

Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal

Área de investigación: Contribuciones

Miguel Ángel Andrade Oseguera

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato

México

m_andrade05@hotmail.com

Ma. de Lourdes Elena García Vargas

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato

México

ada_17_lds@hotmail.com



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVIII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

División FCA, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM | Fotografía: Rutilo López-Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo por objeto fomentar los valores cívicos en materia de recaudación fiscal en la comunidad de Valle de Santiago, partiendo de un diagnóstico sobre el grado de "Civismo Fiscal" a través de una encuesta realizada a una muestra de 450 personas de una población total en el municipio de 141, 058 cantidad de personal, que de acuerdo con el censo de población realizado en el 2010, es significativa y permite obtener datos relevantes. El resultado obtenido es que el grado de civismo fiscal es bajo y que en el presente trabajo se proponen acciones concretas que permitirán incrementarlo. La contribución y recaudación fiscal a través del pago de impuestos en algunas personas propietarias de pequeños negocios y para los que consumen productos y servicios en específico de la ciudad de Valle de Santiago Guanajuato, se vuelve un tema complicado por la falta del conocimiento o una cultura que nos lleve a cumplir y contribuir al beneficio de nuestra sociedad, deseando que las futuras generaciones crezcan con un civismo fiscal que genere responsabilidad tanto para contribuir como para ser prestadores de servicios. El objetivo de la investigación fue generar información sobre el conocimiento que existe sobre una Cultura Tributaria para entender la importancia de pagar impuestos.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

CONGRESO DE
CONTADORES DE
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

INTRODUCCIÓN

La dimensión social de los impuestos sustentada en la aportación solidaria en beneficio del conjunto social es un elemento casi impercible por los ciudadanos, que aunado al desequilibrio entre los impuestos y la satisfacción de las necesidades públicas forma parte de una determinada cultura en la que practicar la elusión fiscal se conciben como mecanismos “legitimados” para no cumplir con las obligaciones fiscales (SAT, 2012)..

La Cultura Tributaria se entiende como el conjunto de valores, creencias y actitudes, compartidos por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales.

Si los mexicanos tuviéramos una enseñanza que nos muestre y explique la importancia que se tiene el obtener el conocimiento sobre lo que son las contribuciones a temprana edad con valores cimentados y que esto generará una cultura para que cuando tengamos que contribuir con el Estado, Federación, Municipio lo hiciéramos reconociendo que es para beneficio de todos, y de igual manera si llegásemos a ocupar un puesto público donde se tenga que manejar ese recurso lo hagamos con la ética correspondiente para mejorar nuestra sociedad y economía

El problema identificado es el desconocimiento de la población en el centro del estado de Guanajuato que tiene una microempresa, la importancia de los impuestos para la sociedad y las consecuencias de su evasión tanto para el Municipio como para los mismos ciudadanos por lo que es necesario implementar un civismo fiscal desde la educación primaria para que las próximas generaciones crezcan con una cultura tributaria que aporte un crecimiento en las contribuciones y que se les dé un buen uso y así captar recursos que de igual manera sean empleados para el beneficio de los propios individuos que conforman la sociedad. En el presente estudio se determina el conocimiento que los alumnos de primaria y secundaria tienen con respecto al tema de contribuciones y su uso mediante una investigación que arroja la información suficiente que permite valorar y determinar el grado de conocimiento que se tiene sobre lo que es tributar y de los servicios que de esto obtenemos.

Para cumplir con la obligación constitucional de vigilar por el bien común y dar la población los servicios que ésta requiere el Estado, Federación, Municipio, necesita de recursos que obtiene principalmente de los contribuyentes mediante los tributos que este paga a través de los impuestos.

El pago de los impuestos puede llevarse a cabo mediante la aplicación de la fuerza pública ó apelando a la razón de los contribuyentes. Las fuerza se manifiesta en las leyes establecidas por el Estado y que son de cumplimiento obligatorio, mientras que la razón solo puede estar dada por una Cultura Tributaria basada en una fundamentación sólida, establecida desde la educación básica.

Para muchos ciudadanos el tributar está relacionado con su percepción, que puede ser positiva o negativa sobre el uso que se le da a los recursos obtenidos por funcionarios que de igual forma carecen de una ética necesaria de implementar en su formación académica.

http://cei.unam.mx/informacion

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Asesoría Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Por otra parte la falta del conocimiento sobre la Constitución Política y las Leyes establecidas hace que los ciudadanos no comprendan la magnitud que tiene el acto de no contribuir con el gasto público de la nación mediante el pago de sus impuestos, a través de estrategias para disminuir los montos correspondientes ó caso nulo a estos.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía de acuerdo al censo económico del 2009, muestra que en México actualmente el 97.1% de los 1 858,550 comercios registrados en la República Mexicana son Microempresas (0-10 empleados), el 2.1% lo conforman las Pequeñas (11-30 Personas), 0.6% lo tienen las empresas Medianas (31-100 personas) y un 0.2% los comercios Grandes (101 y mas personas), por lo que es relevante tener en cuenta para realizar esta investigación enfocada a las microempresas ya que se puede decir son el motor principal en la economía nacional.

Las empresas familiares surgen de la necesidad de los individuos que conforman la nación para solventar sus carencias económicas, entre las más comunes encontramos fruterías, carnicerías, tiendas de abarrotes, tortillerías etcétera las cuales son establecidas muchas veces sin un conocimiento contable y financiero, por lo que los propietarios suelen en ocasiones evitar el registro ante la institución recaudadora por falta de una cultura tributaria ya que su vocablo no está familiarizado con ciertos términos como son el de contribuyente, tributación, y el razonamiento como el por qué de la obligación que tienen para contribuir con el gasto público ya que en su educación no se genero esa Cultura Tributaria entendida como el conjunto de valores, creencias y actitudes, compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales.

