el comportamiento de una variable en la población o parte de ella, se limita a la utilización de la estadística descriptiva (media, varianza, tasas, gráficos, etc.), con medidas de tendencia central: media, mediana, moda y medidas de variabilidad: desviación estándar varianza.
- El análisis relacionado con las hipótesis cada una de las cuales debe ser objeto de verificación, en algunos casos se utiliza la estadística inferencial.

- La prueba estadística “t de student”, que permite determinar la relación, utilizada para muestras dependientes, será una extensión para nuestros independientes, de esta manera los requisitos deben ser los mismos, excepto la independencia de las muestras. En esta prueba se exige dependencia entre ambas, en los que hay dos momentos uno ANTES y otros después de aplicación del programa, con ello se dará a entender que en 1er periodo, las observaciones servirán de control o testigo, para conocer los cambios que se susciten después de aplicar una variable experimental.

Con la prueba t – student, se comparan las medias y las desviaciones estándar de los grupos de datos y se determina si entre esos parámetros las diferencias son estadísticamente significativas o si son solo aleatorias.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Sobre la situación actual

En base a la aplicación de la encuesta a 92 comerciantes considerando un total de 17 ítems: (3 para valores tributarios, 5 para conocimientos tributarios, 3 sobre creencias tributarias, 3 sobre percepción sobre aspectos tributarios y 3 sobre actitudes de los comerciantes respecto al proceso de tributación), donde cada comerciante respondió 17 ítems, cuyos resultados figuran en la Data de Resultados del (**Ver Anexo N°3**).

Obteniendo los resultados considerados en las tablas 1, 2, 3,4 y 5 respecto a cada una de las dimensiones trabajadas para la variable en estudio y teniendo como fuente de información.

- La encuesta para medir el nivel de cultura tributaria.
- Además se realiza los gráficos de control del proceso basado en las tablas 11 y 12.

Diagnóstico sobre el nivel de cultura tributaria (en los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén).

Tabla 6 Dimensión valores tributarios

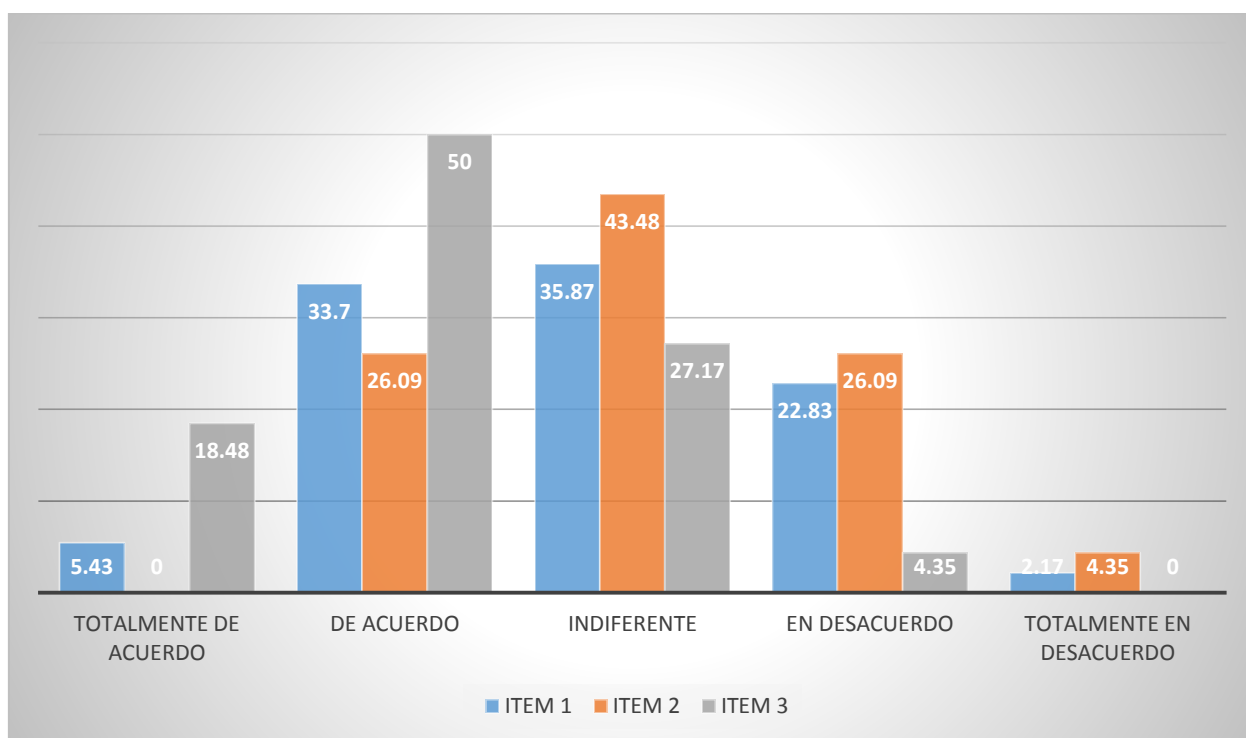
N° ITEM	ITEM	Totalmente de acuerdo (1)		De acuerdo (2)		Indiferente (3)		En desacuerdo (4)		Totalmente en desacuerdo (5)	
		Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
1	¿Considera usted obligatorio el cumplimiento del pago y declaración de los tributos?	5	5.43	31	33.70	33	35.87	21	22.83	2	2.17
2	¿Considera usted el pago y la declaración del monto real de los tributos?	0	0.00	24	26.09	40	43.48	24	26.09	4	4.35
3	¿Considera usted necesario respetar las normas e instituciones tributarias?	17	18.48	46	50.00	25	27.17	4	4.35	0	0.00

Fuente: -Encuesta para medir el nivel de cultura tributaria.

-Data de resultados de aplicación (**Ver Anexo N°3**).

Elaboración: Propia.

Figura 6 Dimensión valores tributarios



Fuente: Encuesta.

De la tabla N°6, respecto a los ítems sobre el concepto de valores tributarios se tiene:

- **Ítem 1:** Sobre la obligatoriedad de pago y declaración de tributos se deduce que los comerciantes son conscientes de las disposiciones, pues se manifiesta estar muy de acuerdo y de acuerdo en un $5.43 + 33.70 = 39.13\%$, siendo necesario capacitar al otro $(35.87+22.83+2.17) = 60.87\%$ quien es indiferente, no sabe y no está de acuerdo.
- **Ítem 2:** Respecto a que si considera el pago y declaración del monto real, se observa que está de acuerdo el 26.09%, por tanto requiere de capacitación el $(43.48+26.09+4.35) = 73.92\%$.
- **Ítem 3:** Sobre el respeto a las normas e instituciones tributarias manifiestan $18.48+50 = 68.48\%$ estar muy de acuerdo y de acuerdo respectivamente, de tal forma que un $(27.17+4.35) = 31.52\%$, requiere la capacitación para el cambio de conducta tributaria.

- Finalmente de la formulación de los promedios, última fila de la tabla 6 y figura 6, se puede concluir que en materia de valores tributarios se requiere capacitar a:

Ítem 1: 60.87%

Ítem 2: 73.92%

Ítem 3: 31.52%

Tabla 7 Dimensión conocimientos tributarios

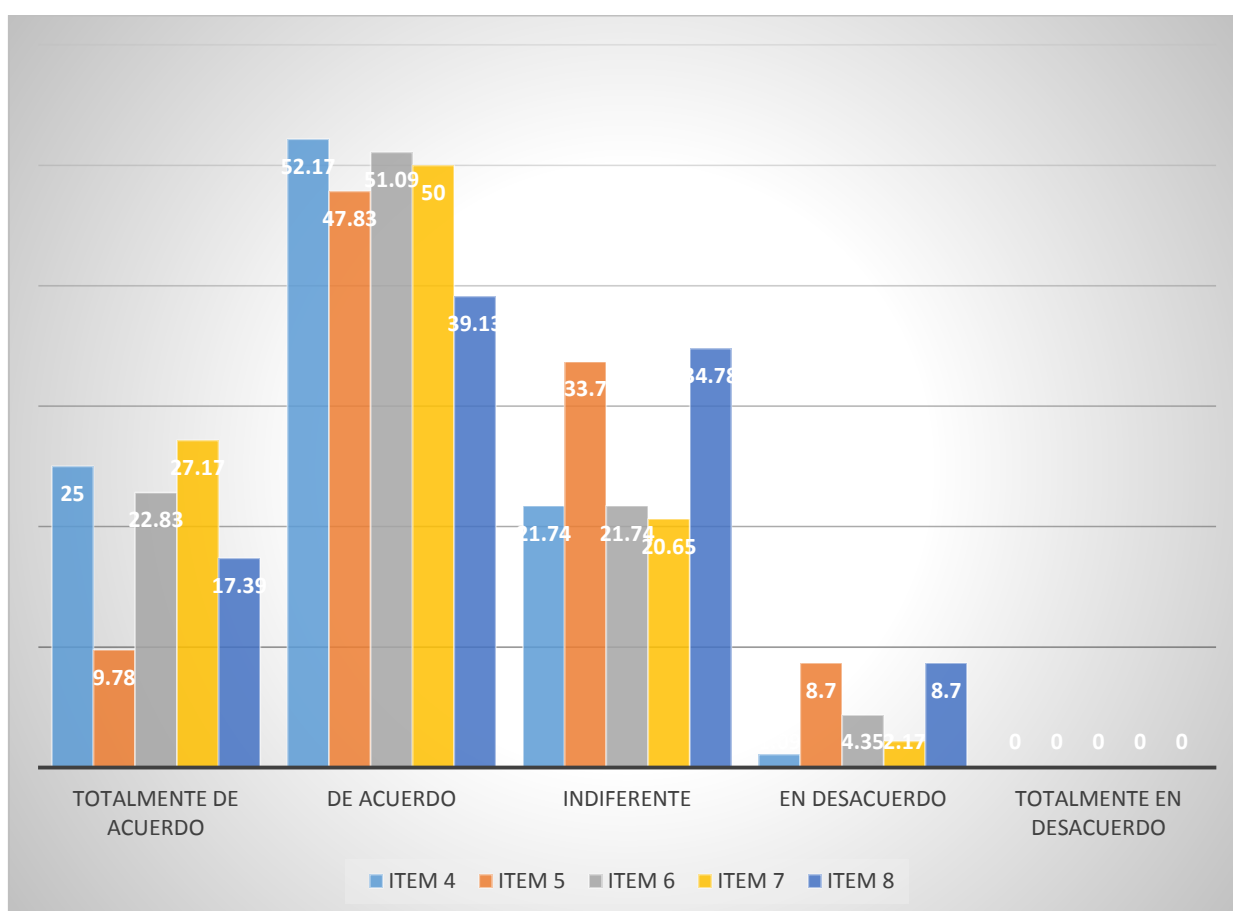
N° ITEM	ITEM	Totalmente de acuerdo (1)		De acuerdo (2)		Indiferente (3)		En desacuerdo (4)		Totalmente en desacuerdo (5)	
		Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
4	¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el estado?	23	25.00	48	52.17	20	21.74	1	1.09	0	0.00
5	¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?	9	9.78	44	47.83	31	33.70	8	8.70	0	0.00
6	¿La SUNAT es la institución que administra los tributos del país?	21	22.83	47	51.09	20	21.74	4	4.35	0	0.00
7	¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?	25	27.17	46	50.00	19	20.65	2	2.17	0	0.00
8	¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?	16	17.39	36	39.13	32	34.78	8	8.70	0	0.00

Fuente: -Encuesta para medir el nivel de cultura tributaria.

-Cuadro resumen de resultados (Ver Anexo N°3).

Elaboración: Propia.

Figura 7 Dimensión conocimientos tributarios



Fuente: Encuesta.

Respecto a los ítems sobre conocimientos tributarios se tiene:

- **Ítem 4:** Respecto al conocimiento sobre la obligatoriedad de pago, parte del ciudadano al estado, el 25% en muy de acuerdo, el 52.17% manifiesta estar de acuerdo, por lo que el (21.74+1.09), quien es indiferente y está en desacuerdo conforman un **22.83%**, que requiere modificar su conducta tributaria.
- **Ítem 5:** Sobre la posibilidad que en el caso de que el contribuyente decida, no están obligados a declarar, el 9.78% muy de acuerdo, el 47.83% manifiesta estar de acuerdo, el 33.70% es indiferente y el 8.70% en desacuerdo, por lo tanto el **91.31%** (9.78+47.83+33.70), requiere la modificación de conducta tributaria.

- **Ítem 6:** Sobre el conocimiento si la SUNAT, es el organismo que administra los tributos en el país, un 22.83% con su totalmente de acuerdo, el 51.09% opina estar de acuerdo, es decir el (21.74+4.35), que opinan indiferente y en desacuerdo respectivamente hacen un total de **26.08%** que requiere modificación de percepción.
- **Ítem 7:** Sobre el conocimiento si el sistema tributario está normado el 27.17% con total seguridad, el 50% responde estar de acuerdo, por lo que se deduce que las respuestas de indiferente y estar en desacuerdo respectivamente (20.65 +2.17) =**22.83%** requiere capacitación.
- **Ítem 8:** Sobre el conocimiento si el contrabando y la evasión de impuestos son actividades ilegales, el 17.39% muy de acuerdo, el 39.13% respondió afirmativamente y en consecuencia el (34.78% de indiferente + el 8.70% en desacuerdo) conforman un total de **43.48%** que requiere capacitación respecto al conocimiento sobre actividades ilícitas.

Consolidando el requerimiento de capacitación para mejorar los conocimientos tributarios de los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén:

Ítem 4: 22.83%

Ítem 5: 91.31%

Ítem 6: 26.08%

Ítem 7: 22.83%

Ítem 8: 43.48%

Tabla 8 Dimensión creencias tributarias

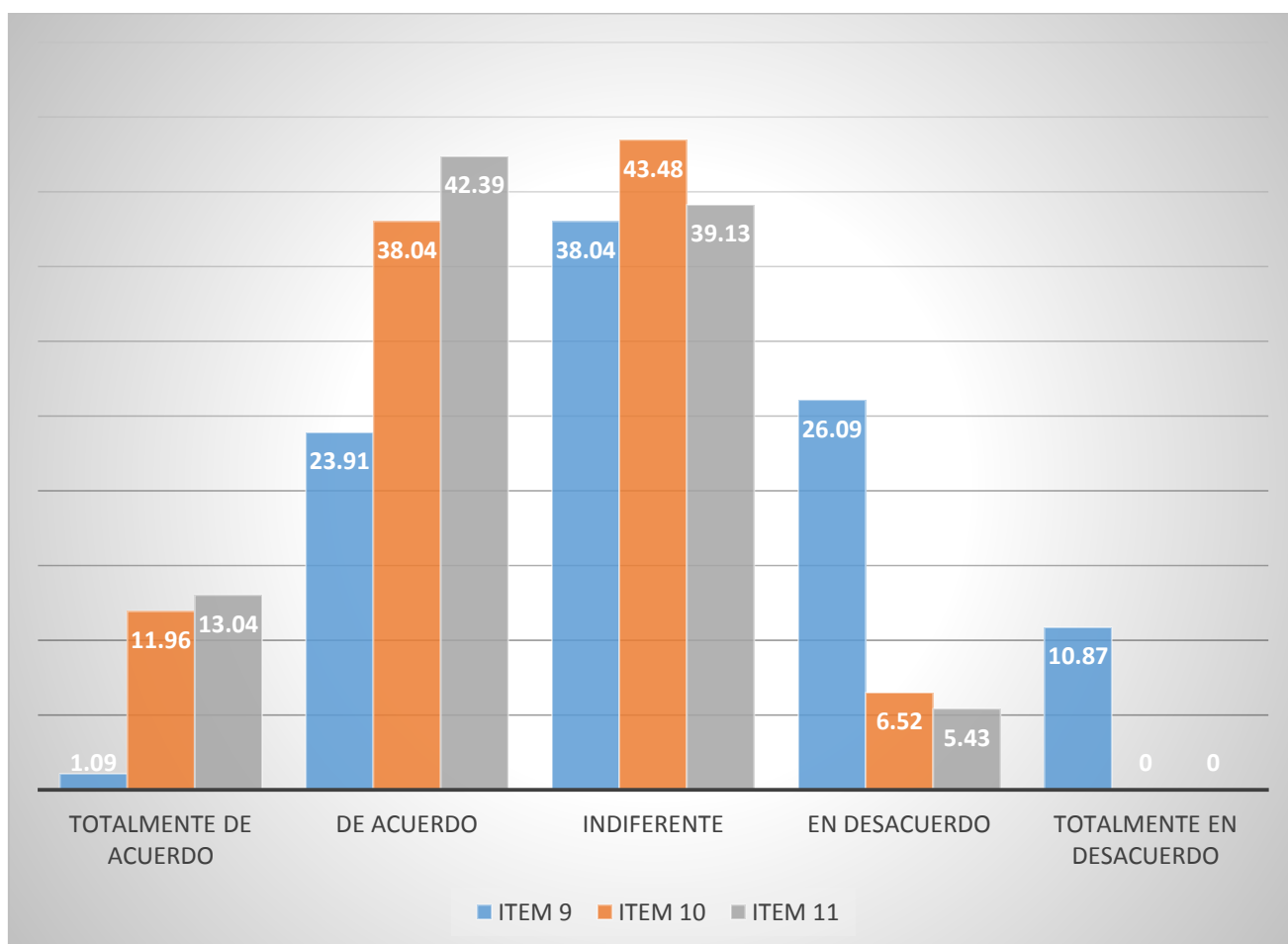
N° ITEM	ITEM	Totalmente de acuerdo (1)		De acuerdo (2)		Indiferente (3)		En desacuerdo (4)		Totalmente en desacuerdo (5)	
		Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
9	¿Los informales pagan tributos?	1	1.09	22	23.91	35	38.04	24	26.09	10	10.87
10	¿El pago del IGV es un gasto para mi empresa?	11	11.96	35	38.04	40	43.48	6	6.52	0	0.00
11	¿Cree usted que los tributos que se recaudan no benefician al país?	12	13.04	39	42.39	36	39.13	5	5.43	0	0.00

Fuente: -Encuesta para medir el nivel de cultura tributaria.

