

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS



LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL BANCO DE
CRÉDITO DEL PERÚ, REGION SUR, PERÍODO 2017

TESIS

PRESENTADO POR:

BACH. TATIANA MIRELLA BRAVO MAZUELOS

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PUBLICO CON MENCIÓN EN AUDITORIA

ASESORADA POR:

MAG. DANIEL CHINO AROCUTIPA

TACNA – PERÚ

2019

ACTA DE CONFORMIDAD DE INFORME FINAL DE TESIS

“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, REGIÓN SUR, PERIODO 2017”

DE LA BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

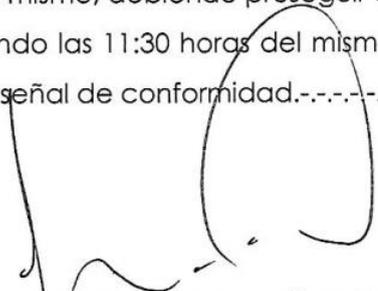
BRAVO MAZUELOS, Tatiana Mirella

Siendo las 11:00 horas del día veintiséis de junio del año dos mil diecinueve, se reunieron en el ambiente de la Oficina del Decanato de la Facultad de Ciencias Empresariales; los miembros del Jurado Dictaminador, designado mediante Resolución de Decanato N° 108-2018-UPT-FACEM/D, de fecha 28.03.2019:

- Presidente : Dr. WINSTON ADRIAN CASTAÑEDA VARGAS
- Secretaria : Dra. ORIETTA MABEL BARRIGA SOTO
- Vocal : Mag. GERARDO RENATO ARIAS VASCONES

En la revisión de la Tesis acerca de las observaciones realizadas por los miembros del jurado, fueron levantadas cada una de ellas, dando visto bueno del mismo, debiendo proseguir con los trámites siguientes.

Siendo las 11:30 horas del mismo día, se levantó la presente reunión, firmando en señal de conformidad.-----



Dr. WINSTON ADRIAN CASTAÑEDA VARGAS



Dra. ORIETTA MABEL BARRIGA SOTO



Mag. GERARDO RENATO ARIAS VASCONES



Bach. TATIANA MIRELLA BRAVO MAZUELOS

DEDICATORIA

Posiblemente en este momento no entiendas mis palabras, pero para cuando seas capaz, quiero que te des cuenta de lo que significas para mí. Eres la razón de que me levante cada día esforzarme por el presente y el mañana, eres mi principal motivación

Como en todos mis logros, en esta has estado presente.

Muchas Gracias hijo.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre lo que se incluye este. Me formaron con reglas y algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerza para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi hermana por estar siempre a mi lado y apoyarme como amiga.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
INDICE GENERAL.....	iii
INDICE DE TABLAS	v
INDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRAC	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2.1. Problema Principal	14
1.2.2. Problemas secundarios.....	14
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.4. OBJETIVOS	16
1.4.1. Objetivo General	16
1.4.2. Objetivos Específicos	16
1.5. HIPÓTESIS	16
1.5.1. Hipótesis general	16
1.5.2. Hipótesis específicas	17
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	18
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
2.2. BASES TEÓRICAS	20
2.2.1. Bases teóricas sobre Cultura Tributaria	20
2.2.2. Bases teóricas sobre Responsabilidad Social.....	34
2.3. DEFINICION DE CONCEPTOS BÁSICOS.....	44
CAPITULO III METODOLOGÍA.....	47
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	47
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	47
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	48

3.3.1.	Población.....	48
3.3.2.	Muestra.....	48
3.4.	VARIABLES E INDICADORES	50
3.4.1.	Identificación de la variable cultura tributaria	50
3.4.2.	Identificación de la variable responsabilidad social.....	51
3.5.	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	52
3.5.1.	Instrumentos	52
3.5.2.	Validación de los instrumentos	53
3.6.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	54
CAPITULO IV RESULTADOS		56
4.1.	DESCRIPCIÓN DE TRABAJO DE CAMPO	56
4.2.	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LOS RESULTADOS	57
4.2.1.	Descripción estadística de los datos de la variable cultura tributaria 57	
4.2.2.	Análisis estadístico de los indicadores de la cultura tributaria	57
4.2.3.	Análisis estadístico de los datos de la variable responsabilidad social 64	
4.3.	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	71
4.3.1.	Verificación de hipótesis específicas	71
4.3.2.	Verificación de hipótesis general	78
CAPITULO V CONCLUSIONES		80
CAPITULO VI RECOMENDACIONES		82
CAPITULO VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		84
CAPITULO VIII APENDICE.....		87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Gerencia de la región Sur.....	48
Tabla 2 Operacionalización de la variable cultura tributaria	50
Tabla 3 Escala de valoración de cultura tributaria	50
Tabla 4 Operacionalización de la variable responsabilidad social.....	51
Tabla 5 Escala de valoración de responsabilidad social	51
Tabla 6 Relación de indicadores – ítems de cultura tributaria	52
Tabla 7 Relación de indicadores – ítems de cultura tributaria	53
Tabla 8 Alpha de Cronbach del instrumento para cultura tributaria.....	54
Tabla 9 Alpha de Cronbach del instrumento para responsabilidad soccial	54
Tabla 10 Media y desviación típica del indicador de moral tributaria.....	57
Tabla 11 Puntuación total del indicador de moral tributaria.....	57
Tabla 12 Estadístico de los ítems del indicador moral tributaria	57
Tabla 13 Escala de valoración el indicador moral tributaria	58
Tabla 14 Media y desviación típica del indicador de normas tributarias.....	58
Tabla 15 Puntuación total del indicador de norma tributaria.....	59
Tabla 16 Estadístico de los ítems del indicador norma tributaria	59
Tabla 17 Escala de valoración del indicador norma tributaria.....	59
Tabla 18 Media y desviación típica del indicador de riesgo de ser detectado	60
Tabla 19 Puntuación total del indicador de norma tributaria.....	60
Tabla 20 Estadístico de los ítems del indicador de riesgo de ser detectado.....	61
Tabla 21 Escala de valoración el indicador de riesgo de ser detectado	61
Tabla 22 Resumen estadístico de los indicadores de cultura tributaria	62
Tabla 23 Escala de valoración de cultura tributaria	63
Tabla 24 Prueba de normalidad para norma tributaria.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 25 Media y desviación típica del indicador de excelencia de la atención....	64
Tabla 26 Puntuación total del indicador de excelencia de la atención.....	64
Tabla 27 Estadístico de los ítems del indicador de excelencia de la atención	65
Tabla 28 Escala de valoración del indicador excelencia de la atención	65
Tabla 29 Media y desviación típica del indicador relaciones comunitarias.....	66

Tabla 30 Puntuación total del indicador relaciones comunitarias.....	66
Tabla 31 Estadístico de los ítems del indicador de relaciones comunitarias	67
Tabla 32 Escala de valoración el indicador relaciones comunitarias.....	67
Tabla 33 Media y desviación típica del indicador acciones sociales	68
Tabla 34 Puntuación total del indicador acciones sociales	68
Tabla 35 Estadístico de los ítems del indicador de acciones sociales.....	69
Tabla 36 Escala de valoración el indicador acciones sociales	69
Tabla 37 Resumen de la variable responsabilidad social.....	70
Tabla 38 Escala de valoración de responsabilidad social	70
Tabla 39 Prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov para responsabilidad social	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 40 Relación Moral Tributaria y Responsabilidad Social	73
Tabla 41 Relación Normas Tributaria y Responsabilidad Social	75
Tabla 42 Relación entre riesgo tributario y responsabilidad social	77
Tabla 43 Relación entre cultura tributaria y responsabilidad social	79

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de Cultura tributaria	63
Figura 2. Nivel de responsabilidad social	71

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo establecer la relación que existe entre las variables cultura tributaria y Responsabilidad social en los colaboradores del Banco de Crédito Región Sur.

En la presente investigación se desarrolló un diseño de estudio correlacional. La muestra estuvo constituida por 45 trabajadores de la institución financiera entre contratados y nombrados, se tomó la encuesta al personal que laboró durante la aplicación de la encuesta. Respecto a los datos obtenidos, se aplicó una encuesta comprendida por 24 preguntas; 12 para el cuestionario N° 1 y de 12 preguntas para el cuestionario N° 2.

Respecto a los resultados obtenidos, se logró establecer que existe una relación alta y significativa entre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad Social, tal como lo demuestran los coeficientes de correlación V de Cramer (0.78), (0,62), (0.63), (0,57) , y la prueba de significatividad en el Banco de Crédito del Perú Región Sur en el período 2017.

En conclusión, la investigación contiene evidencias estadísticas que permite determinar que existe relación alta y significativa entre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad Social que se practica en el Banco de Crédito del Perú Región Sur.

Palabras claves: Cultura tributaria, moral tributaria, normas tributarias, riesgo tributario, Responsabilidad Social, excelencia de la atención, relaciones comunitarias y acciones sociales.

ABSTRAC

The objective of this research work is to establish the relationship between the tax culture and social responsibility variables in the employees of Banco de Credito southern region.

In the present investigation a correlational study design was developed. The sample was constituted by 45 workers of the financial institution between contracted and appointed, the survey was taken to the personnel that worked during the application of the survey. Regarding the data obtained, a survey was applied comprising 24 questions; 12 for questionnaire No. 1 and 12 questions for questionnaire No. 2.

Regarding the results obtained, it was established that there is a high and significant relationship between the Tax Culture and Social Responsibility, as demonstrated by the correlation coefficients V de Cramer (0.78), (0.62), (0.63), (0.57), and the significance test in the Banco de Credito del Peru Southern Region in the 2017 period.

In conclusion, the research contains statistical evidence that allows determining that there is a high and significant relationship between the Tax Culture and Social Responsibility that is practiced in the Banco de Credito del Peru Souhtern Region.

Keywords: Tax culture, tax morale, tax regulations, tax risk, Social Responsibility, excellence of attention, community relations and

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años las personas han compartido y vivido constantemente la preocupación por el desarrollo de nuevos escenarios empresariales y sociales; razón por la cual, surge la necesidad de realizar una investigación sobre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad Social. Frente a ello, toda organización que genere una actividad productiva o preste servicios diversos requiere de la aprobación de la sociedad para cumplir con su rol de identificarse con sus potenciales consumidores; sin embargo, existen tiempos de conflicto político, económico y social, que impide hacer las cosas bien.

La cultura tributaria, viene cobrando una vigencia en el ámbito corporativo financiero, razón por la cual, se requiere conocer a profundidad sus teorías y alcances a favor de la integración humana y de la sociedad en general; hoy frente a tales desafíos, se requiere formar y tomar conciencia de los productos contables que se orienten a potencializar la profesión, pro con un valor agregado que permita generar una mayor conciencia de cómo está el mundo por descuido de nosotros mismos.

Bajo este escenario se hace presente la Responsabilidad Social, con toda una serie de propuestas en función de mejorar básicamente la calidad de vida de quienes no tienen con que defenderse y protegerse. Por tal razón, urge la participación determinante del Estado, las empresas, las universidades y la población, a fin sentarse en una mesa de diálogo y extraer conclusiones que permitan darle solución a las diversas exigencias que demandan las

comunidades a las empresas.