A razón de fortalecer la Cultura Tributaria, se requiere que la población obtenga conocimiento sobre el tema desde una educación temprana y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

El presente trabajo tiene como finalidad exponer el desconocimiento que se tiene por parte de la población acerca de los términos y obligaciones que a tributación se refiere, del compromiso por parte de los prestadores de servicio público para que los recursos obtenidos por el pago de impuestos sean aplicados y distribuidos a la misma sociedad de forma asertiva ya que conlleva el descontento que los mexicanos tienen en ocasiones por la mala distribución y/o uso que se le da a estas contribuciones además de la necesidad que hay de incluir a través de la educación cívica desde los niveles básicos, temas relacionados con el deber que tenemos los mexicanos de contribuir y el deber de servir con el estado, para que este pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y el de proporcionar los servicios, todo esto generando mediante la implementación y seguimiento de una Cultura Tributaria.

A parte del desconocimiento sobre la obligación que tenemos los mexicanos para con el gobierno, la idiosincrasia de este se ha caracterizado siempre en buscarle el lado fácil, sencillo y más barato a las actividades que realiza. Se puede mencionar un ejemplo de cómo la situación actual va en contra de lo aseverado anteriormente: El pago de impuestos es un trámite engorroso y el ciudadano generalmente no recibe buen servicio lo que se vuelve una molestia y una resistencia por parte de la débil voluntad del causante, esto

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

conlleva a que el individuo contrate servicio experto generándole un gasto extra. Ésta situación se agrava si el ciudadano recibe todos los días la noticia de que el gobierno no está empleando adecuadamente los recursos o no demuestra la aplicación de lo mismo, generando en las personas descontento y externa que no existe razón, motivo o circunstancia, para cumplir sus obligaciones fiscales adoptando estrategias para atenuar, disminuir el pago de las obligaciones que le correspondería.

Agregando además que todos los que somos consumidores tenemos parte de culpa de que exista evasión fiscal ya que en muchas ocasiones al adquirir productos y/o servicios, no exigimos factura, motivo por el cual los contribuyentes puedan omitir su obligación de pago de impuestos. Deberíamos de exigir la factura del producto ó servicio adquirido para comprometer de alguna manera al contribuyente para que este al día con el pago de sus obligaciones fiscales ya que a través de la factura se puede controlar y verificar que se está cumpliendo con lo establecido. Es un hecho de que necesitamos incrementar nuestra costumbre o mejor dicho cultura de exigir, hacer cumplir y ser responsables y todo esto a través de una nueva Cultura tributaria.

El método de investigación a utilizar será inductivo de tipo descriptivo, planteando un análisis situacional, que se evaluará mediante una investigación de campo a través de encuestas, obteniendo la información necesaria para determinar el grado de conocimiento tributario que se tiene por parte de los ciudadanos que tienen o no negocios propios y alumnos y poder concluir con los resultados de la investigación

Se realizó un análisis sobre la situación económica, financiera, social, política y local sobre las microempresas.

DESARROLLO

Dentro de las economías regionales las microempresas revelan una importancia que no puede ser descuidada por los gobiernos, aparte de esto se puede ver que inclusive en economías bajas, su presencia es tan fuerte que podría decirse que son el espíritu de la organización socioeconómica de la zona.

La microempresa en general es consumidora de bienes de capital. De hecho es el comprador por excelencia de las maquinarias que se producen en el país. Ahora bien, las microempresas son productoras de una buena parte de los bienes de consumo del país así mismo es productora de bienes intermedios para las industrias.

Como consumidora de bienes de capital la microempresa es una palanca de desarrollo en la creación de una industria nacional, esto hace más cercano el desarrollo de nuevas tecnologías propias. Una microempresa como hecho particular cumple un importante papel.

Se considera que la microempresa es un gran generador de empleo ya que brinda oportunidad para que la mano de obra desplazada y los nuevos trabajadores que ingresan al mercado se empleen, claro que no debe ser una tabla de salvación para las políticas de empleo de un gobierno porque esto sobrepasaría la capacidad de respuesta de estas organizaciones. Es decir que debe ser una opción más no la punta de lanza de la política.

<http://cei.informacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Las microempresas han cobrado una alta importancia, eso es cierto, pero ¿qué hay del apoyo que se les puede ofrecer? Es impresionante la cantidad de apoyos que se han ido generando para dichas empresas. La Secretaría de Economía tiene un apartado específico para ellas, organismos como NAFIN (Nacional Financiera), así como empresas que han visto en la asesoría, consultoría de las microempresas una fuente de negocio que puede brindar más utilidades. Algunas dependencias cuentan con más de un programa, aquí el inconveniente o el esfuerzo debe de hacerse en la propagación de dichos apoyos para que realmente sean conocidos y solicitados por los gerentes o dueños de las empresas.

En otros años, difícilmente existían organismos que confiaran tanto en otorgarles préstamos y facilidades para un buen crecimiento a este tipo de empresas, ya que éstas carecían de credibilidad, de estructura administrativa, sus garantías eran limitadas, no tenían información suficiente, su historial crediticio era nulo o casi nulo y las solicitudes eran sobre montos muy pequeños, lo cual no era conveniente para las sociedades financieras o bancarias.

Viendo esta situación el gobierno decide crear la Subsecretaría para la pequeña y mediana empresa, de ahí se promulga la Ley para el Desarrollo de la competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y se establece el Consejo Nacional para la Competitividad de las microempresas una vez establecidos estos programas es como se asignan los fondos para los Programas de Apoyo a las microempresas.