-Cuadro resumen de resultados (**Ver Anexo N°3**).

Elaboración: Propia.

Figura 8 Dimensión creencias tributarias



Fuente: Encuesta.

Respecto a las creencias tributarias que tienen los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén.

- **Ítem 9:** Sobre el hecho que los informales no pagan impuestos el 38.04% muestran indiferencia sobre el particular, mientras que el 25% = 1.09+23.91, considera que está totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente, en que pagan tributos y el (26.09+10.87) = 36.96% considera que no pagan tributos, por lo que en un 75% (38.04 + 36.96) necesita culturalizarse tributariamente.
- **Ítem 10:** Sobre la opción de que el pago del IGV es un gasto para el negocio opina indiferente el 43.48% frente a un 11.96% totalmente de acuerdo, el 38.04% manifiesta estar de acuerdo en que el IGV es un gasto, y el 6.52% en desacuerdo,

considerando que no es gasto, por lo tanto la capacitación sobre creencias tributarias lo requiere el **93.48%** (43.48+11.96+38.04) de indiferente, totalmente de acuerdo y en acuerdo respectivamente.

- **Ítem 11:** Sobre la opción de que la recaudación de tributos no es beneficio para el país, el 55.43% (13.04 + 42.39), opina estar muy de acuerdo y de acuerdo, mientras que el 39.13% se muestra indiferente, y en opinión negativa, el 5.43%, por tanto requiere modificar sus creencias tributarias el **94.56%** (55.43+39.13).

Por lo que en resumen, el porcentaje que requiere un trabajo sobre modificación de creencias tributarias es:

Ítem 9: 75%

Ítem 10: 93.48%

Ítem 11: 94.56%

Lo que justifica la necesidad de capacitación en este sector económico de la población.

Tabla 9 Dimensión percepciones sobre los tributos

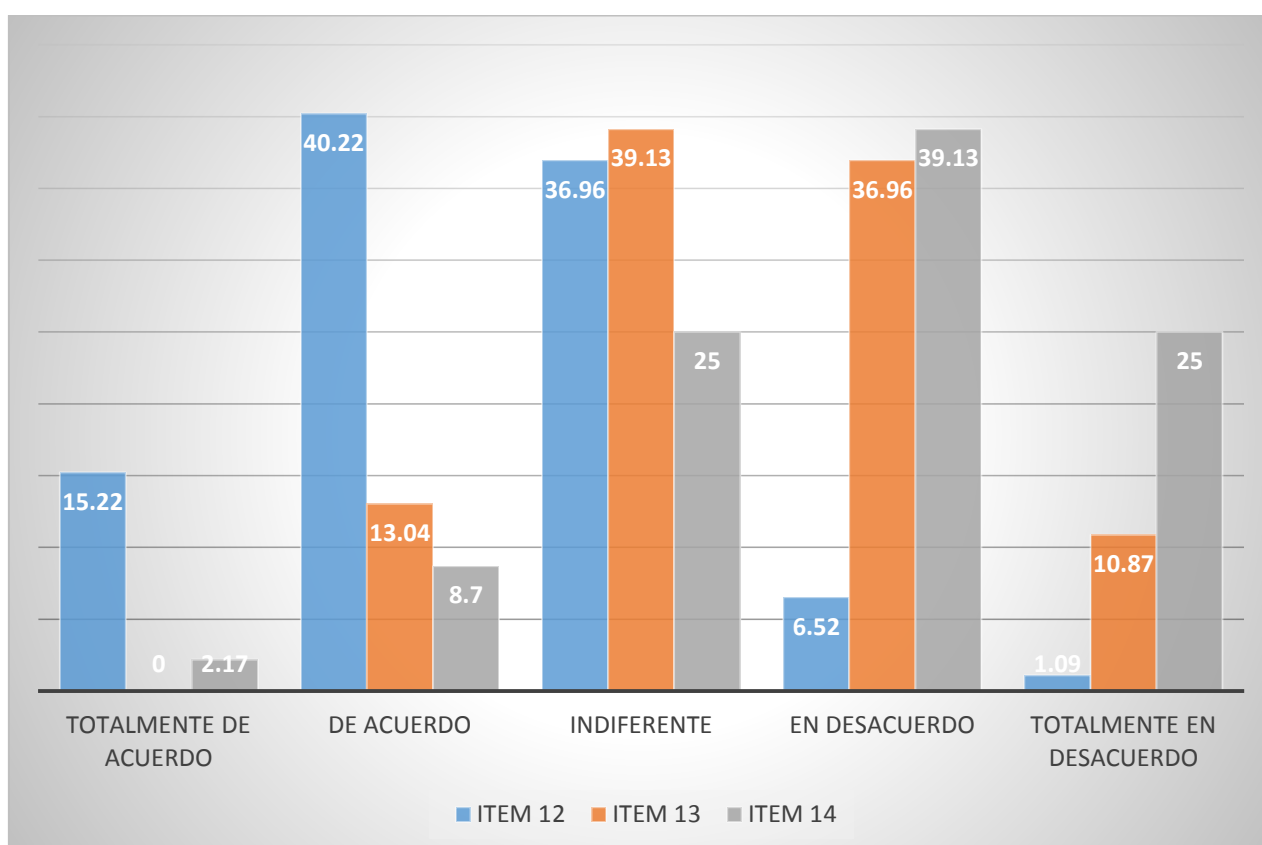
N° ITEM	ITEM	Totalmente de acuerdo (1)		De acuerdo (2)		Indiferente (3)		En desacuerdo (4)		Totalmente en desacuerdo (5)	
		Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
12	¿Existe una administración deficiente en la distribución equitativa de recursos del estado?	14	15.22	37	40.22	34	36.96	6	6.52	1	1.09
13	¿Percibe usted que el sistema tributario permite el desarrollo empresarial?	0	0.00	12	13.04	36	39.13	34	36.96	10	10.87
14	¿Percibe usted que el estado cumple con un buen papel en la recaudación de tributos?	2	2.17	8	8.70	23	25.00	36	39.13	23	25.00

Fuente: -Encuesta para medir el nivel de cultura tributaria.

-Cuadro resumen de resultados (Ver Anexo N°3).

Elaboración: Propia.

Figura 9 Dimensión percepciones sobre los tributos



Fuente: Encuesta.

Respecto a la percepción que tienen los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén:

- **Ítem 12:** Sobre la percepción que existe una administración deficiente en la distribución equitativa de los recursos del estado, un 6.52% en desacuerdo y un 1.09% totalmente en desacuerdo; mientras que el (15.22+40.22+36.96) dicen estar totalmente de acuerdo, de acuerdo e indiferente respectivamente, por lo que la capacitación lo requiere el **92.40%**, para modificar su percepción.
- **Ítem 13:** Sobre la percepción que el sistema tributario permite el desarrollo empresarial se tiene solo un 13.04% estar de acuerdo, por lo tanto se requiere que el (39.13+36.96+10.87)= **86.96%** cambie su percepción, pues uno de los objetivos del sistema tributario es la promoción de la empresa.

- **Ítem 14:** Sobre la percepción de que el estado cumple un buen papel en la recaudación de tributos se tiene un $(2.17+8.70)= 10.87\%$ a favor; en consecuencia el $(25+39.13+25)=$ **89.13%** opina contrariamente, por tanto requiere un trabajo de capacitación que mejore su percepción.

Resumiendo el porcentaje que justifica el planeamiento del presente trabajo es:

Item 12: 92.40%

Item 13: 86.96%

Item 14: 89.13%

Tabla 10 Dimensión Actitudes

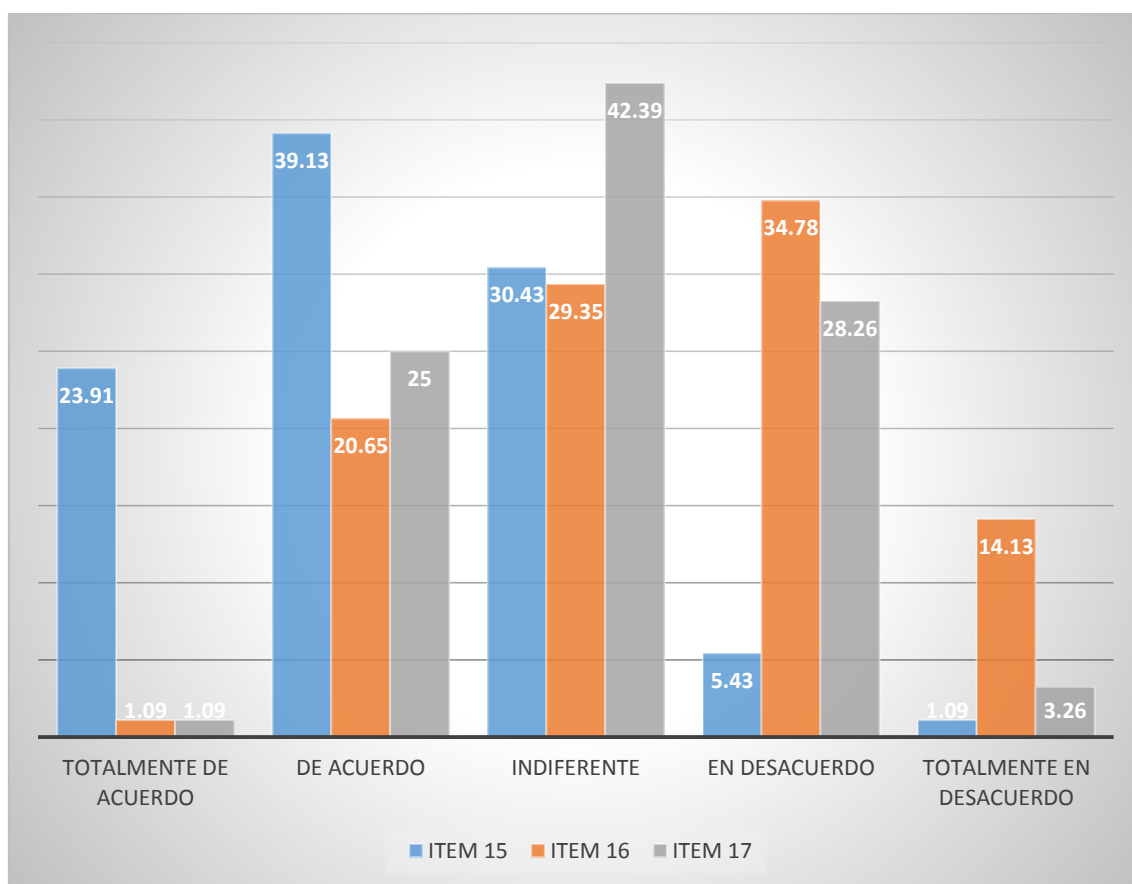
N° ITEM	ITEM	Totalmente de acuerdo (1)		De acuerdo (2)		Indiferente (3)		En desacuerdo (4)		Totalmente en desacuerdo (5)	
		Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
15	¿Está usted dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?	22	23.91	36	39.13	28	30.43	5	5.43	1	1.09
16	¿Está usted dispuesto a colaborar con la SUNAT?	1	1.09	19	20.65	27	29.35	32	34.78	13	14.13
17	¿Está usted dispuesto a participar de las charlas y capacitación que pudiera impartir la SUNAT?	1	1.09	23	25.00	39	42.39	26	28.26	3	3.26

Fuente: -Encuesta para medir el nivel de cultura tributaria.

-Cuadro resumen de resultados (Ver Anexo N°3)

Elaboración: Propia.

Figura 10 Dimensión actitudes



Fuente: Encuesta.

Respecto a las actitudes que tienen los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén:

- **Ítem 15:** Sobre la disponibilidad a aprender más sobre sus obligaciones tributarias, el $30.43+5.43+1.09= 36.95\%$ considera no estar dispuesto a aprender más sobre obligaciones tributarias, mientras que el $(23.91 \text{ totalmente de acuerdo} + 39.13 \text{ de acuerdo}) = \mathbf{63.04\%}$, manifiesta estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, en consecuencia la capacitación se orienta a estos.
- **Ítem 16:** Respecto a la disposición para colaborar con la SUNAT, manifiesta conformidad el $21.74\% (1.09 + 20.65)$, por tanto la capacitación para el cambio de conducta estaría dirigida al $\mathbf{78.26\% (29.35 + 34.78 + 14.13)}$.

- **Ítem 17:** Respecto a la disposición de participación en charlas y otras capacitaciones que podría efectuar la SUNAT, manifiestan negativamente el 31.52% (28.26 + 3.26) en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente, por lo tanto la capacitación se dirige a los comerciantes que manifiestan estar de acuerdo, totalmente de acuerdo y la probabilidad del indiferente, haciendo un total de **68.48%** (1.09 + 25.00 + 42.39).

En resumen requieren capacitación para mejorar sus actitudes respecto a la tributación en:

Ítem 15: 63.04%

Ítem 16: 78.26%

Ítem 17: 68.48%

Gráficos de control del proceso

Respecto al segundo objetivo, de utilizar la metodología del control de procesos, para determinar si en la situación actual los ítems considerados están bajo o fuera de control, y si después de proceder con un mejoramiento continuo monitorear el proceso de capacitación en materia tributaria a los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén.

Considerando que cada ítem evaluado, es una “variable” que puede ir modificando su concepción por parte de los comerciantes, en aplicación del mejoramiento continuo, se considera los gráficos $\bar{R}$ y $\bar{X}$, que son indicados para control de variables, para lo cual necesitamos los resultados de $\bar{R} = 3.4117647$ y $\bar{X} = 2.70 = 3$, obtenidos del **Anexo N°3**.