En el capítulo I se desarrolló el problema a investigar, los objetivos centrales y específicos, la justificación y relevancia del tema y las respectivas hipótesis, en el capítulo II, se abarcó el marco teórico, que contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas de las variables y las definiciones de los conceptos básicos de la investigación.

En el capítulo III se desarrolló del marco metodológico de la investigación, estableciendo el tipo y diseño de la investigación, los indicadores de las variables, la población y la muestra investigada, fuentes de información y el procesamiento y técnicas de recolección de datos.

Por último, el capítulo IV abarcó el análisis e interpretación de los resultados encontrados, el cual se hizo por indicadores para cada una de las variables; el contraste de las hipótesis definidas, las conclusiones y recomendaciones alcanzadas.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

En los últimos años las políticas y acciones de la cultura tributaria han cobrado importancia tanto en el Perú como a nivel internacional. Actualmente, adoptar medidas de responsabilidad social implica que las organizaciones realicen esfuerzos en temas de carácter social y ambiental, de modo que la responsabilidad social sea parte fundamental del desarrollo sostenido de una comunidad, debiendo organizar programas de acciones destinadas a la generación de valor económico y bienestar social.

La responsabilidad social apoyada en una cultura tributaria consciente del rol empresarial se ve favorecida con la receptibilidad de una comunidad que considera que se siente apoyada e identificada con el sector productivo. En esta línea se encuentran las entidades financieras como los bancos que vienen realizando esfuerzos para cumplir con este propósito; en este ámbito de responsabilidad social el Banco de Crédito del Perú viene asumiendo un compromiso solidario para formar parte de una cultura de apoyo e inversión social, asumiendo el reto de contribuir con mejorar la calidad de vida de los sectores menos favorecidos en la actual coyuntura económica.

Asimismo, la contabilidad como ciencia de la información empresarial a lo largo de su historia ha buscado siempre satisfacer los requerimientos de los usuarios internos y externos, procesando los recursos básicos como: el

capital y los recursos humanos, sin tomar en cuenta que la empresa es una unidad económica de un subsistema social que está obligada además de ello en administrar con responsabilidad social dichos recursos que conllevan al cumplimiento de las aspiraciones y demandas de la colectividad, por lo que actualmente es imperativo preguntarse como contadores públicos:

¿Cómo la cultura tributaria genera un impacto en la responsabilidad social derivadas de sus actividades? Situación que exige absolver que existe un inadecuado tratamiento del rol de la responsabilidad social, más aún, si está presente la necesidad de conocer cómo se da la excelencia de la atención que consolida a toda una organización, así como el cumplimiento de las normas tributarias y el riesgo de ser detectad y sancionado por la administración tributaria.

De lo anteriormente señalado, es la cultura tributaria a la que se le atribuye el comportamiento de la responsabilidad social, por tal razón, se hace necesario conocer como la filial del Banco de Crédito del Perú en la Región Sur valora la relación que se presenta entre la responsabilidad social con la moral tributaria que desarrolla como institución, así como la relación que mantiene con las normas tributarias que orientan su accionar en el sistema financiero y finalmente que relación presenta con el riesgo de ser detectado y sancionado si no cumple con las exigencias del sistema financiero.

De no conocer a profundidad como la cultura tributaria se relaciona con la Responsabilidad social de la Banco de crédito del Perú Región Sur, se espera que persista el desconocimiento acerca de las normas tributarias en nuestra sociedad.

En consecuencia, al describir esta situación crítica, se hace imprescindible valorar la cultura tributaria para comprender como se desarrolla la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur el que es motivo de estudio, a fin de que la comunidad se beneficie con el compromiso social que asume la entidad bancaria.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema Principal

¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y la responsabilidad social en el Banco de Crédito del Perú, Región Sur en el período 2017?

1.2.2. Problemas secundarios

- ¿Cómo se relaciona la moral tributaria con la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú Región Sur, período 2017?
- ¿Cómo se relacionan las normas tributarias con la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú Región Sur, período 2017?
- ¿Cuál es la relación entre el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria y la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú Región Sur, período 2017?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del ámbito teórico, se tomará en cuenta los resultados de la investigación los que contribuirán tanto con la teoría en el campo de la cultura tributaria, así como con la teoría referente a la responsabilidad social, lo que ha de permitir una mejor comprensión de ambos conceptos en forma sistematizada y posibilitar un mejor conocimiento científico respecto a las necesidades reales que demanda toda comunidad.

Uno de los objetivos que persigue la administración tributaria es concientizar a la ciudadanía referente al cumplimiento de las obligaciones tributarias, a través de asistencia, capacitación y difusión, por tal razón, el presente estudio de investigación pretende determinar cuál es relación que existe entre la cultura tributaria y la responsabilidad social, para ello implica la participación y compromiso de las empresas que quieren crecer económicamente y posicionarse socialmente en un contexto ampliamente competitivo (Montoya & Martínez, 2012).

En relación con la teoría, metodología utilizada, procedimientos, técnicas e instrumentos empleados en la investigación, y una vez demostrada su validez y confiabilidad podrán ser tomados como referentes en posteriores trabajos de investigación.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación existente entre la cultura tributaria y la responsabilidad social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur, período 2017.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Precisar la relación que existe entre la moral tributaria con la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.
- Establecer la vinculación que existe entre las normas tributarias con la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.
- Determinar la relación que existe entre el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria y la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la cultura tributaria con la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú Región Sur, período 2017.

1.5.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación alta y significativa entre la moral tributaria con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.
- Existe una relación alta y significativa entre las normas tributarias con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.
- Existe una relación alta y significativa entre el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria y la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En Lima, Escobar (2015) en el trabajo de investigación denominado "Responsabilidad Social Empresarial como medio de rentabilidad y competitividad", determina que las empresas son creadas para satisfacer las demandas de los consumidores, he ahí el fundamento esencial de la responsabilidad social empresarial (RSE), que en buena cuenta resulta ser el producto de las acciones y proyectos que realiza la empresa a favor de las personas y de su entorno, y sin dejar de lado su fin lucrativo.

En Lima, Zapata (2012) en su tesis titulada "Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad a relación entre la responsabilidad social y la satisfacción laboral" concluye que la responsabilidad social empresarial relativamente es un ámbito poco explorado en términos legales, pero no en lo práctico, debido a que varias empresas suelen practicar programas filantrópicos, considerando alianzas con las comunidades o participando con grupos de empresarios. Con el avance de las inversiones y la economía, surge la necesidad de que las empresas rindan cuentas de sus actividades sociales, puesto que estas empiezan a darles beneficios a nivel corporativo. (pág. 90).

En Colombia, en el trabajo de investigación titulado “Ser o Aparentar la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial”, las autoras Vergara y Vicaría (2009) concluyen que: la Responsabilidad Social Empresarial, representa uno de los fenómenos sociales y de la práctica empresarial más significativa para la sociedad, las comunidades y los estados, pues se convierte en una oportunidad de generar transformaciones sociales posibles con el apoyo corresponsable de las empresas y cambios culturales en pro del desarrollo humano. Ante la incapacidad del Estado de llevar a cabo este cambio únicamente a través de sus acciones, la atención se concentra en las empresas, protagonistas en todo el sentido de la palabra de la realidad nacional, quienes desde sus acciones tienen una gran capacidad de llegar a las comunidades y los contextos de operación, contribuyendo a generar bienestar. (Vergara & Vicaría, 2009, pág. 23).

En Venezuela, la investigación presentada por Mencik y Silvestri (2007) en su tesis “Responsabilidad Social y crecimiento empresarial en el sector bancario venezolano: análisis cuantitativo”. La muestra fue de cinco bancos venezolanos, se arriba a la conclusión que después de finalizar la muestra reduciendo a cinco bancos universales y comerciales se logró determinar que existe algún tipo de relación entre Responsabilidad Social y crecimiento empresarial del Sector Bancario Nacional.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Bases teóricas sobre Cultura Tributaria

Se entiende por Cultura a todo lo que recuerda el ser humano cuando olvida todo lo que aprende día a día de la realidad, de su entorno, de todo lo que le enseñaron, asumiendo que se le comprende como un modo de vida, conocimientos, conductas y actitudes adquiridas que funcionan en forma automática, aparentemente natural y/o no premeditada.

Con relación a la cultura tributaria se trata de ver el sentido cotidiano respecto a la evasión y la fiscalidad, ya que no solo se trata de un conjunto de ingresos y gastos estatales, sino, de la manera como se materializa la escala de valores de una sociedad. *“La cultura de la evasión impositiva, así como de la omisión de los mecanismos de solidaridad y remoción de las desigualdades injustas, es una costumbre, aparentemente determinista y compartida”* (Rodríguez, 2011, pág. 2).

Metodológicamente, estudiar la cultura tributaria implica preguntarse sobre lo que la gente recuerda, pero prestando atención fundamentalmente a lo que aprendió y que olvido, aquello que dan por supuesto y que tiene un efecto en lo que recuerdan, dicen y hacen. Entonces, se puede señalar que la cultura tributaria es una pluralidad de conocimientos, valoraciones y actitudes relacionadas a la tributación, y conectada con el ámbito de las creencias respecto a los deberes y derechos que se desprende para las personas activas y pasivas de esa interrelación.

2.2.1.1. La Cultura Tributaria

Según lo establecido por (Bonilla, 2014) Menciona que la Cultura Tributaria es la agrupación de valores y actitudes que incentivan el cumplimiento de las obligaciones tributarias que a cada ciudadano le corresponden como deber y derecho” (pág. 23).

La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones, es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos. La falta de cultura tributaria lleva a la evasión. (Silva, 2011, pág. 56)

Lo señalado por los autores citados implica comprender que la cultura tributaria es un concepto que implica un conocimiento pleno del contexto de tributario, es decir, de los procesos legales y técnicos que todo contador debe conocer para optimizar su rol en la sociedad.

2.2.1.2. Dimensiones de la cultura tributaria

En cuanto a las dimensiones de la cultura tributaria es importante señalar que se deben considerar los procesos y las normas sociales que rigen el orden de los tributos. Las normas sociales se refieren al conjunto de creencias, costumbres y tradiciones relacionado con la forma en que las personas asumen un determinado comportamiento y que están sujetas a sanciones sociales informales (los mismos que representan los costos morales).

Como dimensiones de la cultura tributaria se deben considerar a las siguientes:

A. La justicia redistributiva o moral tributaria

Referida a la percepción de progresividad en el Sistema Tributario y de relaciones de intercambio equilibrado o favorable para el contribuyente.

B. La equidad en la distribución de la carga fiscal

Si la población percibe que las normas legales referidas a la tributación son de orden equitativo es decir que: a mayores ingresos, la tasa del tributo aumenta y a menores ingresos la tasa del tributo disminuye, seguramente estarán de acuerdo con esta medida en razón que se debe pagar más impuesto por parte de quien más tiene.

C. La reciprocidad

Es la otra norma social que impacta favorablemente sobre la conciencia tributaria. Se la define como “la cooperación que ofrece la persona con la condición de recibir algo a cambio. Cuando un individuo actúa bajo esta norma, responde a los actos de otros en la misma manera en que ha sido tratado” (Mogollón, 2014, pág. 23).