En el estado de Guanajuato, en especial el municipio de Valle de Santiago existen negocios familiares que no están registrados ante la institución recaudadora, esta información fue obtenida mediante un análisis previo, no por evasión si no por la falta de conocimiento, que en su momento son requeridos a que se alisten a las filas de los contribuyentes, causándoles a los propietarios malestar e inconformidad ya que tienen que ocupar tiempo y dinero para hacerlo y en muchas ocasiones no cuentan con lo uno o lo otro, por lo que dejan pasar el registro hasta que les llega una visita o un aviso de requerimiento de las autoridades, provocando un enojo mayor que muchas de las veces los obliga a tomar decisiones extremas como cerrar el negocio, traspasarlo o venderlo.

La población de Valle de Santiago está dedicada principalmente a la agricultura y a la ganadería pero muchas personas viajan a Salamanca y a Moreleón a trabajar como obreros, la población que se queda trabaja principalmente en la ganadería y la agricultura en Valle de Santiago tiene una tierra buena para el cultivo, en ella se cultivan: garbanzo, trigo, maíz, tomate, cacahuete, alfalfa, tomate o jitomate, lenteja, alpiste, caña de azúcar, entre otros productos. En esta ciudad no se cuenta con grandes industrias a no ser en pequeña escala: como las pastas galletas y las artesanías. En la industria de la alimentación se hacen embutidos, carnes frías, carnes fritas "carnitas" y "chicharrón". Es pues el comercio de Valle de Santiago uno de los elementos económicos más importantes del municipio conjuntamente con agricultura, pesca y turismo, los campos son adecuados para la agricultura y el pastoreo, los cercanos de la Alberca sirven para el pastoreo y los de Rincón de Parangueo para uso forestal. La aparición de comercios establecidos y ambulantes que ofrecen una gran variedad de productos y servicios en la región que son la base de esta investigación.

La importancia de la vinculación entre investigadores de las instituciones de educación superior y las empresas no debe de tomarse como moda u ocurrencia, sino como estrategia emergente y posible ante las situaciones adversas del entorno que requieren solución y proyección para el desarrollo. Hay que recordar que los análisis sectoriales de las

http://co
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

actividades económicas se deben contextualizar de acuerdo al territorio: nacional, regional o local, para que se pueda interpretar de la manera más adecuada.

MÉTODO

El método científico utilizado para la investigación es el inductivo, de tipo descriptivo, planteando un análisis situacional, que se evaluó mediante una investigación de campo utilizando como herramienta la encuesta por medio de la cual se obtuvo la información para determinar el nivel de conocimiento tributario que se tiene por parte de los ciudadanos que tienen o no negocios propios y alumnos de nivel primaria y secundaria en el municipio de Valle de Santiago Guanajuato y sus alrededores, la cual dio paso a poder deducir si una educación fiscal genera una Cultura Tributaria que ayuda a incrementar la recaudación fiscal.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

La aplicación de los cuestionarios fue de forma personalizada directa abordando a las personas en lugares públicos como jardines, plazas y en la alameda municipal. El cuestionario a nivel educación primaria, se aplicó de igual forma ya que fueron encuestados con el permiso de las autoridades educativas en las escuelas primarias del municipio.

El tamaño de la muestra para la investigación es el número de habitantes del municipio de Valle de Santiago Guanajuato de acuerdo al censo de población y vivienda realizado en 2010, la cantidad de 141,058 de los cuales solo un porcentaje de la población tiene un micro negocio, o es candidato en un futuro a tenerlo.

Se realizaron dos cuestionarios diferentes, uno orientado a las personas potencialmente activas en tener un negocio, y otro cuestionario enfocado a los alumnos de nivel primaria de entre 10 y 13 años que representan la población de los alumnos que egresan de primaria.

Octubre 3, 4 y 5 de 2012

Ciudad Universitaria
México, D.F.

El tamaño de la muestra aplicada al el público general fue de 300 personas al azar realizando una prueba piloto del 10%, y después se aplicaron las 270 encuestas restantes.

Para la muestra del cuestionario aplicado a los alumnos de nivel primaria se considero a 150 alumnos de distintas escuelas, de igual manera como en la muestra de público en general se aplica una prueba piloto que representa el 10% del tamaño de la muestra por lo que serán 15 encuestas previas a la formal, para detectar puntos a mejorar, realizando posteriormente las 135 encuestas faltantes.

Los cuestionarios fueron aplicados a los alumnos en salidas de las escuelas ubicadas en la zona centro de la ciudad de Valle de Santiago específicamente en las escuelas:

Primaria Federal “Ausencio Alvarado”, Primaria Urbana “La corregidora”, Primaria Urbana “Rodolfo Ramírez”, Primaria Urbana “Miguel Hidalgo”, Secundaria “Dr. Benjamín Lara”

A los alumnos se les abordó a la hora de salida, especialmente a los que iban acompañados con su padres o familiares para que ellos mismo tuvieran el conocimiento sobre el tema abordado en el cuestionario. A continuación se muestra el resultado e interpretación de los