Además de los factores para calcular los límites de control, se requiere los resultados del anexo (4) “Tabla de factores para límites de control 3-sigma (aspirante a 99.93% de producción buena) considerados para su tamaño de muestra $n=17$ ”.

-En consecuencia:

1. Para el gráfico R: (monitorea la variabilidad del proceso: educación tributaria – conciencia tributaria – cultura tributaria).

$$UCL_{\bar{R}} = D_4 \bar{R} = 1.6220 (3.4117647) = 5.5339$$

$$LCL_{\bar{R}} = D_3 \bar{R} = 0.3780 (3.4117647) = 1.2897$$

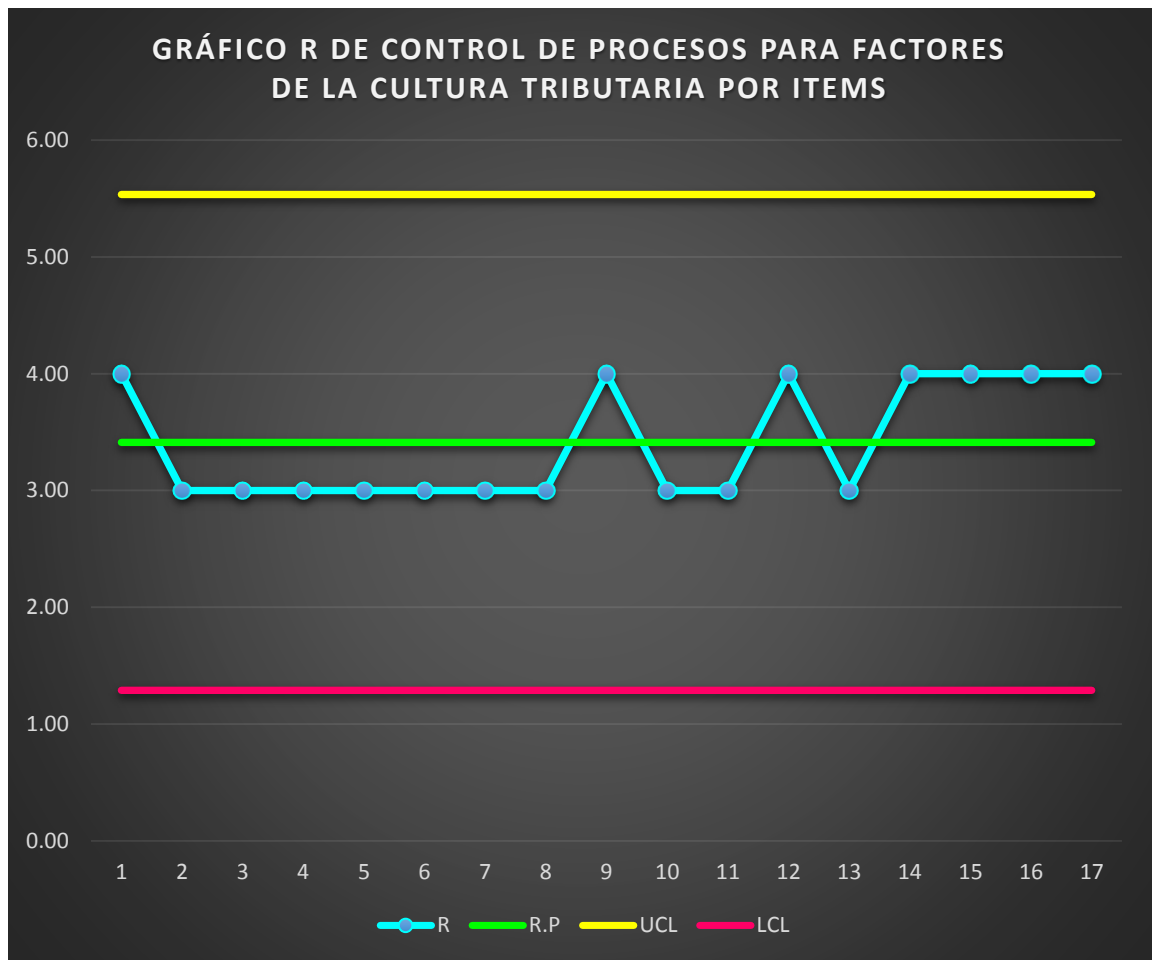
Tabla 11 Gráficos de control de procesos para R

N°	DATOS DE RANGOS			
	R	R.P (Rango promedio)	UCL	LCL
1	4.00	3.41176	5.5339	1.2897
2	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
3	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
4	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
5	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
6	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
7	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
8	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
9	4.00	3.41176	5.5339	1.2897
10	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
11	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
12	4.00	3.41176	5.5339	1.2897
13	3.00	3.41176	5.5339	1.2897
14	4.00	3.41176	5.5339	1.2897
15	4.00	3.41176	5.5339	1.2897
16	4.00	3.41176	5.5339	1.2897
17	4.00	3.41176	5.5339	1.2897

Fuente: Data de Resultados (Ver Anexo N°3)

Elaboración: Propia.

Figura 11 Gráficos de control de procesos para R



Fuente: Data de Resultados (Ver Anexo N°3)

Elaboración: Propia.

- 2.- Para el gráfico X: (ver si el desempeño respecto al promedio es congruente por el desempeño pasado).

$$UCL_{\bar{X}} = \bar{\bar{X}} + A_2 \bar{R} = 3 + 0.203 (3.4117647) = 3.6926$$

$$LCL_{\bar{X}} = \bar{\bar{X}} - A_2 \bar{R} = 3 - 0.203 (3.4117647) = 2.3074$$

Deduca el cálculo de D4, D3 y A2 para n=17; se calculó por “promedio” de valores de n=16 y n=18 que si están en tabla.

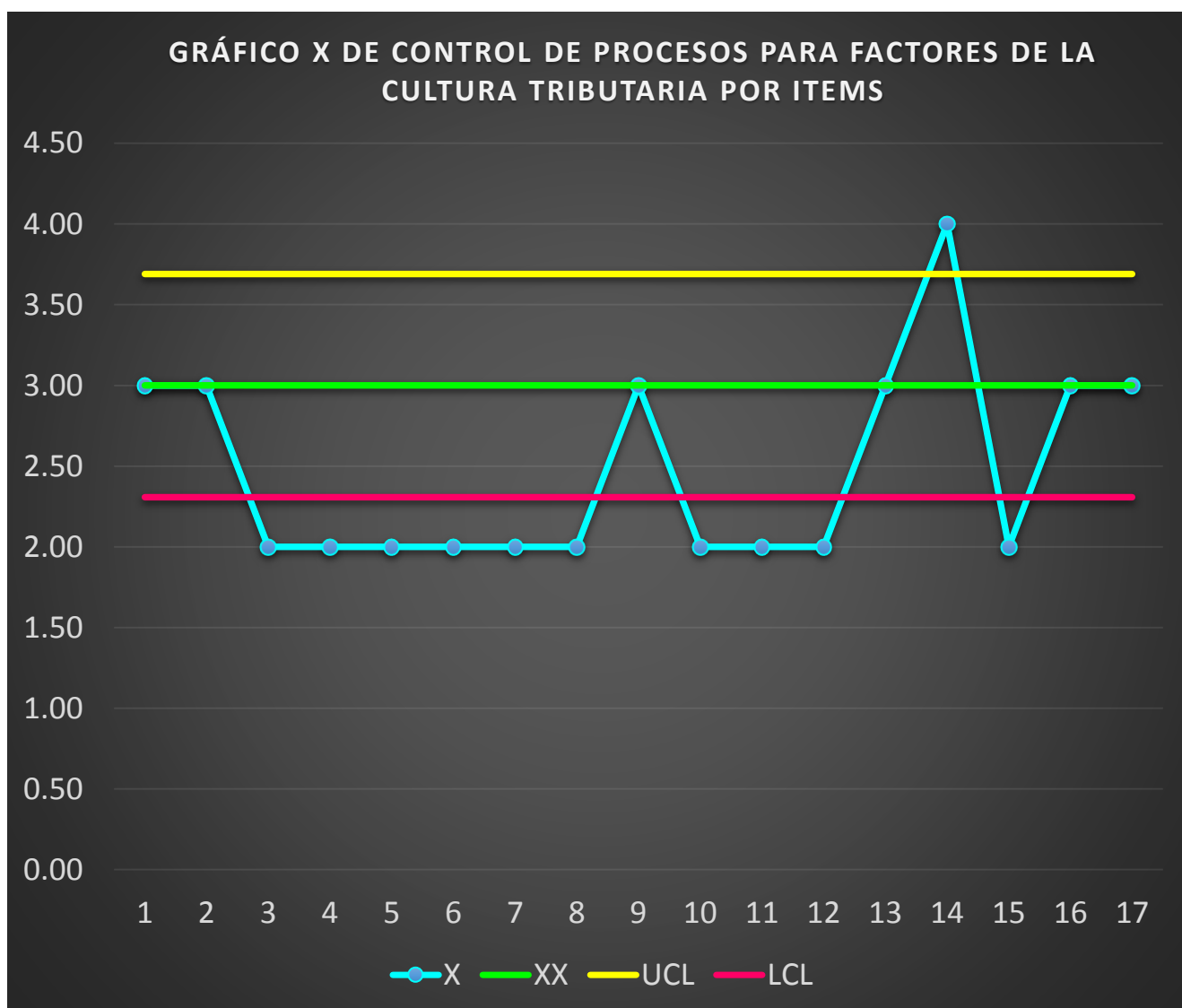
Tabla 12 Gráficos de control de procesos para $\bar{X}$

N°	DATOS DE MEDIAS			
	X	XX	UCL	LCL
1	3.00	3.00	3.6926	2.3074
2	3.00	3.00	3.6926	2.3074
3	2.00	3.00	3.6926	2.3074
4	2.00	3.00	3.6926	2.3074
5	2.00	3.00	3.6926	2.3074
6	2.00	3.00	3.6926	2.3074
7	2.00	3.00	3.6926	2.3074
8	2.00	3.00	3.6926	2.3074
9	3.00	3.00	3.6926	2.3074
10	2.00	3.00	3.6926	2.3074
11	2.00	3.00	3.6926	2.3074
12	2.00	3.00	3.6926	2.3074
13	3.00	3.00	3.6926	2.3074
14	4.00	3.00	3.6926	2.3074
15	2.00	3.00	3.6926	2.3074
16	3.00	3.00	3.6926	2.3074
17	3.00	3.00	3.6926	2.3074

Fuente: Data de Resultados (Ver Anexo N°3)

Elaboración: Propia.

Figura 12 Gráficos de control de procesos para $\bar{X}$



Fuente: Data de Resultados (Ver Anexo N°3)

Elaboración: Propia.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

– CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Análisis e Interpretación de los Resultados

5.1.1 En función a los objetivos

1. Respecto al primer objetivo, se realizó un diagnóstico del nivel de cultura tributaria que ostentan los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén, analizando los resultados de las dimensiones considerados en la operacionalización de variables se tiene:

a. De la tabla N°6.- Valores Tributarios.

Se tiene resultados promedio porcentual, referidos a totalmente de acuerdo 7.97%, de acuerdo 36.60%, indiferente 35.51%, 17.76% en desacuerdo y el 2.17% en total desacuerdo. Sobre lo planteado en la encuesta en consecuencia hay una porción de encuestados, 44.57% con respuesta favorable y un 55.44% en respuesta desfavorable, por lo tanto, respecto a valores tributarios se puede decir que es deficitario.

b. De la tabla N°7.- Sobre conocimiento tributarios.

Los resultados promedio porcentuales nos indican que el 20.43% está totalmente de acuerdo, el 48.04% de acuerdo y el 26.52% es indiferente y el 5% en desacuerdo a las preguntas formuladas en los ítems respectivos a esta dimensión, en consecuencia se puede afirmar que en materia de conocimientos tributarios hay un promedio de 68.47% favorable y un 31.52% desfavorable.

c. De la tabla N°8.- Respecto a creencias sobre tributación.

Los resultados promedio porcentuales nos indican que el 8.70% está totalmente de acuerdo, el 34.78% de acuerdo, el 40.22% indiferente, el 12.68% en desacuerdo y el 3.62% en total desacuerdo; a lo planteado en los ítems 9,10 y 11 sobre creencias de tributación, en consecuencia hay un consolidado de 43.48% favorable y el 56.52% desfavorable, por lo que nos atrevemos a decir da un saldo desfavorable en materia de creencias tributarias en los comerciantes de los mercado de la Ciudad de Jaén.

d. De la tabla N°9.- Respecto a percepciones sobre los tributos.

Los resultados promedio porcentuales nos indican que el 5.80% está totalmente de acuerdo, el 20.65% de acuerdo, el 33.70% indiferente, el 27.54% en desacuerdo y el 12.32% totalmente en desacuerdo; con lo planteado en los ítems 12,13 y 14 sobre percepción sobre los tributos, que tienen los comerciantes objeto de estudio, en consecuencia el 26.45% es favorable y el 73.56% desfavorables; es decir, que hay una saldo bastante desfavorable respecto a la percepción que tienen los comerciantes de los mercados de Jaén sobre tributos.

e. De la tabla N°10.- Sobre las actitudes de los comerciantes de los mercados de Jaén.

Los resultados promedio porcentuales nos indican que sobre las actitudes asumidos en materia tributaria, el 8.70% está totalmente de acuerdo, el 28.26% de acuerdo, el 34.06% es indiferente, el 22.82% está en desacuerdo y el 6.16% en total desacuerdo; con lo planteado en los ítems 15,16 y 17, resultados que permiten afirmar el 36.96% tiene una actitud favorable y el

63.04% desfavorable, es decir, hay una diferencia en negativo respecto a las actitudes de la población en estudio.

Por lo que haciendo un cálculo de promedio de promedios en los cinco indicadores, se tiene un 43.99% favorable y el 56.02% desfavorable en el contexto de la cultura tributaria de los comerciantes en los mercados de la ciudad de Jaén, por lo que se puede afirmar el nivel definitivo que ostentan.

2. Respecto al segundo objetivo, el de utilizar la metodología de control de procesos para determinar si los factores de la cultura tributaria están bajo o fuera de control si se tiene: que para tal efecto se utilizó el método gráfico, y específicamente los gráficos de **promedio** y el de **rango** que son gráficos de control de variables.

a. De la tabla N°11. Referido al gráfico R (Rango)

KRAJEWSKI – RITZMAN – MALTHORA (2007), manifiestan que: se utiliza para monitorear la variación de los procesos (p.220)

Con valores $\bar{R} = 3.41176$, y los límites superior 5.5339 e inferior 1.2897, entendiendo la variabilidad como la diferencia de los valores mayor y menor de los resultados obtenidos en las respuestas obtenidas por los entrevistados (92) respecto a cada uno de los ítems formulados (así por ejemplo, respecto al primer ítem el valor más alto es 5 y el menor 1, por tanto el rango es 4), entonces el grafico N°6 nos indica que en los 17 ítems la variabilidad está bajo control.

b. De la tabla N°12. Referido al gráfico $\bar{X}$ (Promedio)

Según KRAJEWSKI – RITZMAN – MALTHORA (2007), este gráfico se usa para ver si el proceso es beneficioso que en promedio es consistente con

un valor objetivo y el desempeño actual con respecto al promedio de la medición de los resultados.

Se obtuvo de los valores dados en las respuestas de cada uno de los entrevistados (92), respecto a cada uno de los ítems planteados, obteniendo el puntaje promedio $\bar{X}$ de los 92 valores y en total 17 promedios, con los que se obtuvieron $\bar{X} = 3.00$, el límite superior $UCL = 3.6926$ y el inferior $LCL = 2.3074$, observándose que existen ítems en los factores que requieren ser observados con énfasis, pues no están bajo control, 10 ítems están por debajo del límite inferior y 1 sobre el límite superior y solamente 6 están bajo control que son los ítems 1,2,9,13,16 y 17, por lo que se debe trabajar para superar la deficiencia referida a los 11 ítems fuera de control.