La reciprocidad está en función de la cultura ciudadana, la misma que se le define como el conjunto de costumbres y reglas que son compartidas y que generan un sentimiento de pertenencia, favorecen la convivencia y fomentan el respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos. (Ferrari L., 2017, pág. 25).

D. La tributación basada en valores

“El valor es aquella cualidad que una persona le otorga a otro individuo, hecho u objeto”. Es ético cuando se sustenta en el aspecto moral como fuente para aplicarse a nivel social o por cada individuo. La relación social consiste en el respeto mutuo entre las personas y además el respeto por el ambiente en el cual convivimos y nos desenvolvemos día a día (Sunat, Conciencia Tributaria, 2012, pág51).

Los principales valores éticos relacionados a la tributación son:

- a. Honestidad: Declaro mis impuestos con veracidad.

- b. Transparencia: Declaro todos los ingresos obtenidos.
- c. Solidaridad: Cumpló con mis obligaciones tributarias en beneficios de mi sociedad.
- d. Respeto: Honro mi compromiso con mi país, a través de mi cumplimiento tributario
- e. Puntualidad: Cumpló con mis obligaciones tributarias en los plazos previstos (SUNAT, 2012, pág. 51).

E. Las normas tributarias

Las normas tributarias constituyen un conjunto de disposiciones que deben cumplirse para lograr las mejores condiciones de que el Estado sea favorecido en la recaudación de impuestos y logre cumplir con su rol económico con la sociedad a la cual se debe.

F. Riesgo de ser detectados y sancionados por la Administración tributaria.

Una de las preocupaciones de todo contribuyente es cumplir con sus obligaciones tributarias, especialmente quienes asumen servicios del sistema financiero y poder acrecentar sus negocios. La detección como evasor de impuestos acarrea una serie de sanciones y como se sabe puede llegar hasta el cierre definitivo del giro de un negocio. Por tal razón, los comerciantes y personas que dispongan de un negocio, deben alinearse a los que estable la norma tributaria para evitar sanciones.

2.2.1.3. La importancia de la cultura tributaria

Todo Estado para cumplir con su rol y afrontar sus gastos, debe disponer de recursos, los mismos que se obtienen mediante los diferentes procedimientos que están normados en principios legales constitucionales. Entre los diversos aportes para todo gobierno, se encuentran los tributarios como fuentes de ingreso del Estado, y éstos son aquellos que el Estado obtiene mediante el ejercicio de su mandato imperativo por un sistema democrático que otorga el poder al gobernante de turno, es decir, que todo lo señalado anteriormente a través de leyes se crean obligaciones orientado a los contribuyentes.

El pago de los impuestos puede llevarse a cabo utilizando la presión u obligación o apelando a la razón. La fuerza se pone de manifiesto en el contexto legal y en su cumplimiento de carácter obligatorio, en tanto, que la razón sólo puede estar dada por una Cultura Tributaria con bases sólidas. En el Perú la cultura tributaria aun no despegar en los niveles deseados por la economía informal que prevalece, sin embargo, se continúa haciendo esfuerzos para lograr estándares que garanticen una tributación eficiente.

2.2.1.4. La cultura tributaria entorno de una sociedad responsable

La cultura tributaria es un campo de responsabilidad que involucra a toda la sociedad, que implica asumir todo lo concerniente a la obligación tributaria, el de crear conciencia frente a la necesidad que los tributos no sólo son una obligación fiscal, sino, un deber de todo

contribuyente de todo ciudadano para poder alcanzar un progreso sostenido y un desarrollo para el país. La tributación se debe apreciar en el eficiente uso de los fondos público en obras de beneficio a la sociedad.

Una verdadera y auténtica cultura tributaria se crea con conciencia, responsabilidad, transparencia y visión social que ha de nacer e instaurarse en cada uno de los entes recaudadores a través del principio de equidad, a fin de que puedan extrapolarse y asumirse como una visión compartida entre los diversos actores de la relación jurídico-tributaria, tomando conciencia de los deberes y responsabilidades de manera compartida y, fundamentado en la justicia social a la que se suele apelar (Castillo & Castillo, 2016, pág. 159).

Se debe continuar insistiendo que la auténtica cultura tributaria es aquella que hace posible que el contribuyente conscientemente cumpla de manera voluntaria con sus obligaciones tributarias.

2.2.1.5. Factores influyentes de la cultura tributaria en el contribuyente

De acuerdo con la literatura revisada según Arrieta e Infante (2016) los factores que influyen en el comportamiento de cada contribuyente son a saber tres:

a. La moral Tributaria

“La moral tributaria es un factor determinante en la mejora del

cumplimiento tributario en la medida en que haya una variedad de políticas tributarias, además de la coacción, que ayuden a reducir el fraude fiscal” (Tekeli, 2011, pág. 12).

La moral tributaria se ve afectada por otros factores como la cultura tributaria, la equidad percibida del sistema tributario y la confianza en el Estado, por lo que estos factores ayudarán en el análisis con el fin de determinar en qué medida pueden influir en la aceptación por parte del contribuyente de sus responsabilidades y, sobre todo, si motivan su sentido de responsabilidad para pagar impuestos. Por otro lado, la moral tributaria, responde a una necesidad de servicio transparente y trascendente para con la comunidad, siendo la responsabilidad social, uno de los componentes más representativos para lograr una identidad entre el sector empresarial financiero y la sociedad.

b. Normas Sociales

El aporte de normas sociales contribuye a definir la conducta de los individuos y fortalecen lo que es bueno o malo, más allá incluso de lo que establezcan la Constitución Política o las leyes, y tienen validez siempre que los individuos consideren que un determinado comportamiento es visto por la sociedad como algo positivo o negativo.

Desde el momento en que forman parte de esa sociedad,

aceptan de manera directa o indirecta las responsabilidades, los deberes y los derechos que regulan la convivencia social, ya que como seres sociales tienden a interactuar y compartir con otras personas, lo que origina el intercambio de experiencias, conocimientos, puntos de vista, etc., relacionados con el modo de dirigir sus vidas y hasta las obligaciones que tienen por el hecho de formar parte de un Estado (Arrieta & Infante, 2016).

Estas normas sociales se materializan en dos variables: la influencia de personas cercanas y la tolerancia a la informalidad como factores que también influyen en las decisiones tributarias de los contribuyentes. Definitivamente las normas sociales van a generar una determinada conducta en los contribuyentes debido principalmente a la corriente de opinión que se presente con una mayor tendencia relacionado con la parte tributaria de una población.

Riesgo percibido de ser detectado y sancionado por la Administración Tributaria. En la actualidad, el modelo de sistema tributario, similar a la mayoría de las administraciones tributarias, considera a las sanciones y las fiscalizaciones como las dos principales herramientas para reducir la evasión.

La presencia activa de ambas constituye para los contribuyentes la posibilidad de lograr los incentivos económicos que los conducirán a cumplir o evadir los

impuestos, siempre y cuando perciban que las posibilidades de ser detectados y sancionados sean altas o bajas (Ferrari J., 2014).

2.2.1.6. Factores fundamentales de la cultura Tributaria

a. La moral tributaria

“La moral tributaria es un factor determinante en la mejora del cumplimiento tributario en la medida en que haya una variedad de políticas tributarias, además de la coacción, que ayuden a reducir el fraude fiscal” (Tekeli, 2011, pág. 12).

La moral tributaria se ve afectada por otros factores como la cultura tributaria, la equidad percibida del sistema tributario y la confianza en el Estado, por lo que estos factores ayudarán en el análisis con el fin de determinar en qué medida pueden influir en la aceptación por parte del contribuyente de sus responsabilidades y, sobre todo, si motivan su sentido de responsabilidad para pagar impuestos. Por otro lado, la moral tributaria, responde a una necesidad de servicio transparente y trascendente para con la comunidad, siendo la responsabilidad social, uno de los componentes más representativos para lograr una identidad entre el sector empresarial financiero y la sociedad.

b. Normas sociales tributarias

El aporte de normas sociales tributarias contribuye a definir la conducta de los individuos y fortalecen lo que es bueno o malo, más allá incluso de lo que establezcan la Constitución Política o las leyes, y tienen validez siempre que los individuos consideren que un determinado comportamiento es visto por la sociedad como algo positivo o negativo.

Desde el momento en que forman parte de esa sociedad, aceptan de manera directa o indirecta las responsabilidades, los deberes y los derechos que regulan la convivencia social, ya que como seres sociales tienden a interactuar y compartir con otras personas, lo que origina el intercambio de experiencias, conocimientos, puntos de vista, etc., relacionados con el modo de dirigir sus vidas y hasta las obligaciones que tienen por el hecho de formar parte de un Estado (Arrieta & Infante, 2016).

Estas normas sociales se materializan en dos variables: la influencia de personas cercanas y la tolerancia a la informalidad como factores que también influyen en las decisiones tributarias de los contribuyentes. Definitivamente las normas sociales van a generar una determinada conducta en los contribuyentes debido principalmente a la corriente de opinión que se presente con una mayor tendencia relacionado con la parte tributaria de una población.

c. Riesgo percibido de ser detectado y sancionado por la Administración Tributaria

En la actualidad, el modelo de sistema tributario, similar a la mayoría de las administraciones tributarias, considera a las sanciones y las fiscalizaciones como las dos principales herramientas para reducir la evasión.

La presencia activa de ambas constituye para los contribuyentes la posibilidad de lograr los incentivos económicos que los conducirán a cumplir o evadir los impuestos, siempre y cuando perciban que las posibilidades de ser detectados y sancionados sean altas o bajas
(Ferrari J., 2014).

Existe en el común de los comerciantes, empresarios un temor por el riesgo natural de sus bienes a comercializar, en razón que las disposiciones o reglas de juego a veces se tornan inestables, generando inseguridad y desconcierto en los hombres de negocio. Se requiere fomentar una cultura de seguridad en la inversión tanto pública como privada para generar confianza y seguridad en el sector comercial, especialmente el sistema bancario.

2.2.1.7. El sistema tributario

Se suele comprender que el sistema tributario es el conjunto de normas legales que crean y regulan la tributación.

Cotidianamente, en la vida del ser humano, ocurren hechos de diferente naturaleza que la ley moderna los considera algunos de ellos como hechos civiles (por ejemplo, el nacimiento, la muerte, el matrimonio), a otros como hechos penales (por ejemplo, la apropiación ilícita, la defraudación, el homicidio) y también existen los hechos económicos (por ejemplo, la celebración de un contrato de comercio, la venta de un bien, el pago de un salario). (Instituto de Administración Tributaria y Aduanera, 2012).

El sistema tributario del Perú presenta una característica que se adecúa a todo modelo económico de coyuntura. A continuación, se describen los principios constitucionales del sistema tributario del Perú:

a. Principio de legalidad

Los tributos deben tener su origen en la ley como expresión de la voluntad soberana la que es emitida por el Congreso, como representante del pueblo.

b. Principio de reserva de ley

Este principio significa que el ámbito de la creación, modificación, derogación o exoneración de tributos puede ser regulado únicamente por medio de una Ley. El reglamento de la ley

contendrá cuestiones instrumentales o de detalle que no afecten la reserva de ley.

c. Principio de igualdad.

Se refiere a que nadie puede ser exonerado del impuesto por alguna condición personal y que todo aquel que cae en los supuestos que generan la obligación de pagar impuestos, entonces debe pagarlo.