<http://coinformacion.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

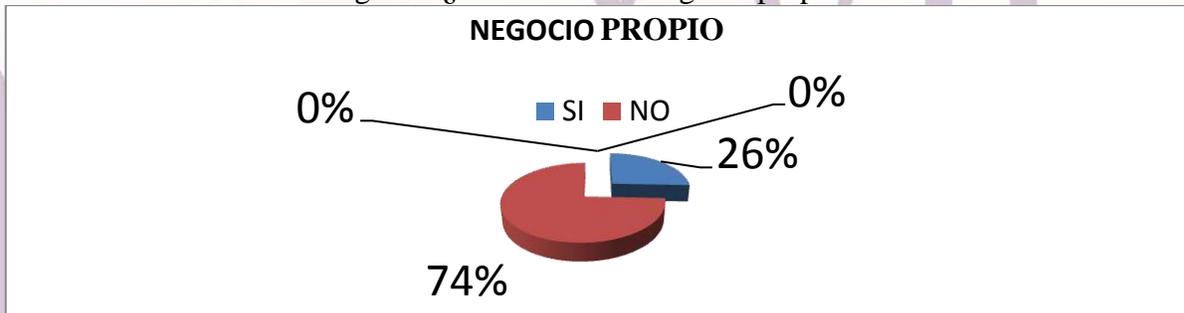
52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

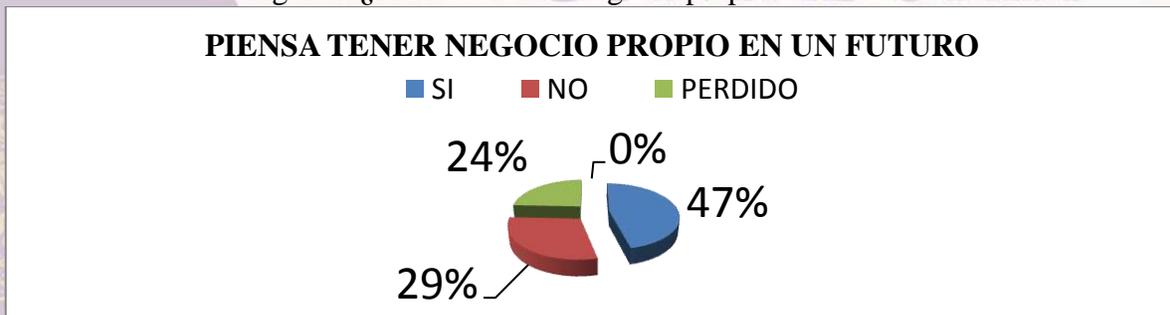
cuestionarios aplicados tanto al público en general y a los alumnos de quinto y sexto de primaria y primero de secundaria.

Figura 1 ¿Cuenta con un negocio propio?



En la primer pregunta del cuestionario ¿Cuentan con un negocio propio? la mayoría contestó que no tiene negocio, solo 77 personas encuestadas de las 300 dijeron que si.

Figura 2 ¿Piensa tener un negocio propio en el futuro?



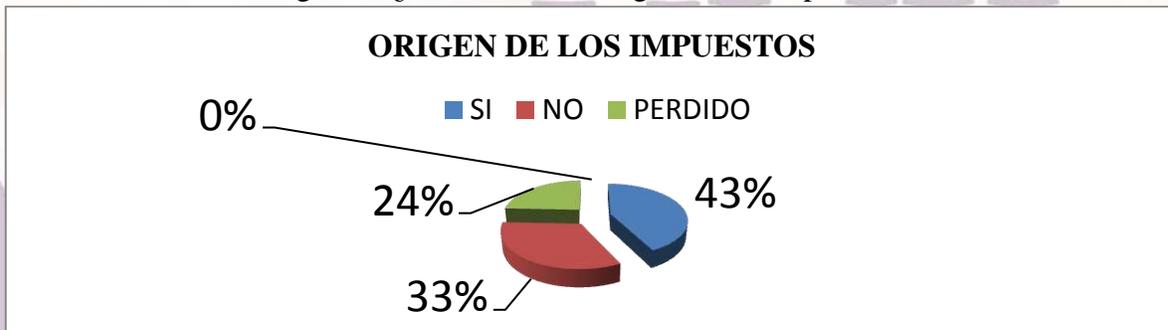
De las 223 personas que no tienen negocio, 139 planean algún día poner uno las 88 restantes no lo tienen pensad

Figura 3. ¿Sabe que son los impuestos?



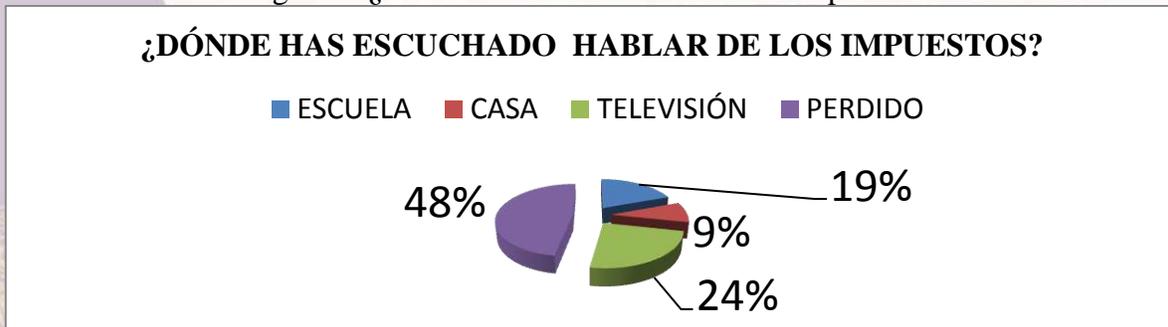
De las mismas 223 personas que no tiene negocio 174 comentaron saber que son los impuestos, y el resto, no lo sabe

Figura 4. ¿Conoce Ud. el origen de los impuestos?



De las personas entrevistadas, 178 dicen, les gustaría saber acerca de impuestos, 49 no tienen interés.

Figura 5. ¿Dónde has escuchado hablar de impuestos?



En la pregunta de dónde han escuchado hablar de impuestos, de las 223 personas que no tienen negocios, 58 dijeron que en la escuela, 21 que en casa y 142 a través de la televisión.