3. Respecto al tercer objetivo, de proponer actividades de mejoramiento continuo, usando el ciclo Planear – Hacer – Comprobar – Actuar, para mejorar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén, se han propuesto 2 actividades:

1. Capacitación grupal e independiente.
2. Propuesta de facilidades de pago y descuentos.

Las actividades propuestas figuran en el Capítulo VI considerado como Propuesta.

5.1.2. En función a los antecedentes

Como se hizo mención al problema de la evasión tributaria es un problema que data de muchos años, que a la fecha en vez de reducir su incidencia ha aumentado tanto a la par de la informalidad y la corrupción en nuestro país, que una de las razones se contemple en la deficiente cultura tributaria, razón que motivó la realización del

presente trabajo y muchos otros en diferentes Universidades, lo que convierte en un tema de actualidad y de preocupación nacional, citados en varios trabajos.

La Tesis: “Cultura tributaria e influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del Código Tributario por los contribuyentes del Régimen General SUNAT – Cajamarca 2015”, realizado por Marín B. J. y Trauco H.M., entre otras concluye que el nivel de cultura tributaria en el régimen tributario de la SUNAT es bajo y son causal para un nivel de aportaciones bajo, en la Tesis: “La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto año 2016”, cuyo autor es Dávila C. A., T.R. y Pisango L.F., sostiene que los comerciantes si conocen sobre tributación, pero la SUNAT no cumple su rol informativo a cabalidad, que los fondos que se recaudan no tienen buen destino, tampoco existe una motivación para cumplir con sus aportaciones, en la Tesis: “Conocimiento Tributario y su incidencia en el índice de evasión de impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Chiclayo – 2017”, cuyo autor es Tenorio Gastelo, Jorge, concluye que el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado aludido es alto con bajo, y a pesar de ello tienen la tendencia hacia el incumplimiento debido a la corrupción y mal manejo de los tributos de parte de las entidades sin beneficio a la población. .

Similarmente en la Tesis: “Impacto del nivel de cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los trabajadores independientes del sector odontológico del distrito cerro colorado Arequipa 2016”, el autor Jove Pucamayo Stephanie llega a la conclusión que la cultura tributaria en el personal aludido es alto, tienen conocimiento sobre niveles y beneficio de la tributación, pero

que el nivel conciencia tributaria, tiene influencia con la emisión y entrega de comprobantes de pago.

En fin se puede analizar y discutir todas las conclusiones a donde arriban los autores de cada una de las investigaciones consideradas en este trabajo como antecedentes y nos daríamos cuenta que se coincide en el bajo nivel de cultura tributaria que pareciera un estándar en trabajadores comerciantes de los mercados, o si conocen aspectos de tributación no cumplen con sus obligaciones por falta actitud cívica, por desconfianza en las autoridades sobre el manejo adecuado de las aportaciones, también hay coincidencias en los esfuerzos vanos y poco eficaces de las acciones realizadas por instituciones del estado para solucionar el problema, que muestra educación no contribuye con la formación de una conciencia cívica en el ciudadano, es decir lo mismo de lo mismo en todos y cada uno de los lugares de nuestro país, por lo que si bien es cierto las acciones a tomar propuestas coinciden hay que pensar en la idiosincrasia del poblador de cada zona, por lo cual los tratamientos tendrán que ser de alguna manera específicos.

5.1.3 Contrastación de la hipótesis

Considerando, que la investigación es de tipo propositiva por cuanto se fundamenta en la necesidad, de elevar el nivel de cultura tributaria en un sector económicamente importante de la población y que a pesar de haberse desarrollado gran cantidad de trabajos de investigación sobre el tema, este sigue sin resolver, por lo que al haber obtenido la información, se formuló la propuesta de las actividades a desarrollar en la metodología del Ciclo de Deming: Planificar, Hacer, Comprobar y Actuar, para contribuir, la institución universitaria en su rol de extensión con la administración tributaria la problemática actual y las deficiencias encontradas, identificarlo tratando de resolver las causas de la problemática, investigarlos y

proponer alternativa de solución dentro de un contexto específico, los comerciantes de los mercados de la ciudad de Jaén.

La contrastación de hipótesis por ser correlacional CAUSAL, es decir “Si se realizan las actividades planteadas en la modalidad del Ciclo de Deming entonces se mejorará el nivel de cultura tributaria, en los Comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén 2017”, se realizará, una vez aplicado la propuesta para ver si requiere mejorar y volver aplicarlo si fuera necesario cuantas veces se requiera, pero esto escapa del objetivo del presente trabajo, pues la toma de decisiones corresponden a entes con responsabilidad específica.

5.2. Conclusiones y Recomendaciones

A. Conclusiones

1. En concordancia con la determinación del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén se puede concluir que:
 - 1.1 La formación en valores tributarios es **deficiente**, pues la tabla 6 de resultados, se concluye que en promedio el 55.44% de comerciantes requieren una capacitación en los 3 ítems considerados en el estudio.
 - 1.2 El nivel de conocimiento en materia tributaria, es también **deficiente**, de los resultados de la tabla 7 se concluye que en promedio el 91.31% requiere capacitación tributaria, enfatizando el ítem 5 de “conciencia” y el ítem 8 un 43.48% sobre legalidad.
 - 1.3 Existe una **gran confusión**, respecto a las creencias tributarias, deduciéndose en la tabla 8 de resultados la necesidad de ilustrar tributariamente en su promedio de 87.68% de comerciantes, con mayor énfasis en el destino del IGV y la recaudación de tributos.

1.4 Existe una **distorsión muy marcada** respecto a la percepción en aspectos tributarios que tienen los comerciantes deduciéndose de la tabla 9 de resultados la necesidad de ilustrar a un promedio de 89.50% de contribuyentes.

1.5 Existe una **actitud positiva**, respecto a lo que es tributar, obteniendo de la tabla 10 un promedio de 69.93% de comerciantes que estarían dispuestos a aprender, participar y colaborar con las charlas que pudiera impartir la SUNAT.

2. De los gráficos de control de procesos (rango y promedio) se concluye que el proceso de una cultura tributaria es **deficiente**, pues se registran resultados por debajo del promedio tanto en variabilidad como en el rendimiento, resultados observables en los gráficos de control tanto en promedio como de rango, donde se muestran factores determinantes del nivel que están fuera de control, específicamente se requiere CAPACITACIÓN en materia tributaria, específicamente en **valores tributarios**: ítem 3 (31.52%); respecto a **conocimientos tributarios**: ítem 4 (22.83%), ítem 5 (91.31%), ítem 6 (26.09%), ítem 7 (22.82%), ítem 8 (43.48%); respecto a las **creencias sobre tributación**: ítem 10 (93.48%) y ítem 11 (94.56%), sobre **percepciones sobre los tributos**: ítem 12 (92.40%) y ítem 14 (89.13%) y por último sobre **actitudes frente al cambio**: ítem 15 (63.04%). Datos que justifican de manera significativa la necesidad de un programa de capacitación en materia tributaria en este sector económico de la población.

3. La aplicación de estrategias y actividades que conduzcan a un mejoramiento continuo del proceso de formación de cultura tributaria en los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén es completamente **factible y da la**

oportunidad a la universidad de apoyar a las instituciones correspondientes en la solución de un problema que atañe a todos los peruanos.

B. Recomendaciones

1. Con el conocimiento del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén, fundamentados en el análisis de los ítems considerados en el estudio, además del conocimiento de las funciones y atribuciones de la SUNAT, la Universidad debe identificarse con la problemática tributaria y por medio de la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios, en especial la escuela profesional de contabilidad y tributación, ejercer una de sus funciones básicas, la proyección y la extensión universitaria a fin de aunar esfuerzos para combatir eficientemente la informalidad y permitir que nuestro país salga del sub – desarrollo y las futuras generaciones habiten un Perú donde prevalezca la justicia, la equidad y la Ley.
2. Se debe realizar un trabajo conjunto, interinstitucional y con los resultados básicos de esta investigación, planificar acciones evaluando permanentemente los avances, en mejorar la cultura tributaria utilizando las herramientas útiles en el monitoreo de control de calidad.
3. Que las instituciones directamente involucradas con el problema de tributación, pongan a consideración la propuesta que se plantea en el presente trabajo de investigación y si lo consideran viable, iniciar un trabajo conjunto donde el beneficiario es el pueblo jaeno, pues un mundo de grandes cambios de avance tecnológico vertiginoso, con el poder de la comunicación y la información, exige estar a la altura de las circunstancias convirtiéndose en una ciudad con economía emergente.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.-

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE MEJORA CONTINUA BASADO EN EL CICLO DE DEMING PARA ELEVAR EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE LA PROVINCIA DE JAÉN 2017

INTRODUCCIÓN.-

Los grandes problemas que son obstáculo para el desarrollo del país, entre otros son la evasión tributaria, la informalidad y la corrupción; estudios efectuados al respecto han demostrado que entre las principales causas de estos problemas a la economía nacional, es la falta de conciencia y cultura tributaria de los ciudadanos y quienes administran tributariamente al país, coinciden en que es necesario implantar la cultura tributaria, a través de acciones que conduzcan a superar este álgido problema del país, con participación del estado, la comunidad, instituciones académicas, etc.

La economía del país en los últimos años ha experimentado un crecimiento gracias a los ingresos mineros, demostrando que no tiene una economía sostenida que está sujeta al precio de los metales, paralelamente a esto, la evasión tributaria, la informalidad y la corrupción ha ido en crecimiento, haciendo cada vez más incontrolable pese a los esfuerzos de la administración tributaria para controlarlo, estableciendo programas de cultura tributaria al cual no responde al público objetivo, pues lo real es que existe: un desinterés por capacitarse en temas tributarios y una deficiente conciencia y cultura tributaria, situación que se agrava, pues no existen políticas educativas para que mediante programas de mediano y largo plazo, se pueda desarrollar conciencia en los estudiantes

sobre la importancia del cumplimiento de sus obligaciones tributarias, como parte de su rol del ciudadano, en una sociedad democrática y lograr este propósito es ya casi imposible por la indiferencia de los agentes que conforman la comunidad, tanto educativa como laboral, comercial, etc., por lo que es necesario establecer comunicación con todos involucrados en esta problemática, para que en el desarrollo de sus actividades se promueva la responsabilidad tributaria.

JUSTIFICACIÓN.-

Como se ha indicado, el problema tributario en el país, es un problema de larga data y a la fecha se mantiene vigente por las políticas inapropiadas y poco efectivas en materia económica del estado, ésta problemática ya no es solamente en el ámbito local o regional, es una problemática que involucra a todo el país, donde el estado, las instituciones y comunidad en general tienen que ser partícipes e involucrarse en la problemática para contribuir y plantear alternativas de solución, si es que se quiere un país en desarrollo, por lo que cualquier aporte por más insignificante que parezca es de gran utilidad tanto para los organismos responsables de la administración tributaria como para los aportantes, pues ayudaría a elevar el nivel de conocimiento tributario, aumentando su cultura tributaria y cambiaría su apreciación sobre el estado, que para ellos, es un estado ineficiente, que solo se aprovecha de ellos, y que hace mal uso de sus aportaciones, exigiendo transparencia y justicia que se inviertan en construcción de una infraestructura pública, hospitales, escuelas, carreteras, etc., que coadyuve a mejorar los niveles de vida del poblador.

El reto de lograr elevar el nivel de cultura tributaria no es un reto menor, es extensible a todos los niveles sociales, ya sean comerciantes o compradores que asisten a los mercados, en el caso de la Provincia de Jaén, profesionales o no profesionales, incentivando los valores ciudadanos y el conocimiento tributario, para asegurar el pago

justo a tiempo de los impuestos por parte de los contribuyentes y darles a conocer mediante información real y oportuna de los fines de la tributación.

Este cambio de actitud que se aspira lograr en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén, se fundamenta en el conocimiento de ¿qué hacer? pero también es importante plantearse ¿cómo hacerlo? por lo que recurriendo a una de las herramientas de la ciencia de la administración se plantea la posibilidad de utilizar el “mejoramiento continuo” de procesos en este caso de la capacitación tributario utilizando el Ciclo de Deming (PHCA).

El trabajo de capacitación tributaria, a cargo de la administración tributaria en el país y particularmente en el ámbito local es un trabajo bastante arduo, que la administración tiene que realizar, compartiendo con las actividades de recaudación a la que se le agrega el insuficiente recurso humano con lo que se dispone, lo que justifica la preocupación de instituciones académicas entre otras, la Universidad por contribuir con la institución del Estado responsable del tema tributario, para proponer y de ser posible realizar acciones que conduzcan a reducir las brechas de comportamiento de la población contribuyente, en diferentes grupo objetivo, a fin de lograr potencializar el cumplimiento responsable de sus obligaciones tributarias, con la consecuente mejora en la gestión de recaudación, y así contar con los recursos que el país requiere para su desarrollo.

CONCEPTOS:

1. **Brecha tributaria:** Diferencia entre la recaudación legal y la recaudación efectiva (da idea del nivel de evasión).
2. **Brecha de presentación:** Diferencia entre contribuyentes catastrados por la Administración Tributaria y contribuyentes que presentan su declaración de impuestos.

3. **Caducidad:** Caduca la facultad de la administración para determinar la obligación tributaria, sin que se requiera pronunciamiento previo. Se establece en la reglamentación respectiva de la Administración Tributaria.
4. **Ciudadano:** Persona física, parte de una comunidad.
5. **Comprobante de venta:** Documento que acredita la transferencia de bienes o la prestación de servicios, o la realización de otras transacciones gravadas o tributos.
6. **Conciencia tributaria:** Conocimiento que tiene un contribuyente o ciudadano, acerca de la importancia de la tributación en el ámbito social, como herramienta de distribución de la riqueza que busca alcanzar el bienestar de los ciudadanos.
7. **Contribuyente:** Persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, obligada a soportar patrimonialmente el pago de los tributos, con el fin de financiar al estado.
8. **Cultura tributaria:** Proceso de largo plazo, que tiene por objetivo elevar el nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario de los ciudadanos.
9. **Documentos complementarios:** Son aquellos complementarios a los comprobantes de venta entre ellos: notas de crédito, notas de débito y guías de remisión.
10. **Facultad determinadora:** Acto o conjunto de actos reglados, realizados por la administración, tendientes a establecer, en cada caso particular, la existencia del hecho generador, el sujeto obligado, la base imponible y la cuantía del tributo.

El ejercicio de esta facultad comprende: la verificación, complementación o enmienda de las declaraciones de los contribuyentes o responsables, la composición del tributo correspondiente cuando se advierte hechos imposables y la adopción de medidas legales que se estime convenientes para esa determinación.

11. Omisidad: Estado de un contribuyente que incumple en una o varias de sus obligaciones tributarias en un periodo de tiempo.

12. Presión fiscal: Relación entre los ingresos tributarios totales de un país y el producto bruto interno (PBI); se mide porcentualmente y determina el porcentaje de los ingresos que se destina al pago de tributos.

13. Régimen tributario: Normas por las cuales se rigen los contribuyentes y el estado en el ámbito fiscal, se rige por principios de: generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria, se priorizan los impuestos directos y progresivos.

OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.-

Elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

- ❖ Proporcionar información a los comerciantes de los mercados de la provincia de Jaén, sobre el régimen tributario al que pertenecen.
- ❖ Hacer conocer a los comerciantes de la provincia de Jaén los beneficios que tendrían lugar a cumplir con sus obligaciones tributarias.
- ❖ Entregar material didáctico y sencillo que permitan un mejor entendimiento sobre tributación en comerciantes de los mercados de la provincia de Jaén.

FINALIDAD DEL PLAN DE CAPACITACION.-

Lograr que los comerciantes de los mercados de la provincia de Jaén puedan aprovechar los beneficios de llevar una correcta tributación en sus negocios al aumentar la cultura tributaria que ostentan.