Este principio de igualdad se complementa con la exigencia de una igualdad real la que es perfectamente compatible con la progresividad del impuesto que está referida a tratar del mismo modo a los iguales y de manera diferente a los que presentan una capacidad económica distinta.

La expresión “igual” en materia impositiva no se refiere al tributo mismo, sino al sacrificio económico que debe hacer quien lo paga.

Cada miembro de la sociedad debe asumir el pago de los impuestos de manera que ellos sean iguales en cuanto al sacrificio económico que deben asumir.

d. Principio de causalidad

Este fundamento señala que para que un gasto se considere deducible, debe cumplir necesariamente con el denominado principio de causalidad; esto se refiere a que todo ingreso debe estar relacionado con un gasto cuya causa sea la obtención de dicha renta o el mantenimiento de su fuente productora.

e. Principio de efecto no confiscatorio.

Dado que la tributación implica que el ciudadano entregue al Estado una parte de su patrimonio, en cumplimiento al principio de legalidad, se ha establecido el criterio de efecto no confiscatorio de los tributos, bajo el cual se limita el poder de imperio del Estado y, por tanto, su potestad tributaria para afectar significativamente la capacidad contributiva del ciudadano.

f. Respeto de los derechos fundamentales de la persona.

Ninguna norma legal o administrativa de naturaleza tributaria puede violar las garantías constitucionales de la persona: igualdad ante la ley, derecho al secreto y a la inviolabilidad de las comunicaciones; derecho a contratar con fines lícitos; derecho a la propiedad y a la herencia; derecho a la legítima defensa; no hay prisión por deudas y a no ser procesado por acto u omisión que no esté previamente calificado en la ley como infracción punible ni sanción no prevista en la ley, aplicable en los delitos tributarios.

2.2.2. Bases teóricas sobre Responsabilidad Social

El concepto de responsabilidad social empresarial se puede definir como:

“Un compromiso empresarial, fruto de la participación voluntaria, en el bienestar social y medioambiental, relaciones laborales, comerciales, productivas y comunicacionales, constituye la intención de un negocio,

más allá de sus obligaciones legales y económicas, para hacer las cosas correctas y actuar de modo que beneficie a la sociedad". (Coulter, 2010, pág. 93).

2.2.2.1. La Responsabilidad social en el contexto actual

En el contexto actual, se impone la era de la globalización, toma como factor estratégico a la responsabilidad social empresarial como un elemento clave para el desarrollo de la comunidad y de la propia organización, en tal sentido, es oportuno señalar que el rol de tal entidad le compete a los profesionales de la contabilidad como uno de los principales gestores de los canales de información empresarial, los mismos que están obligados a cubrir estos nuevos objetivos y funciones derivados de la ampliación de la sensibilización social con el fin de dar a conocer cómo está actuando la empresa o ente económico en relación al entorno socioeconómico que lo rodea.

2.2.2.2. Ventajas de la Responsabilidad social en las organizaciones

En cuanto a las ventajas de la responsabilidad social corporativa, se puede hacer mención a la existencia de siete aspectos a destacar de los autores Augurto y Valarezo (2013) que son los siguientes:

- a. Mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados.
- b. Fortalecimiento de la imagen de marca y la reputación
- c. Mejora del desempeño financiero

- d. Favorece el acceso al capital
- e. Reduce los costos operativos
- f. Incrementa la calidad y la productividad
- g. Aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas.

La responsabilidad social en las organizaciones es una oportunidad de mostrar el valor de una empresa en el ámbito social, económico y de salud (Agurto & Valarezo, 2013, pág. 21)

Otra de las ventajas que encierra la responsabilidad social está referida a la identificación y preservación de la cultura, en razón que se toma plena conciencia de mantener viva la historia que enriquece las tradiciones y costumbres de una comunidad.

2.2.2.3. La responsabilidad social en entidades bancarias

No hace mucho tiempo que se venía considerando al sector bancario como un sector neutral con escaso impacto medioambiental y social si se le compara con el sector industrial. En la actualidad las entidades bancarias son conscientes que una deficiente gestión referente a los riesgos medioambientales y sociales tanto internos como externos, representan una seria amenaza para su negocio. La preocupación en relación al comportamiento de sus clientes es cada vez más constante, y esto se comprueba en las decisiones de préstamos e inversión, que promueven a través de estrategias que buscan un mejor

comportamiento sostenible en el sector privado.

Esto supone que la responsabilidad social corporativa (RSC), en el sector bancario no se limite exclusivamente a acciones sociales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también una orientación estratégica y operativa que considere los intereses y las expectativas de sus diversos grupos de interés o stakeholders (Muñoz, Izquierdo, & De la Cuesta, 2004).

Cada vez más las empresas perciben que su responsabilidad social no está limitada exclusivamente a las acciones sociales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que ésta implica una orientación estratégica y operativa que considera los intereses y las expectativas de sus diversos *stakeholders*. La responsabilidad social, por tanto, pasa por la interacción y el diálogo fluido con los diversos públicos de la empresa tales como colaboradores, trabajadores, consumidores y clientes, accionistas, proveedores y por tener en cuenta su impacto en el medio ambiente y en la sociedad en general, garantizando el respeto a los derechos humanos.

El comportamiento organizacional bancario, se decía en páginas anteriores, los establece y determinan los grandes entramados legales, que diseñan algunas instituciones (SHCP, CONDUSEF, CNBV, CNSF), sin embargo, la forma o manera en que la organización realiza sus qué hacerse organizacionales, los determina ella misma.

2.2.2.4. Principios contables socialmente responsables

Los principios de contabilidad se pueden comprender en el siguiente aporte:

Toda empresa debe cumplir con ciertos aspectos en la preparación de información contable, en tal caso, los principios de contabilidad generalmente aceptados constituyen un marco normativo de la contabilidad, a fin de conferir objetividad a los estados financieros, representa un conjunto de lineamientos y normas en la gestión que se realiza, de modo que la información contable refleje la verdadera situación económica del ejercicio contable. (Campos, 2014, pág. 23).

Se consideran 15 principios de contabilidad generalmente aceptados (P.C.G.A) aprobados por la VII conferencia Interamericana de Contabilidad y la VII Asamblea nacional de graduados en ciencias económicas en Mar del Plata en 1965:

- a. **Equidad:** La información contable debe ser preparada de manera imparcial de manera que refleje la verdadera situación económica de la empresa sin mediar intereses propios de la misma o de terceros. (Ferrari J., 2014).
- b. **Partida doble:** Es el método que se utiliza para registrar las operaciones, mediante la igualdad de sumas

que figuran el debe y el haber. (Campos, 2014).

- c. Ente:** Se trata de la organización dedicada a la generación de ingresos, este principio establece un supuesto de que el patrimonio de la empresa se independiza del patrimonio personal del propietario, considerado como un tercero.
- d. Bienes económicos:** Se refiere a los bienes materiales e inmateriales que posee la empresa que son susceptibles de ser valuados en términos económicos.
- e. Moneda común denominador:** Los estados financieros deben ser representados bajo términos que permitan su agrupación y comparación. En Perú de acuerdo con la normativa vigente la contabilidad se lleva en moneda nacional.
- f. Empresa en marcha:** Se refiere a la permanencia de la organización en la continuidad sus actividades económicas sin interrupción y no será liquidado en un futuro, salvo existan situaciones como pérdidas e insolvencia.
- g. Valuación al costo:** Establece que los activos adquiridos deben ser valuados al costo de adquisición o producción.
- h. Periodo:** Significa dividir la empresa en marcha en

periodos uniformes de tiempo, para poder evaluar los resultados por razones administrativas, legales o fiscales.

- i. Devengado:** Se refiere a que todo ingreso y egreso nace en la etapa de compromiso, considerándose ese instante como incremento o decremento patrimonial, se considera una obligación que aún no ha sido pagada o un derecho que aún no ha sido cobrado.
- j. Objetividad:** Las variaciones en el activo, pasivo y patrimonio deben ser representados formalmente en los registros contables en el momento en que suceda los hechos.
- k. Realización:** Establece que la transacción económica debe ser asentada en los registros solo cuando se haya perfeccionado la operación que la origina de acuerdo a la norma vigente en el país.
- l. Prudencia:** Establece como deben interpretarse los ingresos o egresos que no hayan establecido una valoración específica y justificada, en casos que se tuviera dos valores por aplicar, se debe optar por el valor más bajo.
- m. Uniformidad:** Indica que los métodos y normas contables deben ser tratados uniformemente durante el

ejercicio contable, porque de lo contrario alteraría los rubros de los estados financieros, haciendo impracticable la comparación de los rubros de un periodo a otro.

- n. Significancia e importancia relativa:** Establece que se debe reconocer y presentar la situación económica de acuerdo a su importancia, un hecho es importante cuando la variación de una cifra puede afectar la decisión del gerente.
- o. Exposición:** Los estados financieros deben ser preparados de forma tal que contenga información necesaria no ocultando hechos ni exagerando de detalles en la información a efectos de no distorsionar la información.

2.2.2.5. Factores influyentes en la responsabilidad social bancario

a. Excelencia de la atención

Este concepto permite hacer una reflexión sobre cómo debería ser la atención al consumidor, y cuál debe ser los modelos a seguir a fin de garantizar la rentabilidad de la organización.

La excelencia de la atención se refiere específicamente a disponer de las mejores condiciones al ofertar un bien o servicio, de modo tal, que el consumidor inmediatamente

logre identificarse con la propuesta de servicio que se le ofrece. (Ferrari L., 2017, pág. 20).

Por consiguiente, atender oportunamente y con la calidad que el servicio o producto requiera, es altamente probable que se logre la fidelización del cliente.

Un cliente fidelizado, asegura un ingreso en el corto tiempo y se puede proyectarlo como futuro cliente. Por esta razón, se requiere una capacitación permanente para lograr los objetivos en el corto y mediano plazo.

En consecuencia, toda organización debe realizar esfuerzos por brindar una atención a cliente asegurando su participación y permanencia en el negocio.

b. Relaciones comunitarias

Las relaciones comunitarias constituyen un factor fundamental para el acercamiento y participación activa de una comunidad hacia una empresa, dónde se quiere pretender destacar los valores esenciales del ser humano.

Las Relaciones Comunitarias, como un aspecto de la dimensión externa de la responsabilidad social, es el proceso mediante el cual las empresas establecen, mantienen y fortalecen los vínculos con las poblaciones del entorno y sus autoridades, bajo determinados principios que tienen que ver con las prácticas

sostenible en los aspectos ambientales, sociales y compromiso con el desarrollo local. Esta relación está basada en el respeto de las costumbres, creencias, reglas de convivencia, que expresan la cultura local. El respeto a los recursos naturales como tierra, fuentes de agua, aire, biodiversidad, deidades, y demás recursos es un tema central en ésta relación. Por ello, las relaciones comunitarias es la expresión de la filosofía empresarial, es decir, el compromiso global con un enfoque de sostenibilidad que tienen las empresas.

(Pérez, 2012, pág. 6).