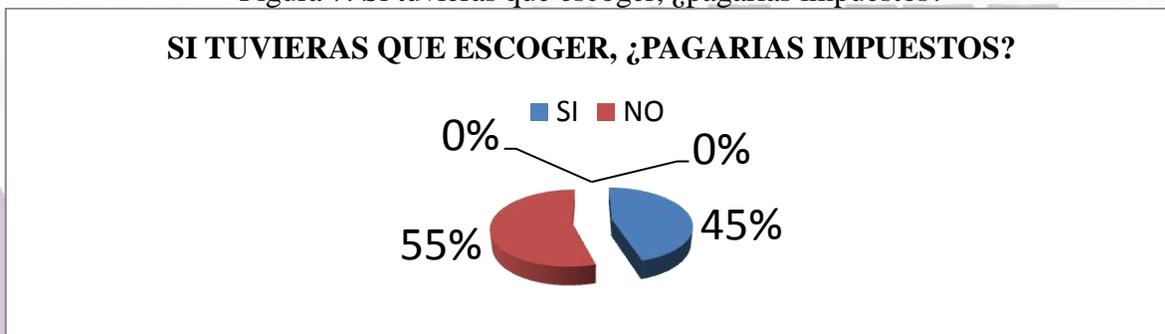
Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria

Figura 6. ¿Sabes para qué son los impuestos?



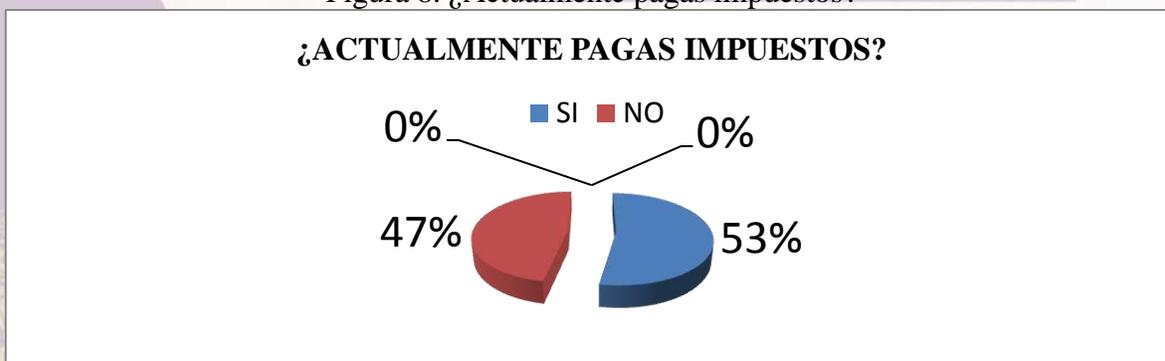
De las 300 personas encuestadas 223 mencionaron saber que si saben para que sirvan los impuestos, las 77 restantes no tienen idea.

Figura 7. Si tuvieras que escoger, ¿pagarías impuestos?



Cuando se les cuestiono que si tuvieran que escoger pagarían impuestos, 136 encuestados dijeron que si, 164 que no.

Figura 8. ¿Actualmente pagas impuestos?



De los encuestados, 159 actualmente paga impuestos, los 141 restantes respondieron que no.

Analizando los resultados presentados por las encuestas aplicadas al público en general, se pueden realizar las observaciones siguientes.

- 1) La mayoría de las personas que no tienen negocio y dicen conocer que son los impuestos están interesados por tener más conocimiento de los mismo, evidenciando que no tienen conocimiento suficiente o que no saben en realidad lo que son los impuestos, por lo tanto cuando se les preguntaban que si sabían de donde surgían los impuestos, la mayoría respondió que si, pero por las preguntas anteriores, deducimos que no quisieron evidenciar la falta del conocimiento.
- 2) En la pregunta donde contestaban en dónde habían escuchado hablar de los impuestos, la mayor parte mencionaron que en la televisión, por lo que la opción de la escuela quedó en segundo lugar, mostrando que es importante incrementar el conocimiento en la misma, la opción de haber escuchado hablar del tema en la casa está casi a la mitad de la opción anterior.
- 3) Solo 77 personas entrevistadas mencionaron tener negocio por lo que omitieron contestar si sabían qué son los impuestos, si les gustaría saber de ello y de donde surgían,

pero al final nos dimos cuenta que aun y cuando sean contribuyentes carecen de la información suficiente sobre la aplicación y beneficio de los impuestos.

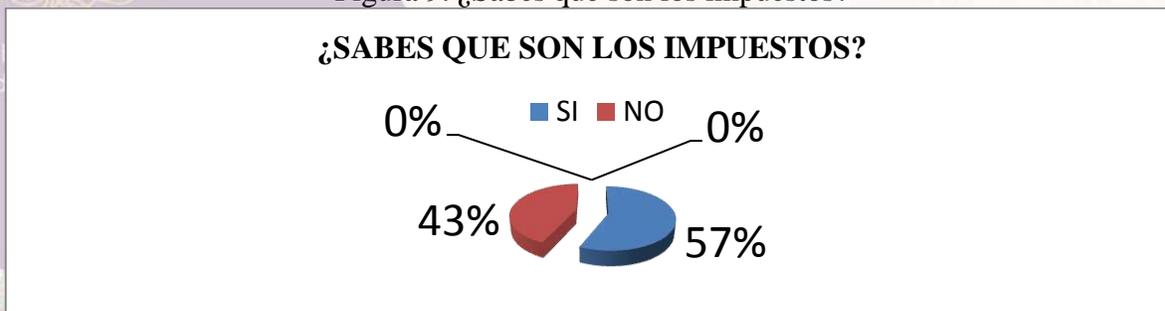
4) De las 300 personas encuestadas incluyendo las que tienen negocio, 223 dijeron saber para qué sirven los impuestos, pero en la pregunta en donde se les hacía mención de donde se utilizaban los impuestos, solo 105 subrayaron más de tres opciones, por lo se deduce que la mayoría no tienen claro aun el beneficio que se tiene el contribuir a través de los impuestos, ni donde se aplican.