META.-

Comerciantes de los mercados de la provincia de Jaén, 20 de ellos por actividad en 2 sub – grupos: recién inscritos y omisos.

ESTRATEGIAS A EMPLEAR.-

1. Exposición de profesionales especialistas en materia tributaria, tanto de la administración tributaria como de la Universidad (docentes) y apoyo de estudiantes de ciclos superiores con conocimientos tributarios.
2. Entrega de material informativo tributario tanto físico como virtual.
3. Definición del Grupo Objetivo.-

La definición del grupo objetivo, sobre el cual se orientan las capacitaciones, parte de la segmentación de los comerciantes según su actividad del rubro comercial al que se define el siguiente cuadro, muestra la segmentación aludida de los comerciantes según el rubro, su régimen y comportamiento tributario.

Tabla 13 Segmentación de los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén – 2017

SEGMENTACIÓN DE LOS COMERCIANTES	
Tipo de Contribuyente	Rubro
Ocupación (Productos que venden)	- Abarrotes - Carnes y pescado - Frutas y verduras - Otros - Ropa - Calzados
Régimen y clasificación	- Obligadas a llevar contabilidad - No obligadas a llevar contabilidad
Comportamiento tributario	- Inscritos - Estado tributario pendiente - Cumplimiento tributario

Fuente: SUNAT.

Seleccionado el tipo de comerciante, sobre el cual se ejecutará el plan de capacitación, se debe analizar la ubicación según lugar de comercio.

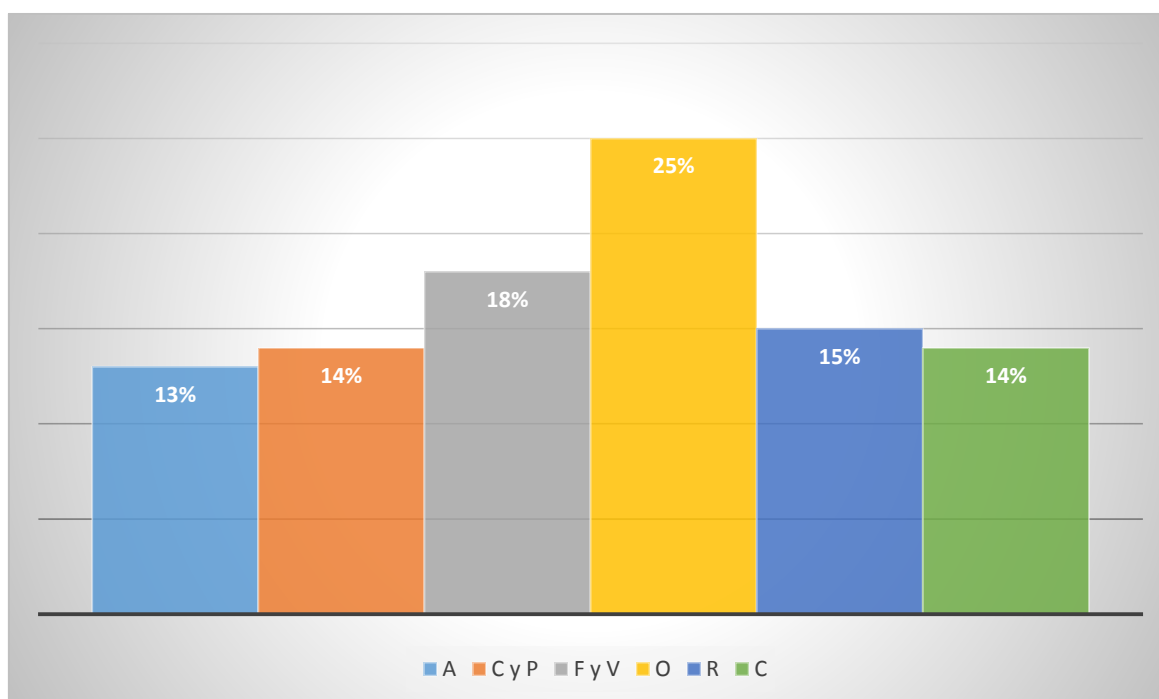
Tabla 14 Total de comerciantes en los mercados de la Provincia de Jaén

TOTAL DE COMERCIANTES SEGÚN RUBRO							
RUBRO Mercado	Abarrotes (A)	Carnes y Pescado (C y P)	Frutas y Verduras (F y V)	Otros (O)	Ropa (R)	Calzados (C)	TOTAL
28 de Julio	51/7%	108/15%	129/18%	159/22%	144/20%	129/18%	720
Roberto Segura	20/8%	31/12%	51/20%	90/35%	38/15%	26/10%	256
Sol Divino	21/10%	17/8%	52/25%	81/39%	17/8%	21/10%	209
Central	17/30%	3/6%	8/15%	19/34%	6/10%	3/5%	56
Fila Alta	6/15%	7/18%	8/20%	9/23%	4/12%	4/12%	38
Los Angeles	14/18%	12/15%	13/16%	22/28%	8/10%	11/14%	80
Amojú	75/25%	36/12%	30/10%	66/22%	45/15%	48/16%	300
El Limón	40/20%	44/22%	50/25%	26/13%	24/12%	16/8%	200
Los Aromos	4/22%	2/8%	2/12%	3/13%	5/25%	4/20%	20
TOTAL	248/13%	260/14%	343/18%	475/25%	291/15%	262/14%	1879

Fuente: Elaboración propia.

Obteniéndose del total de comerciantes en los Mercados de la Provincia de Jaén (formales) el siguiente gráfico:

Figura 13 Total de comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén

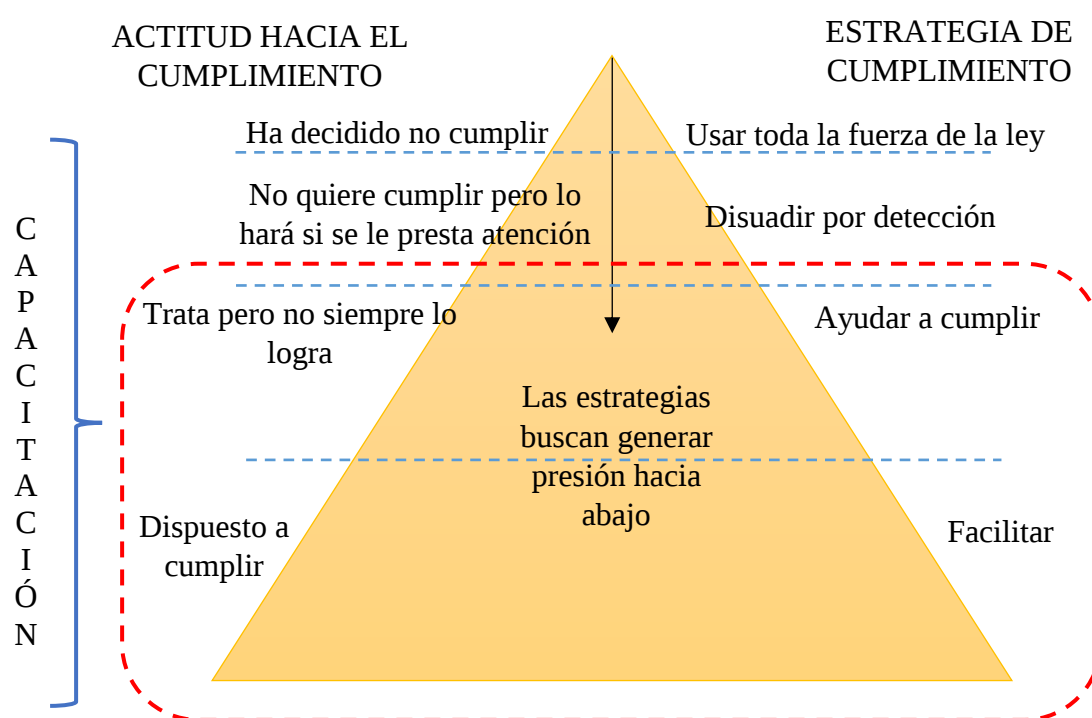


Fuente: Elaboración propia.

Debido a la complejidad para capacitar a todos los comerciantes catastrados, en la fase de planificación del plan, se hará énfasis en el comportamiento tributario de estos frente a la SUNAT.

Conocido de que no todos los participantes modifican su comportamiento, luego de una capacitación, por lo que un factor a considerar será la ubicación del comerciante en la pirámide de comportamiento frente al cumplimiento.

Figura 14 Pirámide de comportamiento



Fuente: Elaboración propia.

Por tanto los comerciantes ubicados en la parte baja, su actitud hacia el cumplimiento es favorable, la estrategia de capacitación es la más adecuada con el fin de incrementar el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, pues si fuese desfavorable, o sea aquellos que estén en las áreas 3 y 4 de la pirámide, la capacitación no modifica su comportamiento, en consecuencia es inefectiva para inducir el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, claro está de los comerciantes objeto de estudio.

Por tanto, la primera variable para planificar la capacitación parte de identificar la actitud del comerciante frente al cumplimiento, la tabla N°10 (actitudes) nos muestra los resultados sobre el tema, análogamente las tablas 9,8,7 y 6 dan información sobre la percepción sobre los tributos, las creencias, el conocimiento y los valores tributarios que ostentan la población en estudio.

Con este análisis, considerando que la administración tributaria cuenta con limitados recursos humanos y físicos para atender a todos los contribuyentes por igual, la planificación para este caso debe considerar los siguientes factores:

- Tener en cuenta únicamente los comerciantes ubicados en los primeros niveles de la pirámide de comportamiento tributario.
- Orientar a comerciantes recientemente inscritos para reducir la brecha de omisión.
- Planificar la capacitación que abarque aspectos de valores tributarios, sobre la percepción sobre el pago de tributos y la actitud de los contribuyentes tomando en cuenta los porcentajes que requieren capacitación, resultado de las tablas y figuras del 6 al 10.

4. Definición de la capacidad operativa disponible.-

Para planificar el plan de capacitación, debe analizarse la capacidad operativa que tiene el área de atención al contribuyente en la Administración Tributaria local, que se encuentren aptos para capacitar de acuerdo a los perfiles de “facilitador”, “inductor” y “coordinador” en los primeros, corresponde al grupo de servidores públicos destinados exclusivamente a capacitar (red de capacitadores) por lo que es necesario destinar un mayor número de horas a esta actividad, los segundos, son servidores públicos de otras áreas que colaboran en los procesos de capacitación y no están dedicados exclusivamente a esta actividad y los terceros son los

responsables de la capacitación inherente a su cargo y que utilizan su tiempo para capacitar, y a otras actividades relacionadas a promover la cultura tributaria.

Tabla 15 Formato sobre capacidad operativa disponible

Unidad	Facilitadores	Instructores	Coordinadores

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla describe la cantidad de horas de capacitación potenciales que podría impartir un servidor público, según su perfil y disponibilidad de tiempo para la actividad de capacitación a los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén.

Tabla 16 Formato sobre capacidad instalada de talento humano

Datos	Facilitadores	Instructores	Coordinadores
Horas laborables disponibles (x día)	8		
Días laborables en 1 mes para capacitación	20	4	12
Número de meses laborables	11	11	11
Días laborables en un año	220	44	132
Horas laborables en un año	1760		
Dedicación para planificar	25%	25%	25%
Dedicación para capacitar	75%	75%	75%
Horas disponibles para planificar en el año	440		
Horas disponibles para capacitar en un año	1320		

Fuente: Elaboración propia.

5. Contenido temático y duración de cada tema. –

Para el segmento de comerciantes recién inscritos, la temática a abordar es la simple y concreta del ciclo tributario, en tanto que para el segmento de omisos la temática será específica, según el diagnóstico del área de control tributario y la temática según estos segmentos será:

Tabla 17 Contenido temático y duración de cada tema para segmento de recién inscritos

TEMÁTICA: Para segmento de recién inscritos	Tiempo promedio
1.- Principios básicos del Derecho Tributario	2 hrs.
2.- Deberes, derechos y obligaciones del contribuyente	2 hrs.
3.- Regímenes de inscripción en el RUC, generalidades, requisitos	1 h.
4.- Características, obligaciones y beneficios de los comprobantes de ventas	2 hrs.
5.- Impuesto General a las Ventas	3 hrs.
6.- Impuesto a la Renta para comerciantes	3 hrs.
7.- Devolución del impuesto a la renta	2 hrs.
8.- Gestión de la página web de SUNAT	2 hrs.
9.- Anexos tributarios - presentación	2 hrs.
TOTAL	19 hrs.

Fuente: Elaboración propia.

Temática que le permitirá al comerciante, orientarlo en su relación con la SUNAT y tendrá la información necesaria y evitar la omisión por falta de conocimiento tributario a la vez que se va forjando Cultura Tributaria.

Tabla 18 Contenido temático y duración de cada tema para segmento de omisos

TEMÁTICA: Para segmento de omisos	Tiempo promedio
1.- Principales obligaciones tributarias	1 h.
2.- El control tributario de la SUNAT	1 h.
3.- Impuesto General a las Ventas	2 hrs.
4.- El impuesto a la Renta	2 hrs.
5.- Anexos tributarios – presentación	2 hrs.
TOTAL	8 hrs.

Fuente: Elaboración propia.

Información que servirá para advertir al contribuyente sobre la función de control de la SUNAT y poder retomar el cumplimiento tributario y será referente para que la Administración Tributaria ejecute acciones frente a la persistencia de la omisidad.

RECURSOS.-

- **Humanos:**

- Expositores expertos en temas tributarios (tanto de SUNAT, como de la Universidad Particular de Chiclayo).
- Estudiantes universitarios de ciclos superiores en la Universidad Particular de Chiclayo – escuela profesional de contabilidad y tributación.

- **Materiales:** Folletos, trípticos, modulo informativo, material audiovisual y virtual.

- **Infraestructura:** Las capacitaciones se realizan en ambiente proporcionado por la Municipalidad Provincial y/o Distrital de Jaén previa gestión de parte de la Universidad Particular de Chiclayo – Filial Jaén.
- **Equipos:** Equipo multimedia, pizarra, plumones y ventilación.

FINANCIAMIENTO.-

El plan de capacitación será financiado con recursos provenientes de la gestión de las instituciones auspiciadoras SUNAT – Municipalidad – Asociación de comerciantes de los mercados correspondientes.

Tabla 19 Presupuesto por actividad de capacitación al comerciante

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
BIENES				
Folderes	Unidad	2 x 20	S/1.00	S/40.00
Separatas	Unidad	2 x 20	S/5.00	S/200.00
Plumones	Unidad	4	S/2.00	S/8.00
Papel bond	Millar	1	S/24.00	S/24.00
SERVICIOS				
Pasaje expositores	Pasaje	15	S/2.00	S/30.00
Alquiler proyector	Unidad	2 x 3 días	S/30.00	S/180.00
Refrigerio	Unidad	2 grupos x 20 personas x 3 días	S/3.00	S/120.00
Pago expositores	Hora	(19+8 de la temática)=27h.	(S/30.00)	(S/810.00)
Impresiones	Unidad	(10x2x20)	S/5.00	S/200.00
TOTAL				S/1,612.00

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Por personal docente y/o estudiante de la Universidad el costo de pago a expositores es nominal.