Las relaciones comunitarias son un indicador básico de la responsabilidad social para toda interacción empresa – comunidad.

c. Acciones sociales

Las acciones sociales, constituyen la iniciativa que surge de las empresas para lograr una relación duradera y de confianza orientada hacia la comunidad, de modo tal que se logren los objetivos planteados en torno a los planes de desarrollo y beneficio económico compartido con la sociedad, se pretende establecer una inversión con relación a las necesidades que demande la comunidad y que sean sostenibles en el tiempo y calidad de vida.

Las acciones sociales son los programas orientados por parte de la organización hacia la comunidad, que se

traducen en proyectos de inversión social a largo plazo en beneficio mutuo entre la organización y la sociedad.

(Ferrari J., 2014, pág. 12).

Las acciones sociales, representan la voluntad empresarial para compensar los recursos naturales que pertenecen a una comunidad y que se requiere hacer uso de ellos para una determinada producción de bienes y servicios. Toda acción social en el ámbito de la responsabilidad social, requiere de una comunicación abierta y sincera, dónde se pretende generar un beneficio mutuo y compartir el resultado de tales acuerdos y se dé un proceso de interacción que logre una rentabilidad empresarial y social.

2.3. DEFINICION DE CONCEPTOS BÁSICOS

a. Acciones sociales

Se denomina así al conjunto de programas sociales que surge de una empresa privada o pública con el propósito de realizar una inversión social y satisfacer una demanda de la comunidad y que le genere una mejor calidad de vida.

Las acciones sociales requieren de una comunicación para el desarrollo de forma amplia y participativa para lograr un buen entendimiento entre la comunidad y la empresa, de modo tal, que se logren acuerdo que beneficien mutuamente a los actores de estos sucesos de carácter social, ambiental, económico y educativo.

b. Cultura tributaria

La cultura tributaria se entiende como la preservación de las tradiciones costumbres de la evolución tributaria a través del tiempo, considerando los valores personales y contables para lograr un propósito de bienestar social

c. Excelencia de la atención

Procedimiento de cumplir de manera óptima con los clientes o consumidores, considerando los estándares para la prestación de un servicio o de un bien en las mejores condiciones posibles. (Campos, 2014).

d. Moral tributaria

La moral tributaria se define, como la predisposición o más bien la motivación intrínseca que tiene los ciudadanos para cumplir con el deber de la presentación de los impuestos. (Gutierrez, 2011, pág. 29)

e. Normas tributarias

Constituyen el conjunto de disposiciones de carácter económico contable que delinear y establecen a cabalidad las obligaciones y derechos de las personas sujetas a tales lineamientos en cuanto a sus tributos. Las normas tributarias, en el Perú requieren permanentemente ser modificadas en razón a la tremenda informalidad que se presenta actualmente en el Perú.

f. Riesgo

Probabilidad de asumir un desastre financiero, en términos contables de responsabilidad social, significa el compromiso de asumir responsabilidades que acarrearán cierto peligro. (Ferrari L., 2017, pág. 15).

g. Relaciones comunitarias

Las Relaciones Comunitarias son un conjunto de procedimientos de carácter económico, administrativo y social que pretende desde una óptica ética y deontológica establecer un nexo con una determinada comunidad para lograr un bienestar común para ambos.

CAPITULO III

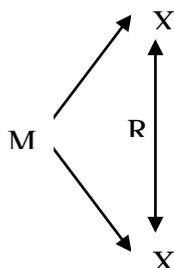
METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es básico, porque el trabajo de investigación está orientada a aportar un nuevo conocimiento al campo de la ciencia empresarial, buscando determinar el nivel de relación que existe entre la cultura tributaria y la responsabilidad social en el Banco de crédito Región Sur.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es no experimental, correlacional, puesto que ninguna variable fue alterada; y de características de corte transversal, dado que la recolección de los datos se efectuará en un momento del tiempo. (Hernández y otros, 2014); siendo el esquema:



M : Muestra

X₁ : Variable “Cultura tributaria”

X₂ : Variable “Responsabilidad social”

R : Relación entre variables

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La unidad de estudio abarca a las 45 gerencias que se desempeñan en el Banco de Crédito del Perú Región Sur, se tomará al gerente de cada agencia.

3.3.2. Muestra

En vista que la población es pequeña, las gerencias de la región sur, esta se tomara como la muestra. Por tanto, $N = n = 45$. Muestreo no probabilístico por conveniencia de la investigación.

Tabla 1
Gerencia de la región Sur

NRO	CODIGO AGENCIA	AGENCIA	AREA	REGION
1	215000	AREQUIPA	PROVINCIAS 2	SUR 1
2	215002	CAYMA	PROVINCIAS 2	SUR 1
3	215003	LA MERCED	PROVINCIAS 2	SUR 1
4	215004	LA NEGRITA	PROVINCIAS 2	SUR 1
5	215005	PARQUE INDUSTRIAL	PROVINCIAS 2	SUR 1
6	215006	SAN CAMILO	PROVINCIAS 2	SUR 1
7	215009	UMACOLLO	PROVINCIAS 2	SUR 1
8	215010	BUSTAMANTE Y RIVERO	PROVINCIAS 2	SUR 1
9	215011	MALL AVENTURA PLAZA	PROVINCIAS 2	SUR 1
10	215013	CERRO COLORADO	PROVINCIAS 2	SUR 1
11	215014	MARIANO MELGAR	PROVINCIAS 2	SUR 1
12	215015	SIGLO XX (030)	PROVINCIAS 2	SUR 1
13	215017	SOCABAYA	PROVINCIAS 2	SUR 1
14	215022	JACOBO HUNTER	PROVINCIAS 2	SUR 1
15	200000	ABANCAY	PROVINCIAS 2	SUR 2
16	205000	ANDAHUAYLAS	PROVINCIAS 2	SUR 2
17	285000	CUSCO	PROVINCIAS 2	SUR 2

18	285003	DIAGONAL	PROVINCIAS 2	SUR 2
19	285005	LARAPA	PROVINCIAS 2	SUR 2
20	285006	LA CULTURA	PROVINCIAS 2	SUR 2
21	285008	HUYRUOPATA	PROVINCIAS 2	SUR 2
22	285009	URUBAMBA	PROVINCIAS 2	SUR 2
23	485000	PUERTO MALDONADO	PROVINCIAS 2	SUR 2
24	505000	QUILLABAMBA	PROVINCIAS 2	SUR 2
252	533000	SICUANI	PROVINCIAS 2	SUR 2
26	285011	REAL PLAZA CUSCO	PROVINCIAS 2	SUR 2
27	250000	CAMANA	PROVINCIAS 2	SUR 3
28	251000	EL PEDREGAL	PROVINCIAS 2	SUR 3
29	385000	ILO	PROVINCIAS 2	SUR 3
30	385001	TOWN SITE	PROVINCIAS 2	SUR 3
31	405000	JULIACA	PROVINCIAS 2	SUR 3
32	405003	SAN ROMAN	PROVINCIAS 2	SUR 3
33	405005	JAUREGUI	PROVINCIAS 2	SUR 3
34	425000	MOLLENDO	PROVINCIAS 2	SUR 3
35	430000	MOQUEGUA	PROVINCIAS 2	SUR 3
36	495000	PUNO	PROVINCIAS 2	SUR 3
37	540000	TACNA	PROVINCIAS 2	SUR 3
38	540002	BOLOGNESI	PROVINCIAS 2	SUR 3
39	540004	ALTO DEL ALIANZA - TACNA	PROVINCIAS 2	SUR 3
40	220000	AYACUCHO	PROVINCIAS 2	SUR CHICO
41	220002	MARISCAL CÁCERES	PROVINCIAS 2	SUR CHICO
42	255000	CAÑETE	PROVINCIAS 2	SUR CHICO
43	255001	IMPERIAL	PROVINCIAS 2	SUR CHICO
44	255002	MALA	PROVINCIAS 2	SUR CHICO
45	315000	CHINCHA	PROVINCIAS 2	SUR CHICO

Fuente: elaboración propia

3.4. VARIABLES E INDICADORES

3.4.1. Identificación de la variable cultura tributaria

3.4.1.1. Operacionalización de la variable cultura tributaria

Tabla 2
Operacionalización de la variable cultura tributaria

Definición conceptual	Indicadores
La cultura tributaria está referida al conocimiento y aplicación de la moral tributaria, las normas tributarias y los riesgos de ser detectado y sancionado por la administración tributaria. (Ferrari L., 2017, pág. 25)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Moral tributaria 2. Normas tributarias 3. Riesgo de ser detectado

Fuente: Elaboración propia

3.4.1.2. Escala de valoración de la variable cultura tributaria

Tabla 3
Escala de valoración de cultura tributaria

Niveles	Puntajes
Fuerte cultura tributaria	45 - 60
Moderada cultura tributaria	29 - 44
Débil cultura tributaria	12 - 28

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Identificación de la variable responsabilidad social

3.4.2.1. Operacionalización de la variable responsabilidad social

Tabla 4
Operacionalización de la variable responsabilidad social

Definición conceptual	Indicadores
<p>La responsabilidad social constituye el compromiso solidario con la comunidad generando una excelente atención, el establecimiento de relaciones comunitarias y las acciones sociales que demande la población afecta a la organización.</p> <p>(Ferrari L. , 2017, pág. 28).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excelencia de la atención 2. Relaciones comunitarias 3. Acciones sociales

Fuente: Elaboración propia

3.4.2.2. Escala de valoración de la variable

Tabla 5
Escala de valoración de responsabilidad social

Niveles	Puntajes
Optima responsabilidad social	45 - 60
Regular responsabilidad social	29 - 44
Deficiente responsabilidad social	12 - 28

Fuente: Elaboración propia

3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. Instrumentos

A los gerentes del Banco de Crédito del Perú Región Sur se les aplicó un cuestionario para determinar su percepción sobre la cultura tributaria y la responsabilidad social, con la finalidad de conocer su relación.

3.5.1.1. Encuesta sobre cultura tributaria

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta, en lo que respecta al instrumento fue el cuestionario. El cuestionario fue diseñado para obtener la percepción que tienen los colaboradores sobre la importancia de la cultura tributaria que se desarrolla en la gestión financiera del BCP. Para la elaboración del cuestionario se realizó sobre la base de la operacionalización de la variable, en el cual se consideró los tres indicadores y los doce ítems que corresponden a la estructura de la variable.

Tabla 6
Relación de indicadores – ítems de cultura tributaria

Variable	Indicadores	Ítem
Cultura tributaria	Moral tributaria	1,2,3,4
	Normas tributarias	5,6,7,8
	Acciones sociales	9,10,11,12,

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

3.5.1.2. Encuesta sobre responsabilidad social

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta, en lo que respecta al instrumento fue el cuestionario. El cuestionario fue diseñado para obtener la percepción de los gerentes del BCP, respecto de la responsabilidad social que se percibe en la institución. Para la elaboración del cuestionario se realizó sobre la base de la operacionalización de la variable, en el cual se consideró tres indicadores y los doce ítems que corresponden a la estructura de la variable.

Tabla 7
Relación de indicadores – ítems de cultura tributaria

Variable	Indicadores	Ítem
Responsabilidad social	Excelencia en la atención	1,2,3,4
	Relaciones comunitarias	5,6,7,8
	Acciones sociales	9,10,11,12,

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

3.5.2. Validación de los instrumentos

La validez en términos de Chávez (2007), define a la validez como la eficacia con que un instrumento mide lo que pretende el investigador, es decir, la validez de una escala va estar relacionada con la confiabilidad del instrumento.