5) Al preguntarles si pudieran elegir, el pagar o no impuestos, 164 contestaron que no, lo anterior da a entender que no están absolutamente convencidos de sus beneficio y de ahí que traten de evadir sus obligaciones, de igual manera al cuestionarles que si en la actualidad pagaban impuestos 159 personas contestaron que sí, pero al preguntar por qué motivo lo hacían, 161 encuestados dejaron la respuesta en blanco, confirmando que no sabían que contestar para no hacer evidente su falta de conocimiento, y por lo contrario, solo 65 contestaron que pagaban impuestos por concepto del negocio que tenían, esto fue de las 77 personas que afirmaron tener negocio.

6) Al cuestionar que si pagaban sus impuestos a tiempo, 142 personas contestaron que si, 23 que no y 132 omitió la respuesta, menos de la mitad de la población está contribuyendo responsablemente.

En el cuestionario aplicado a los estudiantes de primaria y secundaria los resultados son los siguientes:

Figura 9. ¿Sabes que son los impuestos?



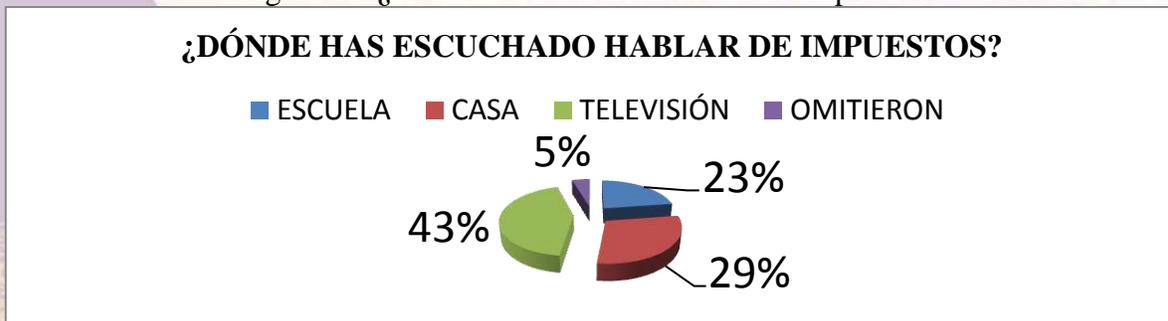
De los 150 estudiantes de nivel básico, 85 contestaron afirmativamente, 65 respondieron que no.

Figura 10. ¿Sabes de donde surgen los impuestos?



Los alumnos que saben de donde surgen los impuestos fueron 42, el resto no conoce el origen.

Figura 11. ¿Dónde has escuchado hablar de impuestos?



La televisión es el medio por el cual 65 encuestados han escuchado hablar de los impuestos, 44 en casa y solamente 34 en la escuela.

Figura 12. ¿Sabes para que sirven los impuestos?



En ésta pregunta 79 encuestados subrayaron no conocer para que sirven los impuestos, 71 eligieron la respuesta afirmativa.

Figura 13. ¿Quién paga impuestos?



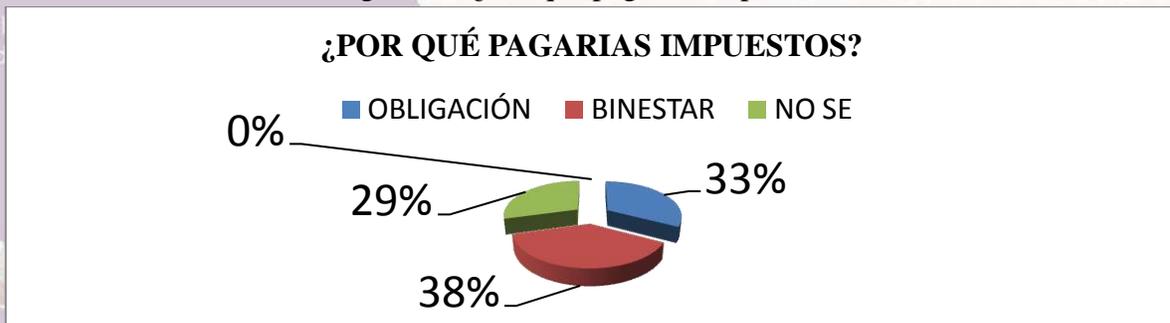
En este cuestionamiento, 94 encuestados eligieron la opción de que toda la gente paga impuestos, 46 que solo la gente mayor y 10 dijeron que los políticos

Figura 14. ¿Pagarías impuestos?



De los 150 entrevistados, 97 respondieron que no pagarían impuestos, el resto optó por la respuesta afirmativa.

Figura 15. ¿Por qué pagarías impuestos?



Al indagar por qué estarían dispuestos de pagar impuestos, 57 dijeron que para el bienestar de la sociedad, 49 por obligación y 44 no respondió esta pregunta.

Al igual que las respuestas del cuestionario aplicado al público en general el de los alumnos de educación de nivel básico arroja información relevante para determinar el grado de cultura que tienen con respecto a las contribuciones.