Tabla 20 Actividades para capacitación al comerciante

N°	Temas	Responsable	Participantes	N° HORAS
A. Recién inscritos:				
1	Principios básicos del derecho tributario	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
2	Deberes, derechos y obligaciones del contribuyente	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
3	Regímenes de inscripción en el RUC, generalidades, requisitos	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	1
4	Características, obligaciones y beneficios de los comprobantes de pago	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
5	Impuesto General a las Ventas	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	3
6	Impuesto a la Renta para comerciantes	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	3
7	Devolución del Impuesto a la Renta	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
8	Gestión de las pagina WEB de SUNAT	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
9	Anexos tributarios – presentación	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
TOTAL HORAS				19 hrs.
B. Para omisos:				
1	Principales obligaciones tributarios	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	1
2	El control tributario de la SUNAT	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	1
3	Impuesto General a las Ventas	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
4	El impuesto a la Renta	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
5	Anexos tributarios – presentación	Expositor/estudiante	Comerciantes del mercado	2
TOTAL HORAS				8 hrs

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21 Cronograma de actividades para capacitación al comerciante

Mercado	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Mercado 28 de Julio	A1	B1	A1	B1								
Mercado Roberto Segura		A2	B2	A2	B2							
Mercado Sol Divino			A3	B3	A3	B3						
Mercado Central				A4	B4	A4	B4					
Mercado de Fila Alta					A5	B5	A5	B5				
Parada Los Angeles						A6	B1	A6	B1			
Mercado Amojú							A7	B2	A7	B2		
Mercado El Limón								A8	B3	A8	B3	
Mercado Los Aromos									A9	B4 y B5	A9	B4 y B5

Fuente: Elaboración propia.

MONITOREO.-

El impacto del Plan de Capacitación, en el mejoramiento de la Cultura Tributaria y por ende el incremento del cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén, requieren de indicadores de percepción y rendimiento como:

- Indicadores de percepción:

- a) Satisfacción del comerciante

- Objetivo: medir la satisfacción del comerciante frente al proceso de capacitación.
 - Estrategia: aplicar encuestas de satisfacción.
 - Táctica: aplicación de encuestas luego de la capacitación.
 - Nombre del indicador: SC (satisfacción del comerciante)

- Fórmula del cálculo: $\frac{n^{\circ} \text{ de comerciantes satisfechos}}{n^{\circ} \text{ de comerciantes capacitados}} = \frac{CS}{CC}$

- Frecuencia: semestral

- Indicadores de rendimiento:

- a) Número de horas de capacitación recibidas

- Objetivo: medir la capacidad de capacitación que ha recibido el comerciante.

- Estrategia: plan de capacitación.

- Tácticas: Identificar brechas de conocimiento tributario.

Aplicar capacitación focalizada.

- Nombre del indicador: NHC (Número de horas de capacitación)

- Fórmula del cálculo: $\frac{n^{\circ} \text{ total de horas de capacitación}}{n^{\circ} \text{ total de comerciantes}} = \frac{NHC}{NTC}$

- Frecuencia: semestral.

- b) Rendimiento de la capacitación

- Objetivo: medir la eficacia que tiene la capacitación a los comerciantes de los Mercados de Jaén.

- Estrategia: plan de capacitación.

- Tácticas: aplicar prueba de conocimientos.

- Nombre del indicador: RC (rendimiento de la capacitación)

- Fórmula de cálculo: $\frac{\text{Gasto total de capacitación}}{n^{\circ} \text{ total de comerciantes capacitados}} = \frac{GTC}{NTCC}$

- Frecuencia: por actividad.

- c) Reducción de brechas

- Objetivo: reducir las brechas de omisidad en los comerciantes de los Mercados de Jaén.

- Estrategia: identificar el comportamiento de los comerciantes de los Mercados de Jaén.
- Tácticas: segmentación y comportamiento.
- Nombre del indicador: RB (reducción de brechas)
- Fórmula de cálculo: $\frac{CO}{CI} = \frac{\text{comerciantes omisos}}{\text{comerciantes inscritos}}$
- Frecuencia: anual.

d) Cobertura:

- Objetivo: ampliar la cobertura de la capacitación de manera sostenida.
- Estrategia: dimensionar la capacidad operativa de los facilitadores.
- Táctica: monitorear el plan de capacitación.
- Nombre del indicador: COB (cobertura).
- Fórmula de cálculo: $COB = \frac{\text{total de comerciantes capacitados}}{\text{total de comerciantes por segmento}}$
- Frecuencia: semestral.

e) Mejora continua:

- Objetivo: fomentar la mejora continua de los facilitadores.
- Estrategia: Definir el perfil del capacitador.

Proporcionar condiciones adecuadas para el capacitador.

Propiciar un entorno de desarrollo personal, profesional y grupal.

- Tácticas: Procesos de selección de capacitadores.

Planes de capacitación general y específica.

- Nombre del indicador: MCF
- Fórmula de cálculo: evaluación de conocimientos
- Frecuencia: semestral.

Características de la capacitación:

- Capacitación totalmente gratuita.
- Capacitación efectiva: se realiza utilizando el material práctico de cada comerciante, pues es mejor el aprendizaje cuando lo realiza la acción.
- Fácil acceso a la información sobre declaración de impuestos, pues se imparte conocimiento sobre reglamentos, leyes, normas, impuestos, etc., in situ.

Impacto de la capacitación:

- Mayor y mejor nivel de conocimientos en temas tributarios para esta actividad comercial.
- Promueve el interés para el cumplimiento de la normativa vigente de tributación.
- Utilización de conocimientos adquiridos, como hábito de vida, evitando atrasos, equivocaciones e incumplimiento tributario.

Responsabilidades:

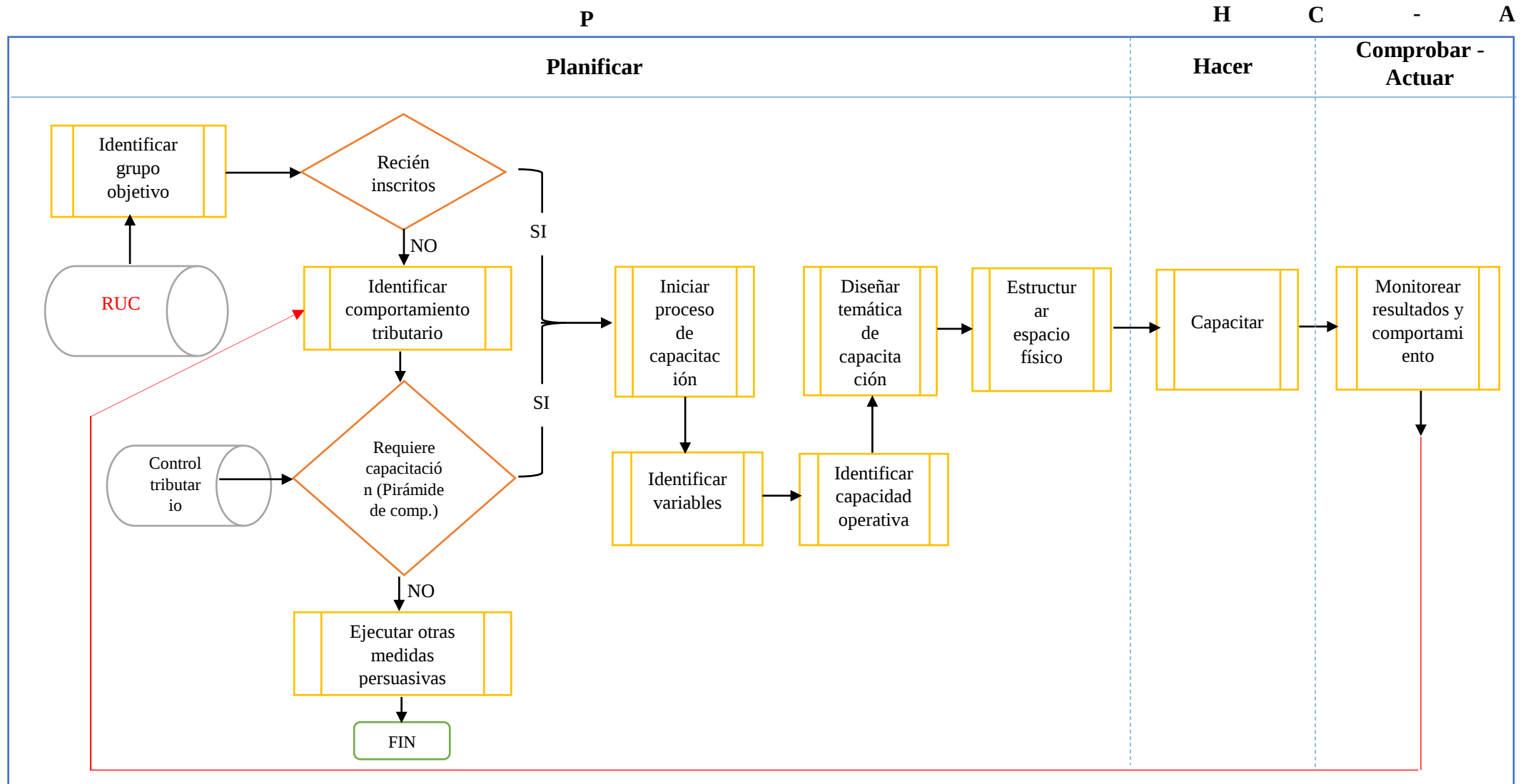
- Entidad ejecutora: escuela profesional de contabilidad y tributación FACEN – UDCH.
- Auspiciadora: SUNAT – JAÉN.

Es importante indicar que el plan de capacitación debe nutrirse de la información interna de El Organismo de Administración Tributaria, principalmente del área de Control Tributario de la SUNAT, ya que las brechas identificadas por esta área, servirá para diseñar y dirigir la capacitación hacia aquellos contribuyentes que se encuentran en los primeros niveles de la pirámide de cumplimiento, optimizando los recursos y evitando capacitar a comerciantes, cuyo comportamiento no se modifica con la capacitación.

La eficiencia de la metodología de mejoramiento continuo, específicamente El Ciclo de Deming – PHCA, se debe implementar gradualmente, iniciando con una prueba piloto, de tal manera que las secciones que se deriven de su aplicación se pueda replicar o ajustar para implementarlo a escala mayor.

El proceso de capacitación se normaliza vía un Diagrama de Proceso donde se identifica la etapa de planeación, hacer, comprobar y actuar, cuyo diagrama se detalla a continuación.

Figura 15 Diagrama de procesos de capacitación al comerciante en los mercados de la Provincia de Jaén – 2017



Fuente: Elaboración propia.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PHCA: CICLO DE DEMING PARA LA CAPACITACIÓN EN MATERIA TRIBUTARIA

1. Objetivos.-

- a. Identificar los segmentos de negociantes que requieren capacitación en función de las brechas de comportamiento.
- b. Diseñar y desarrollar la temática de capacitación concordante con los segmentos identificados.
- c. Identificar oportunidades de mejora, que permitan incrementar la eficiencia de gestión de la capacitación en la SUNAT.

2. Alcance.-

El alcance del proceso de mejoramiento continuo PHCA, parte de la identificación del grupo objetivo, a quien se dirige el proceso de capacitación y culmina con la aplicación de indicadores de gestión que servirán como insumo para otras áreas de la SUNAT, a fin de optimizar la gestión de la misma.

3. Descripción del procedimiento.-

Las etapas o actividades requeridas son:

❖ PLANEAR – que involucra:

- Identificar el grupo objetivo, sobre la base que dispone la SUNAT, en su base de datos y de información de terceros.
- Identificar el comportamiento tributario que tiene el sujeto, objeto de capacitación, de acuerdo a la pirámide de comportamiento.
- Clasificar por variables según el tipo de contribuyente y la actividad o rubro del negocio.
- Identificar la capacidad operativa, respecto al talento humano e infraestructura física disponible.

- Adecuar el espacio físico donde se realizarán las capacitaciones.

❖ **HACER**, describiendo las actividades que deben realizar los facilitadores de la SUNAT, entre ellas:

- Presentar los objetivos de la capacitación a impartir.
- Iniciar la capacitación con la ayuda del material diseñado para tal efecto y los recursos necesarios.
- Realizar una encuesta de satisfacción, al final del proceso de capacitación o en su defecto indicar el procedimiento para rendir la encuesta de satisfacción a través de centros de atención telefónica en un plazo máximo de 48 horas.

❖ **COMPROBAR:**

Aplicar los indicadores de gestión propuestos para medir la contribución de la capacitación en el cierre de brechas tributarias.

❖ **ACTUAR:**

Corregir las deficiencias y superar inconvenientes en el proceso de capacitación, promoviendo una retroalimentación que permita realizar de manera coherente el proceso de mejoramiento continuo, con la consecuente mejora del nivel de cultura tributaria, que implicaría fomentar el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias que dote de los recursos que requiere el país para su desarrollo.

ANEXO

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL PROCESO DE CAPACITACIÓN

Nombre del participante:

Tema abordado:

Lugar:

Fecha:

Califique del 1 al 7, las siguientes preguntas relacionadas a la acción formativa, donde 7 es la máxima puntuación y 1 la mínima.

		Totalmente en desacuerdo						Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5	6	7
1	¿Los materiales entregados son visualmente atractivos?							
2	¿Los facilitadores tienen el conocimiento necesario para responder preguntas del participante?							
3	¿El horario de capacitación ha sido conveniente para sus intereses?							

4	¿La comodidad de las instalaciones y equipos utilizados es la adecuada?						
5	¿La habilidad de la institución para impartir capacitación brinda confianza y seguridad?						
6	¿El instructor ha tenido la voluntad para absolver las dudas del participante?						
7	¿El tiempo destinado para el proceso formativo es el adecuado?						
8	¿El uso de recursos didácticos y la entrega de material necesario para la capacitación han sido adecuados?						
9	¿En general se cumplieron con los objetivos del curso?						
10	¿En general se cumplieron con las expectativas del curso?						
11	¿La duración de la capacitación ha sido adecuada?						
12	¿Está satisfecho con la capacitación?						

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Alvarez Ibarrota, J. (2006). *"Introducción a la Calidad"*, primera edición. España: Ideas propias Editorial 136p. ISBN: 978-84-96578-24-1.

Ataliba, G. (2000). *"Hipótesis de la incidencia tributaria"*. Lima: Instituto Peruano de Derecho Tributario.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación, Administración y Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*, 3era edición. México: Prentice Hall.

Clares, J. A. (2005). *"Calidad práctica"*, primera edición. España: Prentice Hall 211p. ISBN: 84-205-4614-3.

Cortázar Velarde, J. (2000). *Estrategias Educativas para el desarrollo de una "Cultura Trbiutaria" en América Latina*. CLAD REFORMA Y DEMOCRACIAS.

Deming, W. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. México: Ediciones Díaz de Santos 20.p-ISBN: 84-87189- 22-9.

Domingo Hernández, C. (2009). *La cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia de la Administración Tributaria*.

Fernandez Garcia, R. (2012). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. San Vicente: Club Universitario. ISBN: 978-84-9948-413-6.

Giddens, A. (2000). *"Sociología"*, tercera edición. Madrid - España: Alianza. ISBN: 84 - 206 - 8176 - 8. .

Guajardo, E. (2012). *"Administración de la calidad total"*. México: Paz ISBN: 968-860-505-0.

- Gutierrez Pulido, H. (2010). *"Calidad Total y Productividad"*, tercera edición. México D.F.: Mc Graw - Hill/Interamericana Editores S.A. de C. V. ISBN: 978-607-15-0315-2.
- Gutierrez Pulido, H., & De la Vara Salazar, R. (2013). *"Control estadístico de la calidad y seis sigma"*, tercera edición. México D.F.: Mc Graw - Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V. .
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, L. (2014). *"Metodología de la Investigación"*, sexta edición. México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Krajewski, L., Ritzman, L., & Malhotra, M. (2008). *Administración de Operaciones*, 8va edición. México: Pearson Education.
- Lopez Martinez. (2009). *"La empresa aplicada de forma sencilla"*, primera edición. España: Libros de cabecera. ISBN: 978-84-936740-0-7.
- Nava Carbellido, V. (2005). *¿Qué es la calidad?, Conceptos gurus y modelos fundamentales*, primera edición. México: Limisa. ISBN: 255857711.
- Ortega Salavarría, R., Castillo Guzman, J., Pachelles Racuay, A., & Morales Mejia, J. (2012). *Manual Tributario*, primera edición. Lima: Lima ECB. Ediciones S.A.C. ISBN: 9786124621123.
- Otálora, C. (2009). *Economía Fiscal*. La Paz - Bolivia: Plural Ediciones.
- Paraschivescu, A., & Cotirlet, P. (2015). *"Estrategias dell Kaisen (en linea)"*. Rumania: Georgia Bacovia University. Obtenido de http://www.ugb.ro/etc/etc2015no1/04_parachivescu_cotirlet.pdf.
- Rodriguez, S. (2011). *Etapas de planeación en "Fundamentos de gestión empresarial"*. México.