En base al estadístico de Alpha de Cronbach (cuya valoración oscila entre 0 y 1), se determinó la confiabilidad de los instrumentos utilizados, que mientras más cercano al valor de 1 implica que el instrumento es más confiable (dispersión de respuestas baja). A través del software

estadístico SPSS 24,0 se obtuvo el reporte de confiabilidad de los instrumentos aplicados, obtenidos de la Prueba Piloto efectuada a los colaboradores del BCP. El reporte de presenta a continuación en las tablas 8 y 9 respectivamente.

Tabla 8
Alpha de Cronbach del instrumento para cultura tributaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.895	12

Fuente: Reporte del SPSS 24,0

El valor obtenido de 0.895 refleja que la fiabilidad del instrumento “Cultura tributaria” es adecuada.

Tabla 9
Alpha de Cronbach del instrumento para responsabilidad social

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.905	12

Fuente: Reporte del SPSS 24,0

El valor obtenido de 0.905 representa que la fiabilidad del instrumento “Responsabilidad social” es adecuada.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

a. Para la descripción previa de las variables

Se utilizó la estadística descriptiva y la inferencial. Se hará uso de tablas de distribución de frecuencias y figuras estadísticas. Para el análisis se aplicó la media aritmética y la desviación estándar

b. Para la medición de la relación entre variables

Se utilizó el estadístico “Chi” cuadrado y el coeficiente “V” de Cramer para determinar el grado de relación.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. DESCRIPCIÓN DE TRABAJO DE CAMPO

En lo que refiere a la información del trabajo de campo, se procedió a aplicar los instrumentos a los gerentes del Banco de Crédito Región Sur de acuerdo a un plan de trabajo que se desarrolló, según las condiciones y los permisos que se dieron para la administración de los cuestionarios respectivos.

El proceso de trabajo de campo fue planificado y organizado para su correcta ejecución. Previamente se validaron los instrumentos para posteriormente tenerlos listos para su administración. El trabajo de sistematización y análisis de la información implicó labores de trabajo metodológico y de aplicación de protocolo de investigación, para hacer factible la validez externa los resultados de la investigación.

El trabajo de campo abarcó un tiempo aproximado de un mes, tiempo que significó preparar y sistematizar la información de los cuestionarios aplicados.

4.2. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LOS RESULTADOS

4.2.1. Descripción estadística de los datos de la variable cultura tributaria

4.2.2. Análisis estadístico de los indicadores de la cultura tributaria

Tabla 10

Media y desviación típica del indicador de moral tributaria

Indicador	Media	Desviación típica
Moral tributaria	4.39	0.95

Tabla 11

Puntuación total del indicador de moral tributaria

Indicador	Sumatoria
Moral tributaria	17.56

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

Tabla 12

Estadístico de los ítems del indicador moral tributaria

Ítems	Media	Desv. Típica
La Moral tributaria favorecen a los programas de responsabilidad social del BCP	4.51	.927
La Moral tributaria requieren adecuarse a las acciones de responsabilidad social del banco	4.63	.953
La Moral tributaria contribuyen con un mejor registro de acciones en Responsabilidad social	4.28	.970
La Moral tributaria del banco promueven la responsabilidad social para la comunidad local	4.14	.964

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

Tabla 13
Escala de valoración el indicador moral tributaria

Niveles	Puntajes
Adecuada moral tributaria	13 – 20
Inadecuada moral tributaria	4 - 12

Interpretación

Observando los resultados de las tablas 10, 11, 12 y 13 que representan el comportamiento del indicador moral tributaria, se revela que la media de los ítems es (4.39) expresan una tendencia positiva mayor a la media, con una dispersión (0.95) muy baja que refleja la homogeneidad entre las respuestas. Asimismo, se observa que la sumatoria de las medias de los ítems alcanza el valor de 17.56 puntos, que se ubica en la escala de (13-20), lo cual significa que los colaboradores perciben que la gestión del Banco de Crédito del Perú muestra una adecuada moral tributaria, caracterizada por su adecuación de las acciones hacia la responsabilidad social.

Tabla 14
Media y desviación típica del indicador de normas tributarias

Indicador	Media	Desviación típica
Normas tributarias	4.55	0.95

Tabla 15
Puntuación total del indicador de norma tributaria

Indicador	Sumatoria
Norma tributaria	18.20

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

Tabla 16
Estadístico de los ítems del indicador norma tributaria

Ítems	Media	Desv. Típica
Las Normas tributarias de la Responsabilidad social contribuye a fomentar la responsabilidad social	4.57	.925
Las Normas tributarias del banco considera siempre programas de responsabilidad social	4.38	.970
Las Normas tributarias estimula la participación del personal en responsabilidad social	4.64	.964
Las Normas tributarias , promueve una mejor imagen corporativa del banco en la comunidad	4.61	.932

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

Tabla 17
Escala de valoración del indicador norma tributaria

Niveles	Puntajes
Adecuadas manejo de normas tributarias	13 – 20
Inadecuado manejo de normas tributarias	4 – 12

Interpretación

Observando los resultados de las tablas 14, 15, 16 y 17 que representan el comportamiento del indicador normas tributarias, se revela que la media de los ítems es (4.55) expresan una tendencia positiva mayor a la media, con una dispersión (0.95) muy baja que refleja la homogeneidad entre las respuestas. Asimismo, se observa que la sumatoria de las medias de los ítems alcanza el valor de 18.20 puntos, que se ubica en la escala de (13-20), lo cual significa que los colaboradores perciben que la gestión del Banco de Crédito del Perú muestra un adecuado manejo de las normas tributarias caracterizada por la participación del personal en la responsabilidad social.

Tabla 18
Media y desviación típica del indicador de riesgo de ser detectado

Indicador	Media	Desviación típica
Riesgo de ser detectado	4.56	0.96

Tabla 19
Puntuación total del indicador de norma tributaria

Indicador	Sumatoria
Riesgo de ser detectado	18.26

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

Tabla 20
Estadístico de los ítems del indicador de riesgo de ser detectado

Ítems	Media	Desv. Típica
El Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria de decisiones es oportuna para realizar acciones de responsabilidad social	4.51	.927
El Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria es planificado y coordinado con los beneficiarios de la comunidad	4.69	.958
La entidad bancaria asume el Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria en base a una comunicación con los beneficiarios de un programa de responsabilidad social	4.68	.970
El Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria de decisiones respecto a la Responsabilidad social favorece la imagen del BCP	4.39	.980

Fuente: Cuestionario sobre cultura tributaria

Tabla 21
Escala de valoración el indicador de riesgo de ser detectado

Niveles	Puntajes
Adecuado manejo del riesgo detectado	13 – 20
Inadecuada manejo del riesgo detectado	4 - 12

Interpretación

Observando los resultados de las tablas 18, 19, 20 y 21 que representan el comportamiento del indicador riesgo de ser detectado, se revela que la media de los ítems es (4.56) expresan una tendencia positiva mayor a la media, con una dispersión (0.96) muy baja que refleja la homogeneidad entre las respuestas. Asimismo, se observa que la sumatoria de las medias de los ítems alcanza el valor de 18.26 puntos, que se ubica en la escala de (13-20), lo cual significa que los colaboradores perciben que la gestión del Banco de Crédito del Perú muestra un adecuado manejo de la detección del riesgo tributario caracterizada por la planificación y coordinación con los beneficiarios de la comunidad.

4.2.2.1. RESUMEN GENERAL DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Tabla 22
Resumen estadístico de los indicadores de cultura tributaria

Indicadores	Media	Desv. Típica
Moral tributaria	17.56	0.95
Normas tributarias	18.20	0.95
Riesgo de ser detectado	18.26	0.96
Total	54.02	2.86

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23
Escala de valoración de cultura tributaria

Niveles	Puntajes
Fuerte cultura tributaria	45 – 60
Moderada cultura tributaria	29 – 44
Débil cultura tributaria	12 – 28

Interpretación

Los resultados de la Tabla 22 y 23 representa el resumen del comportamiento de los indicadores que comprende la variable Cultura Tributaria, en los datos se observa que la sumatoria de las medias de los indicadores alcanza el valor de 54.02, ubicándose en el intervalo (45-60) lo cual significa que los colaboradores expresan que en la Institución Financiera Banco de Crédito del Perú, existe una fuerte cultura tributaria, caracterizada por la proyección de una buena imagen sobre su responsabilidad social.

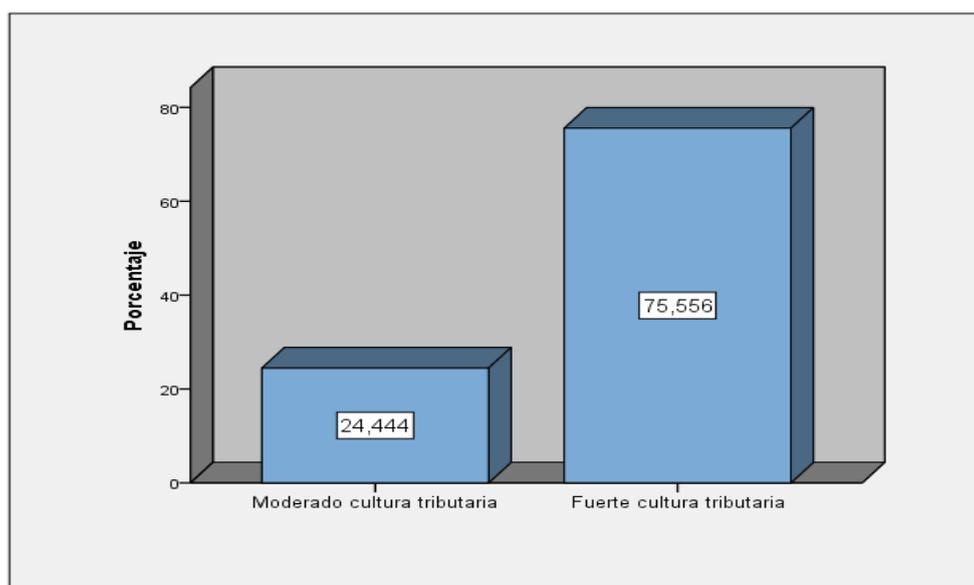


Figura 1. Nivel de Cultura tributaria

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del cuestionario

Interpretación

La Figura 1 nos permite comprobar que en el Banco de Crédito del Perú, predomina el 75.56% de una óptima cultura tributaria, según las percepciones obtenidas en la investigación.