1. Al cuestionar a los estudiantes sobre si sabían que eran los impuestos 85 de 150 entrevistados dijeron que si, pero cuando se les cuestiono de donde surgían solo 42 subrayaron que si sabían y al llegar a la pregunta donde se les manifiesta que si les gustaría

saber que son 122 respondieron afirmativamente, siendo la mayoría, esto nos da a entender que no saben en realidad que son los impuestos, caso similar presentado en los resultados de las encuestas aplicadas al público en general.

2. El conocimiento que tienen de los impuestos surge según sus respuestas y proviene en primer lugar de la televisión con 65 respuestas, 44 mencionaron que en la casa y solo el 34 dijeron que en la escuela, donde no se está generando el conocimiento necesario sobre el tema al cual se debería de poner mas atención.

3. Los alumnos consideraron en su mayoría que todos pagan impuestos, solo 10 mencionaron que los políticos y 46 que la gente mayor.

4. De igual manera que en la encuesta aplicada al público general, cuando se les cuestiono la opción de pagar impuestos, 92 alumnos contestaron que no, siendo la mayoría, interpretando que no tienen la seguridad de que es lo mejor, pero en la respuesta obtenida a la pregunta de que si cuando fueran mayores contribuirían, en este caso 92 respondieron que afirmativamente, siendo este un parámetro para deducir que los alumnos tienen claro que es una obligación que en su momento la tendrán que hacer y que les generara un bienestar, esto fue plasmado en la pregunta que determinaban el motivo del por qué pagar impuestos, donde 49 respondieron que por obligación, 57 por que obtendrían o generaría un bienestar y el 44 restante omitió la respuesta, en esta ocasión, no hubo mucha diferencia en las respuestas, demostrando que falta mas seguridad y conocimiento para tomar mejores decisiones.

Como conclusión se puede decir que es indudable que existe carencia en el conocimiento del pago de las contribuciones, su origen su uso, el beneficio que se obtiene a través del cumplimiento de las mismas, por lo que la implementación de una Cultura Tributaria desde la educación primaria es una de las opciones que el Estado debería de considerar, para fortalecer e implementar un civismo fiscal, que vaya educando generaciones de mexicanos con una responsabilidad tanto de cumplir con las obligaciones como de servicio a la misma sociedad formando ciudadanos con una mentalidad de servir y de cumplir con su país.

Lo expuesto en el párrafo anterior fortalece la hipótesis planteada: “La Cultura Tributaria propicia el conocimiento sobre las obligaciones fiscales existentes y de igual forma contribuye a disminuir las creencias negativas en relación al uso y manejo de los recursos generados que son aplicados por del Estado”, por lo que la investigación realizada confirma la necesidad de crear un Civismo Fiscal más claro y de fácil comprensión que impacte a las generaciones futuras de mexicanos y así obtener mayor recaudación fiscal que propiciarán seguridad, bienestar y una mejor economía para nuestro país.

Para generar una conciencia de lo importante que es contribuir con el cumplimiento de nuestras obligaciones, se debería abordar el tema desde que se es un niño, ya que en esta etapa de la vida se puede influir en gran medida y crear conciencia para ser parte de la Cultura Tributaria.

<http://congreso.investigafca.unam.mx>

información Los niños hoy en día, con el avance de la tecnología, tiene al alcance el conocimiento de cualquier situación o tema, no son ajenos a lo que está pasando en la actualidad, una de las

Teléfono

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

maneras en que se les puede influir para que tomen las decisiones de conocer sus derechos y obligaciones como integrantes de una sociedad sería el formar el hábito de la lectura, impulsando la idea de que existe un compromiso con la sociedad por parte ellos, porque tienen que pagar contribuciones de tal manera que lo vean por convicción y no como una obligación mediante la implementación de temas, casos y situaciones a través de los libros de texto gratuitos y que sus maestros tomaran el tiempo suficiente para organizar charlas y pláticas sobre el tema con organismos externos e internos.

No se debe permitir que tengan una impresión errónea acerca de las contribuciones al paso de su educación, hasta llegar al nivel medio superior donde diversos factores del entorno como las noticias amarillistas donde plantean situaciones de las que han tenido problemas con Hacienda o el hecho de que los recursos obtenidos son malversados por los políticos sea perjudicial para su formación de ciudadano contribuyente.

Por tanto una de las mejores formas de establecer una “Cultura Tributaria” en México, es como ya lo mencione, introducir libros de enseñanza básica, con información sencilla y de fácil entendimiento, mediante el uso de casos prácticos referente a lo que son los impuestos, la importancia de contribuir, el destino de estas contribuciones y el beneficio que se genera para la sociedad, todo esto con la ayuda de los maestros y facilitadores externos que serían los principales promotores de la educación.

De esta forma se podría llegar a todos los niños en toda la República Mexicana, generando un mismo conocimiento sobre las contribuciones, sus derechos y obligaciones.

Los temas que se podrían abordar en el libro de texto en la educación primaria podrían ser los referentes a:

Una breve reseña histórica de cómo surgen los impuestos en nuestro país. Definición de que son los impuestos. Quiénes son los que pagan los impuestos El uso que se le da a la recaudación de los impuestos Y los beneficios que se tiene

Esta educación debe seguirse implementando en el nivel siguiente que es la secundaria, a través de la materia de civismo, abordando temas como:

Por qué pagar impuestos. La importancia que tiene. Los diferentes tipos de impuestos que existen. Los regímenes fiscales que existen. Las tasas que se manejan. Las autoridades que se encargan de crear las leyes referentes a los impuestos. La responsabilidad que tienen las personas encargadas de la recaudación.. Las consecuencias que se tendrían al no contribuir.

LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DEL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS Y LA CREACIÓN DE UNA CULTURA TRIBUTARIA BASADA EN VALORES.

La educación actualmente está enfocada en el desarrollo de las competencias, y entendemos a estas como “el conjunto de conocimientos que al ser utilizados mediante habilidades de pensamiento en distintas situaciones, generan diferentes destrezas en la resolución de los problemas de la vida y su transformación, bajo un código de valores previamente aceptados que muestra una actitud concreta frente al desempeño realizado, es una capacidad de hacer algo”.(Laura Frade, 2011).

<http://informacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Es importante implementar la aplicación de las tres áreas del Saber para formar a alumnos competentes. El Saber es la adquisición del conocimiento a través de la teoría. El Saber Hacer, la aplicación del conocimiento adquirido y el Saber Ser el desarrollo de actitudes y valores y de hacer responsables a los individuos.

Actualmente las competencias se están implementando desde la educación preescolar, por lo que al implementar temas sobre la responsabilidad de los ciudadanos en cumplir y hacer cumplir con nuestras obligaciones para el Estado mediante el pago de impuestos, en especial a partir del quinto y sexto grado de primaria y darle seguimiento en la formación secundaria se aplicarían y desarrollarían las tres áreas de Saber ya mencionadas de una manera sencilla que los alumnos sepan, desarrollen y apliquen, junto con el fortalecimiento de valores educaremos generaciones con la responsabilidad de contribuir y de servir para beneficio de nuestra sociedad y de nuestro país bajo las siguientes propuestas:

PROPUESTA

Extensión de la cultura tributaria

Tan importante es el de incluir el tema de los impuestos en la Educación como el considerar implementar acciones en otras áreas que el gobierno debe de tomar en cuenta tales como:

Información constante.

Se debe de promocionar y dar a conocer más las acciones y uso que el Servicio de Administración Tributaria tiene para ayudar a los contribuyentes, y que estos acudan con más seguridad a realizar cualquier trámite que le atañe a sus negocios.

Tramites eficientes y rápidos.

En la actualidad los mexicanos se quejan siempre de los trámites engorrosos que tienen que realizar, las largas filas y la mala atención. Desde que se dan de alta ante Hacienda ya que tienen que solicitar cita, esperar, el trasladarse a la ciudad donde existe una oficina del SAT, hasta realizar distintos tramites relacionados con su negocio.

Esto sería posible cambiar si se implementara una buena logística y que la federación no quisiera acaparar el total de los ingresos permitiendo a los municipios, encargarse del padrón de contribuyentes y del cobro de los impuestos.

Falta de compromiso por parte de la autoridades municipales en el cobro de impuestos.

El municipio es el que realmente puede cobrar los impuestos al comercio informal, dándole un seguimiento y obligarle a legalizarse. El problema sería cambiar la cadena de ingresos Federación – Estados – Municipio, ocasionaría un cambio en el sistema tradicional que es imposible que se pueda dar.

Dificultades al calcular, cobrar y pagar los impuestos

Las leyes en México constantemente se modifican y esto dificulta el entendimiento y calculo, ocasionando que los contribuyentes tengan que solicitar el servicio de un especialista para que le haga el cálculo correspondiente, aunando la dificultad de pagar, como por ejemplo el de personas que no pueden o no saben acceder vía internet a la larga influye en la decisión de no registrarse ante Hacienda.

<http://ccinforma>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Tasas altas.

Resulta abrumador para todo contribuyente al revisar que tiene que pagar impuestos gravados con una tasa del hasta el 30%, y más darse cuenta que no todos lo pagan, sino que la base gravable siempre es la misma. La propuesta ya hecha hace muchos años es de aumentar la base y disminuir las tasas.

Una legislación más estable.

Evitar el cambio ejercicio tras ejercicio de la legislación fiscal. Realizar una reforma fiscal que muestre un plan a largo plazo y que exista el compromiso por parte de la Federación, Estados, Sociedad y no estar cambiando las leyes año con año o cuando se tengan problemas económicos en el país.

Un sistema más fuerte.

Implementar un sistema donde el cobro sea más rígido y eliminar descuentos y multas, implementando un castigo a defraudadores.

Ahora con la transparencia establecida en la Ley de acceso a la información, donde se obliga los tres Poderes, Tribunales y Órganos federales en general, a comunicar toda la información que generan, se ah dado un gran paso en cuestión de la búsqueda de la transparencia, que no deben de dejar de cumplir.

Con el uso del internet, cualquier individuo puede conocer cuánto ganan las personas que están al frente en las diferentes instancias de gobierno, este sería otra área de mejora, seguir implementando sitios donde se pueda tener acceso a la información.

CONCLUSIONES

Esperamos que con esta propuesta las futuras generaciones se formen con una cultura diferente, la de cumplir y servir y que esto de origen a que exista mas recaudación fiscal para que en un momento dado se pueda solventar el presupuesto que la Ley de Ingresos determina para cada periodo fiscal sin ninguna complicación ni implementación de nuevas obligaciones además de tener control del mismo. Esto serviría para detectar los desvíos de dinero que se tienen por parte de servidores públicos los cuales deben ser empleados para el beneficio de la ciudadanía y el crecimiento económico de nuestro México.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Recuperado el día 15 de marzo de 2012 de <http://www.inegi.gob.mx>

Recuperado el día 18 de marzo de 2012 de <http://www.sat.gob.mx>

Recuperado el día 10 de abril de 2012 de <http://www.sep.gob.mx>

Recuperado el día 19 de marzo de 2012 de <http://www.shcp.gob.mx>

Recuperado el día 20 de junio de 2101 de <http://www.calidadeducativa.com>



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Diseno: FEA, Maritza Arvelaz Pineda, Mariana Fotografía: Raulo Lopez Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510