- Salkind, N. (1999). *Métodos de Investigación*. México: Pearson Education.
- Sampieri Fernández, H., & Callado Baptista, L. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Graw Hill Interamericana.
- Solorzano Tapia, D. (2015). *"La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú"*.
- Summer, D. (2006). *"Administración de la Calidad Total"*. México: Paz ISBN: 968-860-505-0.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). *"Cultura Tributaria"*. Libro de consulta. (2010). Perú: Kinkos Empresores S.A.C. Perú.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. *"Cultura Tributaria"*. Libro de consulta. (2012). Lima - Perú.
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de Investigación Científica, 4ta edición* . México: LIMUSA.
- Valderrama Mendoza, S. (2013). *"Pasos para elaborar proyectos de investigación científica"*, 2da edición. Lima - Perú: San Marcos.
- Valero, T., & Ramirez, M. (2009). *Etica y Cultura Tributaria en el Contribuyente*.
- Villegas, H. (2001). *Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. Buenos Aires - Argentina: DEPALMA.
- Walton, M. (2004). *"El método de Deming en la práctica"*, 1era edición. Colombia - Bogotá: Norma. ISBN: 958-04-7823-6.

Tesis:

Acrospoma Solis, I. Steven (2017): “Aplicación del Ciclo de Deming para mejorar la productividad en el área de producción de la empresa TECNIPACK S.A.C. ATE 2017”. Facultad de ingeniería, tesis para obtener el título de Ingeniero Industrial. Universidad Cesar Vallejo – Lima.

Alvarez Pincay, D.E. (2018): “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la sociedad abastecedora del mercado central de Jipijapa”, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas – Universidad Estatal del Sur de Manabi – UNESUM – Ecuador.

Burga Argandona, M.E. (2015): “Cultura Tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra 2014”, tesis para optar el título de Contador Público, realizado en la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Financieras de la Universidad San Martin de Porres – Lima.

Bonilla S, E.C. (2014): “La cultura tributaria como herramienta de políticas fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá”, realizado en la Universidad Nacional de Colombia – Facultad de Ciencias Económicas.

Cárdenas, Ana (2012): “La Cultura Tributaria en su grupo de actividad económica informal en la Provincia de Pichincha – Canton Quito”, utilizando las técnicas de encuesta personal a un grupo de contribuyentes informales.

Dávila C. A., Lopez, T., R. y Pisango L., F. (2016): “La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto”, año 2016, para optar el título

de Contador Público y realizado en la Universidad Nacional de San Martín, Facultad de Ciencias Económicas, escuela académica profesional de contabilidad.

Hernandez, Alvarez, M. Lucero (2016): “Estructura de un programa de mejora continua para una institución de educación superior”. Tesis de maestría. Universidad Iberoamericana de Puebla – México.

Jove Pucamayo Stephanie (2017): “Impacto del nivel de cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los trabajadores independientes del sector odontológico del distrito cerro colorado Arequipa 2016”, presentada para optar el título profesional de Contador Público y realizada en la Universidad Católica San Pablo – Facultad de Ciencias Económicas Empresariales y Humanas, escuela profesional de contabilidad.

Marín B., J. y Trauco, H. M. (2016): “Cultura Tributaria e influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del Código Tributario por los contribuyentes del Régimen General SUNAT – Cajamarca 2015”, para optar el título profesional de Contador Público, realizado en la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios carrera de contabilidad.

Martinez Morales, D.C. (2018): “Propuesta de mejoramiento continuo mediante la metodología Kaizen a la actividad de recepción de reciclaje parte del programa de autosostenimiento de la fundación Desayunitos creando huella – Colombia”

Osorio Sarmiento, Orlando (2017): “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016”, para optar el título profesional de Contador Público y realizado en la Universidad de Huánuco – Facultad de Ciencias Empresariales programa académico de Contabilidad y Finanzas.

- Reyes Lozano, Marlon Michael (2015): “Implementación del Ciclo de Mejora Continua Deming para incrementar la productividad de la empresa de calzados León en el año 2015”, Facultad de Ingeniería, escuela profesional de Ingeniería Industrial, tesis para título. Universidad Cesar Vallejo – Trujillo.
- Rojas Rivera. Raul Moises (2017): “Propuesta de implementación del Ciclo de Deming para la reducción de costos en el negocio de empaque de la empresa SUN CHEMICAL PERÚ S.A. para el año 2018”, tesis para título de ingeniería industrial, Facultad de Ingeniería. Universidad Privada del Norte Lima.
- Santa Maria Osorio Laura (2016): “Plan de mejoramiento continuo basado en el Ciclo de Deming para el servicio DEMUD LOGGING, prestado por la empresa UN”. Fundación Universidad de América, Facultad de Educación permanente y avanzada, especialización en gerencia de empresas, Bogotá DC – Colombia.
- Sotelo Hernandez, J.M. y Torres Valle, J.P. (2018): “Sistema de mejora continua en el área de producción de la empresa HERMOPLAS S.R.L. Ltda. Aplicando la metodología PHVA”. Universidad de San Martin de Porres, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela de Ingeniería Industrial, Lima – Perú.
- Tenorio Gastelo, Jorge (2017): “Conocimiento Tributario y su incidencia en el índice de evasión de impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Chiclayo – 2017”, para optar el grado de maestro en Ciencias con mención en tributación y asesoría fiscal, realizado en la Universidad Pedro Ruiz Gallo, escuela de Post Grado – maestría en Ciencias.
- Vásquez, Q.M. y Jimenez, S.L. (2015): “Análisis del Comportamiento tributario de los comerciantes en el sector público de la ciudad de Ocaña Norte de Santander”, tesis

para optar el título de contador público realizado en la Universidad Francisco de Paula Santander – Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

Revistas:

Alva, M. (2010). *Perspectiva Tributaria, conciencia tributaria en el Perú*. Obtenido de: http://blog.puep.edu.pe/blog/blog_de_manioalva/2010/03/05, la definición de conciencia tributaria y los mecanismos para lograrla.

Arias L. (2009), “*La Tributación directa en América Latina: Equidad y Desafíos*” – El caso de Perú; Comisión para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago – Chile. Obtenido de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5454/50900656_es.pdf.

Bravo, F. (2011). *Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria. Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria. Experiencia en el Perú CIAT, revista de Administración Tributaria, (31) págs. 1 – 13.*

Brenes (2000). *Seminario propuesta tributario para un nuevo siglo: Políticas y estructura tributaria actual*. San José – Costa Rica: Academia de Centro América.

Carpio, L. (2006). *Evasión Tributaria*. Lima – Perú: Colegio de Contadores Públicos de Lima.

Gálvez, J. (2007), *Fiscalización tributaria*. Lima – Perú: Contadores & Empresas.

Gómez, L. y Macedo J. (2008). La difusión de la Cultura Tributaria y su influencia en el Sistema Educativo Peruano. *Revista Investigación Educativa*, 12 – 21.

Jiménez, L; Gómez, J; Podesta, A. (2010); Evasión y equidad en América Latina. Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) recuperado de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/1163/3762/lcw309_es.pdf?sequence=1

Real Academia Española (2012) Diccionario de la lengua española, edición 222. Madrid, España: Real Academia Española, recuperado de: <http://Lema.rae.es/drae/>

Velarde, J.C. (2000). Estrategias educativas para el desarrollo de una “Cultura Tributaria” en América Latina. Revista del CLAD Reforma y Democracia, 12 – 14.

Otros documentos:

Decreto Supremo N°122-94-EF (2004) Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta – Lima – Perú.

Decreto Supremo N°133-2013-EF (2013) Texto Único Ordenado del Código Tributario – Lima – Perú.

Decreto Supremo N°179-2004-EF (2004), Texto Único Ordenado, de la Ley del Impuesto a la Renta.

Real Academia Española (RAE) (2015), Anuario, recuperado de: <http://www.rae.es>

Robles, C. (2008) Código Tributario, norma XII. PERÚ. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog7carmenrobles/2008/09/14/los-principios-constitucionales-tributarios/>

Roca, C. “Estrategias para la formación de la cultura tributaria. Asamblea General del Centro Interamericano de Administración Tributaria CIAT N°42 – Guatemala

(2008). Serie temática tributaria N°15 – Setiembre 2011, asistencia al contribuyente p.66).Recuperado de:

http://webadm.ciat.org/action.php?kt_path_info=ktcoreactions.document.view&documentId=4023.

Soler, O. Derecho Tributario – Económico – Constitucional – Sustancial – Administrativo – Penal. Buenos Aires - Argentina. Obtenido de:
<http://laley.com.ar/product/files/41127211/41127211.pdf>.

Texto Único Ordenado del Código Tributario – Decreto Supremo N° 133 – 2013 – EF,
Publicado el 22 – 06 – 2013.

ANEXOS

ANEXO 1

Calificación respecto a la validación del instrumento por Juicio de Expertos

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO - FILIAL JAEN
 FACULTAD DE: CIENCIAS EMPRESARIALES Y NEGOCIOS
 ESCUELA PROFESIONAL DE: CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

Apellidos y Nombres del experto NUÑEZ GUERRERO, Maynor

Título/grados:

Doctor	()
Magister	()
Licenciado	☒
Ingeniero	()

Institución en que labora:

SEMPCONT SAC

Fecha: 09/08/2017

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El Ciclo DE DEMANDA COMO INSTRUMENTO PARA EL MEJORAMIENTO DEL NIVEL DE AYUDA TRIBUTARIA EN LOS COMERCANTES DE MERCADO DE LA PROV. JAEN-2017

El instrumento de medición pertenece a la variable.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	☒		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el objeto de la investigación?	☒		
3	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	☒		
4	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	☒		
5	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	☒		
6	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	☒		
7	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	☒		
8	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	☒		
9	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	☒		
10	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	☒		
11	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	☒		
12	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	☒		
Total		☒	100%	

SUGERENCIAS:

Firma de experto:


Heyner Nuñez Guerrero
 PCC. SAT-44-3340
 COLEGIO COSTAVERDE PUBLICO LAMBAYEQUE

DR

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO - FILIAL JAÉN
 FACULTAD DE: Ciencias Empresariales y Negocios
 ESCUELA PROFESIONAL DE: Contabilidad y Tributación

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

Apellidos y Nombres del experto: Herrera Díaz Jairo R

Título/grados:

Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Institución en que labora:

Universidad Particular de Chiclayo - filial Jaén

Fecha: 15/08/2017

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El ciclo de vida como instrumento para el mejoramiento del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la provincia de Jaén 2017.

El instrumento de medición pertenece a la variable.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el objeto de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
4	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
6	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
7	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
8	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
9	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
10	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
11	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
12	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Total		100%		

SUGERENCIAS:

Firma de experto:


 Jairo R. Herrera Díaz
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO CERTIFICADO
 M.A. 12-703 CCPC.

DR

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO - FILIAL JAÉN
 FACULTAD DE: Ciencias empresariales y Negocios
 ESCUELA PROFESIONAL DE: Contabilidad y Tributación

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

Apellidos y Nombres del experto Jiménez Pasapera David

Título/grados:

Doctor	()
Magister	()
Licenciado	<u>20</u>
Ingeniero	()

Institución en que labora:

universidad Particular de chidayo - filial Jaén

Fecha: 21/08/2017

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El ciclo de DEMING como instrumento para el mejoramiento del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017

El instrumento de medición pertenece a la variable.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el objeto de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
4	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
6	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
7	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
8	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
9	¿ES diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
10	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
11	¿ES instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
12	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Total		100%		

SUGERENCIAS:

Firma de experto:


 CPC. David Jiménez Pasapera
 MAT. 566

DR

ANEXO 2

La validez y confiabilidad del instrumento se realizó según el siguiente detalle:

Validez:

A. Calificación de expertos (documento sustentatorio en Anexo N° 1).

N° de Preguntas	Número de Expertos			Sumatoria	%
	1	2	3		
1	70	89	85	244	81.33
2	68	72	88	228	76.00
3	80	91	72	243	81.00
4	75	88	78	241	80.33
5	60	72	73	205	68.33
6	77	88	90	255	85.00
7	75	73	93	241	80.33
8	90	82	95	267	89.00
9	69	89	86	244	81.33
10	78	80	92	250	83.33
11	84	76	85	245	81.67
12	62	90	81	233	77.67
13	70	92	79	241	80.33
14	90	88	85	263	87.67
15	94	73	88	255	85.00
16	85	80	80	245	81.67
17	75	84	73	232	77.33
TOTAL					1377.33
% promedio					81.02

LEYENDA:	
1	CPCC. Jairo R. Herrera Díaz
2	CPC. Heyner Nuñez Guerrero
3	CPC. David Jiménez Pasapera

Conclusión: Nivel de validez 81.02 %.

Confiabilidad:

A. Aplicación Prueba Piloto del Test

Ítem	Encuestado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	PROMEDIO
1	¿Considera usted obligatorio el cumplimiento del pago y declaración de los tributos?	3	1	1	3	4	2	1	2	2	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	2.70
2	¿Considera usted el pago y la declaración del monto real de los tributos?	5	3	3	2	5	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3.05
3	¿Considera usted necesario respetar las normas e instituciones tributarias?	1	1	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1	1	4	2.10
4	¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el estado?	3	2	2	3	1	2	1	1	3	2	3	1	3	2	3	3	2	1	1	2	2.05
5	¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2	3	2.15

6	¿La SUNAT es la institución que administra los tributos del país?	1	3	2	1	1	2	2	2	3	3	1	1	1	2	2	1	4	1	3	1	1.85
7	¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	1.75
8	¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?	1	2	1	3	2	3	3	4	2	4	2	2	2	2	1	2	4	1	1	2	2.20
9	¿Los informales pagan tributos?	4	3	3	5	3	4	3	2	2	2	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3.10
10	¿El pago del IGV es un gasto para mi empresa?	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	1	2	3	2.55
11	¿Cree usted que los tributos que se recaudan no benefician al país?	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	2	2	2	2.35
12	¿Existe una administración deficiente en la distribución equitativa de recursos del estado?	3	3	1	2	3	2	2	2	3	3	1	3	1	1	1	3	3	2	3	3	2.25

13	¿Percibe usted que el sistema tributario permite el desarrollo empresarial?	4	4	2	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3.80
14	¿Percibe usted que el estado cumple con un buen papel en la recaudación de tributos?	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4.15
15	¿Está usted dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2.45
16	¿Está usted dispuesto a colaborar con la SUNAT?	5	4	4	5	5	2	1	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3.80
17	¿Está usted dispuesto a participar de las charlas y capacitación que pudiera impartir la SUNAT?	2	4	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3.05

B. Aplicación Prueba Piloto del Retest

Ítem	Encuestado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	PROMEDIO
1	¿Considera usted obligatorio el cumplimiento del pago y declaración de los tributos?	3	2	3	3	4	4	4	3	2	2	2	4	3	4	2	4	2	4	4	3	3.10
2	¿Considera usted el pago y la declaración del monto real de los tributos?	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	2	3.10
3	¿Considera usted necesario respetar las normas e instituciones tributarias?	2	1	3	1	3	3	1	1	1	2	1	1	4	2	1	2	3	3	2	3	2.00
4	¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el estado?	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1.85
5	¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	4	3	4	1	2.25

6	¿La SUNAT es la institución que administra los tributos del país?	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1.90
7	¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2	1.85
8	¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	1	1	2	3	3	1	3	3	2.50
9	¿Los informales pagan tributos?	3	2	5	4	4	4	3	4	3	1	3	3	3	5	2	2	4	4	5	4	3.40
10	¿El pago del IGV es un gasto para mi empresa?	2	2	2	3	2	1	3	3	1	2	2	3	2	3	1	1	3	3	3	3	2.25
11	¿Cree usted que los tributos que se recaudan no benefician al país?	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2.05
12	¿Existe una administración deficiente en la distribución equitativa de recursos del estado?	2	2	2	4	3	2	1	2	4	1	2	4	2	3	4	2	2	1	2	3	2.40

13	¿Percibe usted que el sistema tributario permite el desarrollo empresarial?	3	2	3	4	5	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3.25
14	¿Percibe usted que el estado cumple con un buen papel en la recaudación de tributos?	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	2	5	4	4	4.05
15	¿Está usted dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?	3	2	3	2	3	2	1	1	2	3	4	2	5	1	3	2	3	2	1	2	2.35
16	¿Está usted dispuesto a colaborar con la SUNAT?	4	4	2	4	3	3	4	2	3	2	5	3	3	2	3	3	4	4	5	3	3.30
17	¿Está usted dispuesto a participar de las charlas y capacitación que pudiera impartir la SUNAT?	2	2	3	5	3	3	4	2	4	3	4	2	2	3	3	2	2	3	4	4	3.00

Dando como resultado, por aplicación del método de correlación de PEARSON, un valor de: $r = 0.93\%$ de confiabilidad.

Matriz de PEARSON para la aplicación del Test y Retest.

Conclusión: Nivel de Confiabilidad 0.93%.

	X	Y	X ²	Y ²	X.Y
1	2.70	3.10	7.29	9.61	8.37
2	3.05	3.10	9.30	9.61	9.46
3	2.10	2.00	4.41	4.00	4.20
4	2.05	1.85	4.20	3.42	3.79
5	2.15	2.25	4.62	5.06	4.84
6	1.85	1.90	3.42	3.61	3.52
7	1.75	1.85	3.06	3.42	3.24
8	2.20	2.50	4.84	6.25	5.50
9	3.10	3.40	9.61	11.56	10.54
10	2.55	2.25	6.50	5.06	5.74
11	2.35	2.05	5.52	4.20	4.82
12	2.25	2.40	5.06	5.76	5.40
13	3.80	3.25	14.44	10.56	12.35
14	4.15	4.05	17.22	16.40	16.81
15	2.45	2.35	6.00	5.52	5.76
16	3.80	3.30	14.44	10.89	12.54
17	3.05	3.00	9.30	9.00	9.15
SUMATORIA	45.35	44.60	129.26	123.95	126.01

FORMULA

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{17(126.01) - (45.35)(44.60)}{\sqrt{[17(129.26) - (45.35)^2][17(123.95) - (44.60)^2]}}$$

$$r = 0.93\%$$

ANEXO 3

DATA DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE LA PROVINCIA DE JAÉN 2017

	DIMENSIONES																					
	VALORES TRIBUTARIOS				CONOCIMIENTO TRIBUTARIO					CREENCIAS SOBRE TRIBUTACIÓN				PERSEPCION SOBRE LOS TRIBUTOS				ACTITUDES				
N° DE ENCUESTADO	1	2	3	PROMEDIO	4	5	6	7	8	PROMEDIO	9	10	11	PROMEDIO	12	13	14	PROMEDIO	15	16	17	PROMEDIO
1	4	5	1	3	2	3	3	2	3	3	4	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3
2	3	4	2	3	1	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	4	2	3
3	4	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	3	1	2	2	5	5	4	1	5	4	3
4	2	4	1	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	3
5	1	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	1	3	4	3	2	4	3	3
6	5	5	2	4	1	2	2	1	2	2	3	3	2	3	1	4	5	3	3	5	4	4
7	3	5	1	3	3	2	1	2	1	2	4	2	2	3	3	4	5	4	3	5	2	3
8	3	3	3	3	2	3	2	1	3	2	5	2	1	3	2	3	4	3	3	2	3	3
9	4	4	2	3	1	3	2	2	3	2	5	3	1	3	2	2	4	3	4	2	3	3
10	2	4	2	3	2	3	2	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3
11	1	3	1	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	4	3
12	3	2	1	2	1	2	3	1	2	2	4	3	1	3	4	4	5	4	2	4	5	4
13	2	4	2	3	1	3	2	3	1	2	4	2	3	3	3	5	4	4	1	4	4	3
14	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3	1	5	3	3

15	1	3	2	2	2	3	2	1	1	2	3	3	2	3	1	2	5	3	2	4	2	3
16	4	3	3	3	2	2	1	2	2	2	4	2	2	3	3	5	4	4	3	3	3	3
17	3	4	2	3	3	3	2	2	1	2	4	2	2	3	3	4	5	4	1	4	3	3
18	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	3	3	2	3	2	4	5	4	1	4	3	3
19	3	2	1	2	3	2	1	1	3	2	5	2	1	3	2	3	4	3	3	5	2	3
20	4	4	3	4	2	3	1	2	3	2	4	1	1	2	2	4	4	3	2	3	3	3
21	2	4	2	3	2	2	2	3	2	2	5	1	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3
22	1	4	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4	4	2	3	5	3
23	4	5	3	4	1	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	5	4	4
24	4	3	1	3	1	2	2	1	3	2	3	3	2	3	1	3	5	3	1	4	4	3
25	3	4	3	3	2	2	3	3	1	2	4	2	2	3	3	2	4	3	1	4	3	3
26	4	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	4	4	3
27	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2	3	2	5	4	4	1	2	3	2
28	3	3	1	2	2	2	1	1	2	2	4	3	1	3	2	2	4	3	1	2	2	2
29	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3
30	2	3	3	3	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3
31	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	1	3	2
32	2	3	1	2	2	3	2	1	3	2	3	1	2	2	4	3	4	4	2	3	4	3
33	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	3	3	3	4	5	4	3	4	3	3
34	2	2	2	2	1	2	3	1	4	2	2	3	1	2	2	5	4	4	2	3	3	3
35	2	3	3	3	1	2	2	1	4	2	2	3	3	3	2	4	5	4	2	4	4	3
36	2	3	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	1	3	4	3	3	2	3	3
37	4	4	4	4	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3
38	3	2	2	2	2	3	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	3
39	2	3	3	3	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3

40	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	5	3	4	5	4	4
41	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1	3	4	3	1	4	5	3
42	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	4	1	2	5	4	4	4	2	3	4	3
43	3	3	2	3	2	2	3	1	4	2	2	3	2	3	5	5	4	3	4	3	3
44	4	2	1	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	2	2
45	4	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	4	5	4	4	5	2	4
46	2	2	2	2	1	3	2	1	3	5	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3
47	4	2	3	3	3	2	1	2	2	5	3	3	4	1	3	5	3	3	4	3	3
48	3	3	4	3	2	2	1	3	1	3	2	2	2	2	3	4	3	5	3	2	3
49	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3
50	3	4	3	3	2	3	2	1	3	5	3	4	4	3	5	5	4	2	3	2	2
51	4	3	2	3	1	2	1	2	2	3	4	3	3	3	4	5	4	2	3	4	3
52	4	3	2	3	2	2	2	3	1	5	3	2	3	3	4	5	4	1	2	3	2
53	2	2	2	2	2	1	3	2	2	5	3	2	3	2	3	4	3	1	4	2	2
54	3	4	3	3	2	2	2	1	1	3	2	1	2	3	4	3	3	1	4	2	2
55	3	3	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	4	3	2	5	3	3
56	2	3	1	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3
57	2	4	2	3	2	2	1	3	1	2	2	3	2	3	5	5	4	2	4	3	3
58	4	2	3	3	1	2	2	2	3	3	1	2	2	2	4	4	3	3	3	4	3
59	3	4	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	1	4	3	3
60	3	3	1	2	1	2	3	2	1	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4	2	3
61	4	4	2	3	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2
62	5	3	3	4	2	2	2	1	2	4	2	3	3	2	3	4	3	2	5	4	4
63	4	3	2	3	3	1	2	1	1	3	3	4	3	1	4	4	3	3	4	4	4
64	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	4	5	4	3	3	3	3

65	2	2	3	2	2	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3
66	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	5	3	3	1	3	3	2
67	3	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	1	2	3	4	4	4	2	4	4	3
68	3	2	4	3	1	4	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	1	5	4	3
69	4	4	3	4	2	3	2	2	1	2	4	3	2	3	1	3	5	3	2	4	3	3
70	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	4	5	4	1	5	2	3
71	2	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	2	2	2	3	5	4	4	3	4	3	3
72	3	4	2	3	1	2	3	3	2	2	4	3	3	3	2	4	5	4	2	3	4	3
73	4	4	2	3	2	4	2	2	3	3	5	3	3	4	2	3	4	3	1	5	4	3
74	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	1	4	3	3
75	2	3	1	2	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3
76	2	3	2	2	1	2	1	1	2	1	4	3	3	3	2	3	5	3	2	2	3	2
77	3	2	3	3	2	1	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3
78	2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	3	4	2	3	1	3	2	2	3	2	3	3
79	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	1	3	2	2
80	2	4	3	3	4	3	4	2	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	4	3	3	3
81	3	3	2	3	1	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2
82	2	3	2	2	2	4	3	3	1	3	4	3	3	3	3	2	1	2	3	2	4	3
83	3	2	2	2	3	3	4	2	4	3	3	2	1	2	2	3	3	3	4	2	3	3
84	2	3	4	3	2	3	1	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2
85	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	2
86	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3
87	3	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	1	2
88	2	3	2	2	3	4	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2	4	3	1	2	4	2
89	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3

90	3	4	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	
91	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	
92	2	3	2	2	3	2	4	3	2	2	4	2	3	1	3	2	2	2	3	2	
R (máx. – mín.)	4	3	3		3	3	3	3	3		4	3	3		4	3	4		4	4	4
X (prom. De los 92 comerc.)	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3

- $\sum R = 4 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 4 + 3 + 3 + 4 + 3 + 4 + 4 + 4 + 4 = \frac{58}{17} = PR = 3.4117647.$

- $\sum X = 3 + 2 + 3 + 3 + 3 = \frac{14}{5} = XP = 2.80 = 3.$

ANEXO 4

FACTORES DE LOS GRÁFICOS DE CONTROL PARA DETERMINAR LOS LÍMITES DE CONTROL

TAMAÑO DE MUESTRA	A₂	D₃	D₄
2	1.880	0	3.267
3	1.023	0	2.575
4	0.729	0	2.282
5	0.577	0	2.115
6	0.483	0	2.004
7	0.419	0.076	1.924
8	0.373	0.136	1.864
9	0.337	0.184	1.816
10	0.308	0.223	1.777
12	0.266	0.284	1.716
14	0.235	0.329	1.671
16	0.212	0.364	1.636
18	0.194	0.392	1.608
20	0.180	0.414	1.586
22	0.167	0.434	1.566
24	0.157	0.452	1.548

ANEXO 5

FORMATOS DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

Facultad de Ciencias Empresariales y Negocios

Escuela Profesional de Contabilidad y Tributación

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (X), la celda que considere en su respuesta, respecto a cada pregunta.

DIMENSIÓN 1.- VALORES TRIBUTARIOS.

N° de Ítem	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN				
		Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Indiferente (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
1	¿Considera usted obligatorio el cumplimiento del pago y declaración de los tributos?					
2	¿Considera usted el pago y la declaración del monto real de los tributos?					
3	¿Considera usted necesario respetar las normas e instituciones tributarias?					

DIMENSIÓN 2.- CONOCIMIENTOS TRIBUTARIOS.

N° de Ítem	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN				
		Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Indiferente (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
4	¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el estado?					
5	¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?					
6	¿La SUNAT es la institución que administra los tributos del país?					
7	¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?					
8	¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?					

DIMENSIÓN 3.- CREENCIAS SOBRE LA TRIBUTACIÓN.

N° de Ítem	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN				
		Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Indiferente (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
9	¿Los informales pagan tributos?					
10	¿El pago del IGV es un gasto para mi empresa?					
11	¿Cree usted que los tributos que se recaudan no benefician al país?					

DIMENSIÓN 4.- PERCEPSIONES SOBRE LOS TRIBUTOS.

N° de Ítem	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN				
		Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Indiferente (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
12	¿Existe una administración deficiente en la distribución equitativa de recursos del estado?					
13	¿Percibe usted que el sistema tributario permite el desarrollo empresarial?					
14	¿Percibe usted que el estado cumple con un buen papel en la recaudación de tributos?					

DIMENSIÓN 5.- ACTITUDES.

N° de Ítem	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN				
		Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Indiferente (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
15	¿Está usted dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?					
16	¿Está usted dispuesto a colaborar con la SUNAT?					
17	¿Está usted dispuesto a participar de las charlas y capacitación que pudiera impartir la SUNAT?					

ANEXO 6

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

El Ciclo de Deming como instrumento para el Mejoramiento del Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de los Mercados de la Provincia de Jaén 2017

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera se puede lograr elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, por medio de un plan de mejoramiento continuo basado en el Ciclo de Deming? PROBLEMAS ESPECÍFICOS - ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria que ostentan actualmente los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017?	OBJETIVO GENERAL Diseñar una propuesta de un programa de mejora continua basado en el Ciclo de Deming para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017. OBJETIVOS ESPECÍFICOS – Determinar el nivel de conocimiento tributario que ostentan los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017. – Identificar los factores determinantes del nivel de cultura tributaria que están bajo o fuera de control, utilizando la metodología de	HIPÓTESIS GENERAL La aplicación de un plan de mejoramiento utilizando el Ciclo de Deming, permitirá elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS - El nivel de conocimiento tributario que ostentan los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, es bajo. - La mayoría de los factores determinantes del nivel de cultura tributaria en los	VARIABLE INDEPENDIENTE Ciclo de Deming VARIABLE DEPENDIENTE Nivel de cultura tributaria INDICADORES ✓ Responsabilidad ✓ Justicia ✓ Ética ✓ Deberes y Derechos ✓ Idoneidad tributaria ✓ Sobre administración tributaria ✓ Normatividad ✓ Acciones ilícitas ✓ Cumplimiento del pago de tributos ✓ Deducciones tributarias	TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica – Descriptiva - Cuantitativo DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Diseño No Experimental – Transversal POBLACIÓN Conformada por los propietarios (y/o administradores) de los comercios de los mercados de la Ciudad de Jaén, que son administrados por la MPJ, BPJ y otros de autogestión que agrupa

- ¿Qué factores determinantes del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, están bajo o fuera de control? - ¿Qué actividades de mejoramiento continuo para el proceso de conducta tributaria, basado en el Ciclo de Deming mejorará el nivel del mismo en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017?	control estadístico de proceso en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017. – Proponer actividades de mejoramiento continuo usando el ciclo de Deming para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.	comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017, están fuera de control. -La realización de actividades de mejoramiento continuo usando el Ciclo de Deming permitirá elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la Provincia de Jaén 2017.	✓ Fin social de reducción de tributos ✓ Distribución equitativa de recursos por parte de la administración tributaria ✓ Impresión sobre fines de normativa tributaria ✓ Nivel de eficiencia en la recaudación tributaria ✓ Interés por aprendizaje en materia tributaria ✓ Colaboración con la administración tributaria ✓ Participación en eventos de información	aproximadamente N=1879, constituyendo una población finita. MUESTRA Constituida por un subconjunto significativo y representativo de comerciantes miembros de la población aludida, y que en aplicación de la fórmula se obtiene un tamaño de muestra N=92 para trabajarlo con muestreo estratificado, en proporción al número de comerciantes de cada uno de los mercados. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Técnica: La encuesta Instrumento: Cuestionario ESTADISTICA A UTILIZAR
---	---	--	---	---

				Análisis descriptivo simple, presentación de tablas de frecuencias y gráficos de barras
--	--	--	--	--

Fuente: *Elaboración propia.*