4.2.3. Análisis estadístico de los datos de la variable responsabilidad social

4.2.3.1. Análisis estadístico de los indicadores de responsabilidad social

Tabla 24

Media y desviación típica del indicador de excelencia de la atención

Indicador	Media	Desviación típica
Excelencia de la atención	4.12	0.69

Tabla 25

Puntuación total del indicador de excelencia de la atención

Indicador	Sumatoria
Excelencia de la atención	16.50

Fuente: Cuestionario sobre responsabilidad social

Tabla 26
Estadístico de los ítems del indicador de excelencia de la atención

Ítems	Media	Desv. Típica
La excelencia de la atención al cliente incluye una capacitación orientada a la responsabilidad social con el público externo	4.25	.953
La excelencia de la atención contribuye con el incremento de clientes financieros de zonas periféricas	4.18	.833
El BCP planifica una excelente atención al cliente oportunamente	4.22	.411
La excelencia de la atención al cliente es un compromiso que asumen todos los trabajadores del Banco	3.85	.569

Fuente: Cuestionario sobre Responsabilidad social

Tabla 27
Escala de valoración del indicador excelencia de la atención

Niveles	Puntajes
Excelencia de atención	13 – 20
Deficiencia en atención	4 - 12

Interpretación

Observando los resultados de las tablas 25, 26, 27 y 28 que representan el comportamiento del indicador excelencia de la atención, se revela que la media de los ítems es (4.12) expresan una tendencia positiva mayor a la media, con una dispersión (0.69) muy baja que refleja la homogeneidad entre las respuestas. Asimismo, se observa que la sumatoria de las medias de los ítems alcanza el valor de 16.50 puntos, que se ubica en la escala de (13-20), lo cual significa que los colaboradores perciben que la gestión del Banco de Crédito del Perú muestra una excelencia atención a los beneficiarios de la comunidad incluyendo capacitación sobre responsabilidad social.

Tabla 28
Media y desviación típica del indicador relaciones comunitarias

Indicador	Media	Desviación típica
Relaciones comunitarias	4.23	0.91

Fuente: Cuestionario sobre Responsabilidad social

Tabla 29
Puntuación total del indicador relaciones comunitarias

Indicador	Sumatoria
Relaciones comunitarias	17.03

Tabla 30
Estadístico de los ítems del indicador de relaciones comunitarias

Ítems	Media	Desv. Típica
El BCP mantiene una relación comunitaria permanente con sus clientes en toda la comunidad	4.15	.899
El BCP posee políticas de relaciones comunitarias , contempladas en su código de valores corporativos	4.20	.953
El BCP participa activamente en la solución de problemas respecto a sus relaciones comunitarias	4.48	.833
El BCP contribuye con mejorar las relaciones comunitarias a través de actividades permanentes con la comunidad.	4.20	.953

Fuente: Cuestionario sobre Responsabilidad social

Tabla 31
Escala de valoración el indicador relaciones comunitarias

Niveles	Puntajes
Adecuada relación comunitaria	13 – 20
Inadecuada relación comunitaria	4 – 12

Interpretación

Observando los resultados de las tablas 29, 30, 31 y 32 que representan el comportamiento del indicador relación comunitaria, se revela que la media de los ítems es (4.23) expresan una tendencia positiva mayor a la media, con una dispersión (0.96) muy baja que refleja la homogeneidad entre las respuestas. Asimismo, se observa que la sumatoria de las medias de los ítems alcanza el valor de 17.03 puntos, que se ubica en la escala de (13-20), lo cual significa que los colaboradores perciben que la gestión del Banco de Crédito del Perú tiene adecuadas relaciones con los beneficiarios de la comunidad por participar en las soluciones de problemas relacionados con sus relaciones comunitarias.

Tabla 32
Media y desviación típica del indicador acciones sociales

Indicador	Media	Desviación típica
Acciones sociales	3.97	0.88

Fuente: Cuestionario sobre Responsabilidad social

Tabla 33
Puntuación total del indicador acciones sociales

Indicador	Sumatoria
Acciones sociales	15.90

Tabla 34
Estadístico de los ítems del indicador de acciones sociales

Ítems	Media	Desv. Típica
El BCP Incluye acciones sociales para generar una buena imagen	3.48	.833
Posee mecanismos para estimular acciones sociales con sus proveedores, accionistas y otras partes interesadas.	4.20	.953
Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social	4.28	.833
Planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo	4.02	.911

Fuente: Cuestionario sobre Responsabilidad social

Tabla 35
Escala de valoración el indicador acciones sociales

Niveles	Puntajes
Adecuadas acciones sociales	13 – 20
Inadecuadas acciones sociales	4 - 12

Interpretación

Observando los resultados de las tablas 33, 34, 35 y 36 que representan el comportamiento del indicador acciones sociales, se revela que la media de los ítems es (3.97) expresan una tendencia positiva mayor a la media, con una dispersión (0.88) muy baja que refleja la homogeneidad entre las respuestas. Asimismo, se observa que la sumatoria de las medias de los ítems alcanza el valor de 15.90 puntos, que se ubica en la escala de (13-20), lo cual significa que los colaboradores perciben que la gestión del Banco de Crédito del Perú muestra adecuadas acciones sociales caracterizada por la planificación, monitoreo y evaluación.

4.2.3.2. RESUMEN GENERAL DEL ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Tabla 36
Resumen de la variable responsabilidad social

Indicadores	Media	Desv. Típica
1) Excelencia de la atención	16.50	0.95
2) Relaciones comunitarias	17.03	0.91
3) Acciones sociales	15.90	0.88
Total	49.43	2.86

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37
Escala de valoración de responsabilidad social

Niveles	Puntajes
Optima responsabilidad social	45 - 60
Regular responsabilidad social	29 - 44
Deficiente responsabilidad social	12 - 28

Interpretación

Los resultados de las tablas 37 y 38 representa el resumen del comportamiento de los indicadores que comprende la variable la Responsabilidad Social, en los datos se observa que la sumatoria de las medias de los indicadores alcanza el valor de 49.43, ubicándose en el intervalo (45-60) lo cual significa que los colaboradores expresan que, en la Institución Financiera Banco de Crédito del Perú, existe una óptima responsabilidad social, caracterizada por las óptimas relaciones comunitaria.

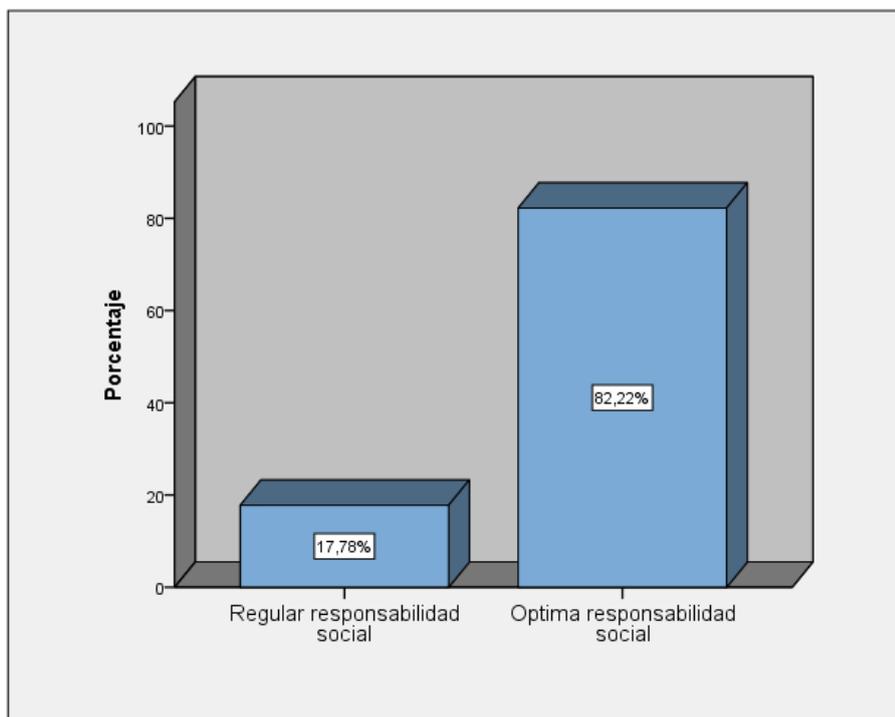


Figura 2. Nivel de responsabilidad social

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del cuestionario

Interpretación

La figura 2 nos permite comprobar que, en el Banco de Crédito del Perú, predomina el 82.22% de una óptima Responsabilidad Social, según las percepciones obtenidas en la investigación.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.3.1. Verificación de hipótesis específicas

4.3.1.1. Verificación de primera hipótesis específica

a) Planteamiento de la hipótesis

Ho: No existe una relación significativa entre la moral tributaria

con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú,
Región Sur, período 2017.

H1: Existe una relación significativa entre la moral tributaria con
la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú,
Región Sur, período 2017.

b) Nivel de significancia

$$\text{Alfa} = \alpha = 5\%$$

c) Prueba estadística

Chi cuadrado de Pearson

d) Regla de decisión

Si: P-Valor < nivel de significancia → Rechazo de Ho.

e) Cálculo de estadístico

Tabla 38
Relación Moral Tributaria y Responsabilidad Social

Estadísticos	Valor	gl	Sig. asintótica_ (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.496	6	.025
Coefficiente V de Cramer	0.568		.025
N de casos válidos	45		

f) Conclusión

Tomando en cuenta la tabla 40 se concluye que al nivel de confianza del 95% existen evidencias estadísticas para afirmar que existe una relación alta y significativa entre la Moral Tributaria y la Responsabilidad Social, con un coeficiente de relación V de Cramer de (0.568); así también, en la tabla se observa que la significancia asintótica es menor que 0,05 por lo cual se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis (H1). Por lo tanto, la Moral Tributaria se relaciona con la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur durante el período 2017.

4.3.1.2. Verificación de segunda hipótesis específica

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación significativa entre las normas tributarias con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

H₁: Existe una relación significativa entre las normas tributarias con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

b) Nivel de significancia

Alfa = α = 5%

c) Prueba estadística

Chi cuadrado de Pearson

d) Regla de decisión

Si: P-Valor < nivel de significancia → Rechazo de H₀.

e) Cálculo de estadístico

Tabla 39
Relación Normas Tributaria y Responsabilidad Social

Estadísticos	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18.017	6	.006
Coeficiente V de Cramer	0.633		.001
N de casos válidos	45		

f) Conclusión

Tomando en cuenta la tabla 41 se concluye que al nivel de confianza del 95% se presentan evidencias estadísticas para afirmar que existe una relación alta y significativa entre las Normas Tributarias y la Responsabilidad Social, con un coeficiente de relación V de Cramer de ($V=0.633$); así también, en la tabla se observa que la significancia asintótica es mayor que 0,05 por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis (H_1). Por lo tanto, la Moral Tributaria está relacionada con la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur durante el período 2017.

4.3.1.3. Verificación de tercera hipótesis específica

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación significativa entre el riesgo tributario con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

H₁: Existe una relación significativa entre el riesgo tributario con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

b) Nivel de significancia

Alfa = α = 5%

c) Prueba estadística

Chi cuadrado de Pearson

d) Regla de decisión

Si: P-Valor < nivel de significancia → Rechazo de H₀.

e) Cálculo de estadístico

Tabla 40
Relación entre riesgo tributario y responsabilidad social

Estadísticos	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	31.793	6	.000
Coeficiente V de Cramer	0.616		.006
N de casos válidos	45		

f) Conclusión

Tomando en cuenta la tabla 42 se concluye que al nivel de confianza del 95% se presentan evidencias estadísticas para afirmar que existe una relación alta y significativa entre el riesgo tributario y la Responsabilidad Social, con un coeficiente de relación V de Cramer de (0.616); igualmente se aprecia en la tabla, que la significancia asintótica es menor que 0,05 por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁). Por lo tanto, el riesgo tributario está relacionado con la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur durante el período 2017.

4.3.2. Verificación de hipótesis general

a) Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación significativa entre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad Social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

H₁: Existe una relación significativa entre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

b) Nivel de significancia

Alfa = α = 5%

c) Prueba estadística

Chi cuadrado de Pearson

d) Regla de decisión

Si: P-Valor < nivel de significancia → Rechazo de H₀.

e) **Cálculo de estadístico**

Tabla 41
Relación entre cultura tributaria y responsabilidad social

Estadísticos	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27.463	4	.000
Coeficiente V de Cramer	0.781		.000
N de casos válidos	45		

f) **Conclusión**

Tomando en cuenta la tabla 43 se concluye que al nivel de confianza del 95% se presentan evidencias estadísticas para afirmar que existe una relación alta y significativa entre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad Social con un coeficiente de relación “V” de Cramer de (0.781); en la tabla, se observa que la significancia asintótica es de 0,000 siendo menor que 0,05 por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por lo tanto, la cultura tributaria mantiene una relación significativa con la Responsabilidad Social que desarrolla el Banco de Crédito del Perú Región Sur durante el período 2017.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

Primera

La investigación establece que existe una relación alta y significativa entre las Normas Tributarias y la Responsabilidad Social que se desarrolla en el Banco de Crédito del Perú Región Sur.

Segunda

La investigación permite determinar que existen evidencias estadísticas para afirmar que existe una relación alta y significativa entre el Riesgo Tributario y la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur.

Tercera

La investigación contiene evidencias estadísticas que permite determinar que existe relación alta y significativa entre la Cultura Tributaria y la Responsabilidad Social que se practica en el Banco de Crédito del Perú Región Sur.

Cuarta

La investigación permite deducir que el Banco de Crédito del Perú al generar y alcanzar un óptimo nivel de cultura tributaria ha logrado impulsar

y consolidar una fuerte Responsabilidad Social con los beneficiarios de la comunidad con las que está vinculada en sus políticas de gestión empresarial.

CAPITULO VI RECOMENDACIONES

Primera

Al presentarse una situación que reafirma la relación entre la Moral Tributaria y la Responsabilidad Social que se da en el Banco de Crédito del Perú Región Sur, se sugiere desarrollar programas que consoliden integrar ambos conceptos a través de una mayor capacitación al personal del banco en estas líneas de compromiso social que son de actualidad y de necesidad para la institución y la población.

Segunda

Considerando que en los resultados del segundo objetivo específico y la segunda hipótesis específica precisan que existe una relación significativa entre las Normas Tributarias y la Responsabilidad Social que se desarrolla en el Banco de Crédito del Perú Región Sur, se recomienda optimizar los procesos de aplicación normativa mediante capacitaciones y evaluaciones periódicas en materia normativa tributaria a fin de maximizar el desempeño del personal en el campo de la Responsabilidad Social.

Tercera

Habiéndose demostrado en el tercer objetivo y la tercera hipótesis específica que existen una relación significativa entre el Riesgo Tributario y la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur, se recomienda profundizar acciones conducentes a seguir minimizando el riesgo tributario para optimizar los resultados que se desprendan de la Responsabilidad Social de la institución.

Cuarta

Al haberse obtenido un resultado general, el mismo que señala la existencia de una relación significativa entre la cultura tributaria y la Responsabilidad Social, se sugiere orientar esfuerzos e inversión para programas sociales que continúen fortaleciendo todo el contexto de interacción entre una comunidad y la institución financiera.

CAPITULO VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agurto, T., & Valarezo, R. (2013). *Evaluación económica y propuesta de canales de distribución en la provincia del Guayas para el incremento de las ventas en la compañía Agrícola AGROSALVIA S.A. productora de Mango*. Guayaquil: Salesiana.
- Arrieta, L., & Infante, S. (2016). *Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes*. Tumbes: UNT.
- Bonilla, E. (2014). La cultura Tributaria como herramienta de política fiscal. *Ciudades, estados y política*, 23.
- Campos, J. (2014). *Contabilidad General*. Lima: Esdic.
- Castillo, S., & Castillo, p. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Ciencias de la Educación*, 149-162.
- Chávez (2007). *Validez y confiabilidad de los instrumentos*
- Coulter, R. (2010). *Administración*. México D.F.: Pearson. Ferrari, J. (2014). *RRPP en la globalización*. Lima: Esic.
- Escobar, E. (2015). *La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad*. Lima: PUCP.
- Ferrari, L. (2017). La cultura Tributaria una oportunidad para evitar la evasión de impuestos. *Innovación contable*, 25.
- Ferrari, J. (2014). *Reforma tributaria estructural*.
- Gutiérrez, L. (2011). Determinantes y diferencias en la Moral Fiscal en Centroamérica. Un análisis desde latinobarómetro. *Ciencias Económicas Universidad de Costa Rica*, 342.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México: mc graw-Hill interamericana editores S.a.

(4ª ed.)

Hernández Sampieri, r., Fernández collado, c. y baptista lucio, p. (2003) *Metodología de la Investigación*. méxico: mc graw-Hill interamericana editores S.a.

Instituto de Administración Tributaria y Aduanera. (2012). *Cultura Tributaria*. Lima: Grafica.

Mencik, A. & Silvestre, M. (2007). *Responsabilidad Social y crecimiento empresarial en el sector bancario venezolano: análisis cuantitativo*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el período 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la Región Chiclayo, Perú*. Chiclayo: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

Montoya, B., & Martínez, P. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México: Rood Consultoría.

Muñoz, M., Izquierdo, Á., & De la Cuesta, M. (2004). *La Responsabilidad Social Corportiva en Banca y Propuesta de indicadores*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Pérez, A. (2012). *Conceptos y herramientas para la gestión estratégica de Relaciones Comunitarias en las Industrias Extractivas*. Lima: Documento de trabajo.

Rodriguez, C. (2011). *Cultura Tributaria*. Asunción: CDE.

Silva, L. (2011). *La cultura tributaria y su incidencia en la liquidación del impuesto a la renta de los servidores universitarios de la Universidad Técnica de Ambato en el período iscal 2011*. Ambato: UTA.

SUNAT. (30 de Setiembre de 2012). *Conciencia Tributaria: Curso Formación de la conciencia tributaria y Aduanera*. Obtenido de <http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/3conciencia-tri.pdf>

Tekeli, R. (2011). The determinants of Tax Morale: Effects of cultural Differences and Politics. *Discussion Paper*, 110.

Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa, cualitativa y mixta*. Lima: San Marcos.

Vergara, M., & Vicaría, L. (2009). *Ser o aparentar la Responsabilidad Social en Colombia. Análisis organizacional basado en los lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial*. Cali.

Zapata, L. (2012). *Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad*. Lima: PUCP

CAPITULO VIII APENDICE

Apéndice A: Matriz de consistencia

Tabla 17: La Cultura Tributaria y su relación con la Responsabilidad Social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES			
General: ¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017?	General: Determinar la relación existente entre la cultura tributaria y la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017	General: Existe una relación significativa entre la cultura tributaria y la Responsabilidad Social en el Banco de Crédito del Perú, Región Sur, período 2017.	V. INDEPENDIENTE CULTURA TRIBUTARIA	- La moral tributaria - Normas sociales tributaria - Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria			
Específicos: a) ¿Cómo se relaciona la moral tributaria con la Responsabilidad Social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur?	Específicos: a) Precisar la relación entre la moral tributaria con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur 2017. b) Establecer la relación entre las normas sociales con la	Específicas: a) Existe una relación significativa entre la moral tributaria con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur. b) Existe una relación significativa entre las	V. DEPENDIENTE RESPONSABILIDAD SOCIAL TIPO DE DISEÑO TIPO: Relacional 	- Excelencia de la atención - Relaciones comunitarias - Acciones sociales	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	TECNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario
				Población y muestra La población comprende al público	ESTADÍSTICO : Chi Cuadrado y “v” de Cramer.		

<p>b) ¿Cómo se vinculan las normas sociales con responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur?</p> <p>c) ¿Cómo se relaciona el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria con la responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur?</p>	<p>Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur.</p> <p>c) Determinar la relación entre el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur.</p>	<p>normas sociales con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur.</p> <p>c) Existe una relación significativa entre el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria con la Responsabilidad social del Banco de Crédito del Perú, Región Sur.</p>	<p>M: Muestra O1: Observación Variable 1 O2: Observación Variable 2 r: Correlación de las variables</p>	<p>interno del Banco relacionado con las acciones sociales de la Responsabilidad social. n= 45 que representa los gerentes que laboran en BCP de Región Sur. El muestreo será por conveniencia.</p>	
--	---	---	--	---	--

Apéndice B: Instrumentos de investigación

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para conocer la relación entre cultura tributaria y la Responsabilidad social en el Banco de Crédito del Perú Región Sur. Le agradeceremos brindarnos un poco de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

DATOS GENERALES

Edad: _____

Género: _____

TA: Totalmente de acuerdo

DA: De acuerdo

NA/ND: Ni en acuerdo ni en desacuerdo

ED: En desacuerdo

TD: Totalmente en desacuerdo

CUESTIONARIO 1: Cultura Tributaria	TA	DA	NA/ ND	ED	TD
1. La Moral tributaria favorecen a los programas de responsabilidad social del BCP					
2. La Moral tributaria requieren adecuarse a las acciones de responsabilidad social del banco					
3. La Moral tributaria contribuyen con un mejor registro de acciones en Responsabilidad social					
4. La Moral tributaria del banco promueven la responsabilidad social para la comunidad local					
5. Las Normas tributarias de la Responsabilidad social contribuye a fomentar la responsabilidad social					
6. Las Normas tributarias del banco considera siempre programas de responsabilidad social					
7. Las Normas tributarias estimula la participación del personal en responsabilidad social					
8. Las Normas tributarias , promueve una mejor imagen corporativa del banco en la comunidad					
9. El Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria de decisiones es oportuna para realizar acciones de responsabilidad social					
10. El Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria es planificado y coordinado con los					

beneficiarios de la comunidad					
11. La entidad bancaria asume el Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria en base a una comunicación con los beneficiarios de un programa de responsabilidad social					
12. El Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria de decisiones respecto a la Responsabilidad social favorece la imagen del BCP					

CUESTIONARIO 2: Responsabilidad Social	TA	DA	NA/ ND	ED	TD
1. La excelencia de la atención al cliente incluye una capacitación orientada a la responsabilidad social con el público externo					
2. La excelencia de la atención contribuye con el incremento de clientes financieros de zonas periféricas					
3. El BCP planifica una excelente atención al cliente oportunamente					
4. La excelencia de la atención al cliente es un compromiso que asumen todos los trabajadores del Banco					
5. El BCP mantiene una relación comunitaria permanente con sus clientes en toda la comunidad					
6. El BCP posee políticas de relaciones comunitarias , contempladas en su código de valores corporativos					
7. El BCP participa activamente en la solución de problemas respecto a sus relaciones comunitarias					
8. El BCP contribuye con mejorar las relaciones comunitarias a través de actividades permanentes con la comunidad.					
9. El BCP Incluye acciones sociales para generar una buena imagen					
10. Posee mecanismos para estimular acciones sociales con sus proveedores, accionistas y otras partes interesadas.					
11. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social					
12. Planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo					