

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



TESIS

**ANALISIS DE LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA
RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
INTERNACIONAL TÚPAC AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR
DE LA CIUDAD DE JULIACA 2016**

PRESENTADA POR:

VILMA MAMANI CANAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

TESIS

ANÁLISIS DE LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN
TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL
TÚPAC AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE
JULIACA 2016

PRESENTADA POR:

VILMA MAMANI CANAZA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO



APROBADA POR:

PRESIDENTE:

Dr. SABINO LUZA FLORES

PRIMER MIEMBRO:

M. Sc. REYNALDO ALCOS-CHURA

SEGUNDO MIEMBRO:

CPC. JUAN LUIS MAMANI TICONA

DIRECTOR / ASESOR:

Dr. ALFREDO GRUZ VIDANGOS

LINEA DE INVESTIGACIÓN: Tributaria
TEMA: La informalidad, Recaudación Tributaria

Fecha de Sustentación: 06 de abril de 2018

DEDICATORIA

Con infinito amor y cariño a mis padres y abuelos, quienes fueron mis más grande apoyo y fortaleza para el logro de mis objetivos siempre los amaré y por quienes siempre estaré agradecida por regalarme la vida y todo lo que soy gracias los quiero mucho.

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminarme y guiarme en cada paso que doy siempre estaré agradecida por protegerme con su gran manto protector gracias por todo.

A mi familia por su incondicional apoyo. A mis amigas por los consejos y el apoyo que me brindaron

A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables por haber compartido sus experiencias y conocimientos durante el proceso de mi formación profesional, por su apoyo desinteresado en las orientaciones y asesoramiento en las consultas realizadas, por quienes guardo mi reconocimiento, respeto y admiración.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
INDICE GENERAL.....	iii
INDICE DE CUADROS	vi
INDICE DE GRÁFICOS	viii
INDICE DE ESQUEMA	ix
INDICE DE ACRÓNIMOS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xv
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1 Definición del Problema	3
1.2. Antecedentes de la Investigación	3
1.3. Objetivos de la Investigación	9
CAPITULO II.....	10
MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.1. Marco Teórico	10
2.1.1. Informalidad	10
2.1.1.1. Enfoque de Hernando De Soto.....	12
2.1.1.2. Enfoque de José Matos Mar	14
2.1.1.3. Enfoque Ravi Kambur	15
2.1.2. Importancia de la Economía Informal.....	16

2.1.3. Causas de la Informalidad	18
2.1.4. Comercio	19
2.1.4.1. El Comercio Informal	19
2.1.5. Vínculos con las Empresas Formales	21
2.1.6. Sistema Tributario Nacional	22
2.1.6.1. Tributo	24
2.1.6.2. Impuesto a la Renta	28
2.1.6.3. Impuesto General a las Ventas (IGV)	29
2.1.6.4. Impuesto de Promoción Municipal (IPM)	29
2.1.7. Regímenes Tributarios	30
2.1.7.1. Régimen Único Simplificado:	30
2.1.7.2. Régimen Especial de Renta –RER.....	32
2.1.7.3. Régimen General	35
2.1.8. Libros y Registros Electrónicos SLE – PLE/ SLE- PORTAL.....	37
2.1.9. Obligación Tributaria	41
2.1.10. Recaudación Tributaria	43
2.1.10.1. Características:.....	43
2.1.10.2. Funciones de los órganos de recaudación:.....	43
2.1.10.3. Formas de recaudación	44
2.1.10.4. Factores determinantes de la recaudación tributaria	44
2.1.11. Evasión Tributaria	48
2.1.12. Infracciones y sanciones tributarias	52
2.1.13. Contrabando	55
2.1.14. Estimación del contrabando en el Perú	56
2.2. Marco Conceptual	59
2.3. Hipótesis de la Investigación	62
CAPITULO III.....	63

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	63
3.1. Método de Investigación.....	63
3.1.1. Método Inductivo.....	63
3.1.2. Método Analítico – Descriptivo.....	64
3.2. Población y muestra de estudio.....	64
3.2.1. Población	64
3.2.2. Muestra.....	65
3.2.2.1. Selección de la muestra	65
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	66
3.3.1. Técnica de recolección de datos	66
3.3.2. Instrumentos	67
3.3.3. Técnicas para el procesamiento de datos	67
3.4. Características del área de Investigación	68
CAPITULO IV	71
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	71
CONCLUSIONES	114
RECOMENDACIONES	116
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS.....	119

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Tabla de categorías.....	32
Cuadro 2 Tasa de Impuesto.....	34
Cuadro 3 Libros y registros electrónicos SLE- PLE / SLE – Portal.....	38
Cuadro 4 Tipo de Infracciones Tributarias	54
Cuadro 5 Estimación del Contrabando en el Perú	57
Cuadro 6 Distribución de Comerciantes.....	64
Cuadro 7 Distribución de Comerciantes.....	66
Cuadro 8 Niveles de estudio de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru 2016	72
Cuadro 9 Causas por las cuales dedican a la actividad comercial en el Mercado Internacional Túpac Amaru - Juliaca.....	73
Cuadro 10 Donde aprendieron acerca de tributación los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru	75
Cuadro 11 Instituciones que impartieron capacitaciones en el mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	76
Cuadro 12 Reconocimiento acerca de impuesto en el mercado internacional Túpac Amaru	78
Cuadro 13 Consulta a los comerciantes de quienes son los encargos de efectuar el cobro de los impuestos.....	79
Cuadro 14 Consulta acerca de las tasas de los impuestos a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca.....	81
Cuadro 15 Consulta a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru sobre quienes realizan el pago de los impuestos	82

Cuadro 16 Establecimiento donde realizan la comercialización los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca.....	84
Cuadro 17 Comerciantes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes	85
Cuadro 18 Tipo de contribuyentes del mercado internacional Túpac Amaru....	87
Cuadro 19 Régimen Tributario	88
Cuadro 20 Razones por las cuales no se inscribieron en el ruc los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca.....	90
Cuadro 21 Comprobantes que conocen los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	92
Cuadro 22 Consulta si emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	93
Cuadro 23 Comprobantes que emiten los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	95
Cuadro 24 Causas por las que no emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional tupa Amaru - Juliaca	96
Cuadro 25 Periodicidad con que pagan sus impuestos los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	98
Cuadro 26 Comerciantes que no Cumplieron con el Pago de sus Impuestos .99	
Cuadro 27 Determinación Importe no Percibido por Parte de la Administración Tributaria	101
Cuadro 28 Sintetizacion de información.....	106
Cuadro 29 Frecuencias Observadas.....	110
Cuadro 30 Pago de impuestos.....	111
Cuadro 31 Comerciantes que no cumplen con Pago de sus Impuestos	112
Cuadro 32 Determinación Impuesto Evadido	113

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Niveles de estudio de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru 2016	72
Gráfico 2 Causas por las cuales dedican a la actividad comercial en el Mercado Internacional Túpac Amaru - Juliaca	74
Gráfico 3 Donde aprendieron acerca de tributación los comerciantes del mercado internacional.....	75
Gráfico 4 Instituciones que impartieron capacitaciones en el mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	77
Gráfico 5 Reconocimiento acerca de impuesto en el mercado internacional Túpac Amaru	78
Gráfico 6 Consulta a los comerciantes de quienes son los encargos de efectuar el cobro de los impuestos	80
Gráfico 7 Consulta acerca de las tasas de los impuestos a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca.....	81
Gráfico 8 Consulta a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru sobre quienes realizan el pago de los impuestos	83
Gráfico 9 Establecimiento donde realizan la comercialización los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca.....	84
Gráfico 10 Comerciantes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes	86
Gráfico 11 Tipo de contribuyentes del mercado internacional Túpac Amaru	87
Gráfico 12 Régimen Tributario	89
Gráfico 13 Razones por las cuales no se inscribieron en el ruc los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca.....	90

Gráfico 14 Comprobantes que conocen los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru	92
Gráfico 15 Consulta si emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca	94
Gráfico 16 Comprobantes que emiten los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru	95
Gráfico 17 Causas por las que no emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional tupa Amaru – Juliaca	97
Gráfico 18 Periodicidad con que pagan sus impuestos los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca.....	98
Gráfico 19 Comerciantes que no Cumplieron con el Pago de sus Impuestos	100

INDICE DE ESQUEMA

Esquema 1: Sistema Tributario Nacional	24
--	----

INDICE DE ACRÓNIMOS

ACOMITA:	Asociaciones de Comerciantes Minoristas Túpac Amaru
IGV:	Impuesto General a las Ventas
INEI:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
IPM:	Impuesto de Promoción Municipal.
LDFS:	Libro Diario Formato Simplificado
OIT:	Organización Internacional del Trabajo
PLE:	Programa de Libros Electrónicos.
RER:	Régimen Especial de Impuesto a la Renta
RUC:	Registro Único de Contribuyente
RUS:	Régimen Único Simplificado
SENATI:	El Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial
SENCICO:	El Servicio Nacional de Normalización Capacitación e Investigación para la Industria de la Construcción.
SLE:	El Sistema de Llevado de Libros y Registros Electrónicos
SOL:	Portal – Sunat Operaciones en Línea
SUNAT:	Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributarias
UIT:	Unidad Impositiva Tributaria

RESUMEN

El Perú es uno de los países, que presenta mayores índices de informalidad que conlleva a un alto grado de evasión tributaria, la informalidad siempre ha sido un tema de interés nacional puesto que es un factor negativo que incide directamente en la recaudación nacional debido a que limita el financiamiento sostenible de recursos que requiere el estado para su funcionamiento, la informalidad que existe en la ciudad de Juliaca específicamente en el Mercado Internacional Túpac Amaru en los comerciantes dedicados a la venta de prendas de vestir es evidente la falta de control, información adecuada referente a normas tributarias por parte de la administración tributaria de la misma manera el desinterés mostrado por comerciantes en formalizarse debido a la falta cultura tributaria, hace que el problema específico de la informalidad se altísimo al no reportar los ingresos generados, como objetivo del presente trabajo de investigación fue determinar el nivel de informalidad y como esta incide en la recaudación tributaria así como también se determinar porque los comerciantes optan por el comercio informal ya sea esta por causas económicas, sociales, culturales, tal como se puede apreciar para la realización del presente trabajo se emplearon los métodos: inductivo, analítico descriptivo, como técnica de recopilación de información se utilizó guía de cuestionario, para el procesamiento de la información obtenida se procedió a la tabulación mediante la presentación de cuadros y gráficos estadísticos que reflejan la opinión de los comerciantes, dentro de los resultados relevantes se obtuvo que el 64% de comerciantes no cuenta con Registro Único Contribuyentes quedando claro el nivel de informalidad, para que se encuentre dentro de la formalidad se debe contar con tal registro de esta manera la administración tributaria puede tener un mayor control, el 74% de comerciantes no emite comprobantes por las ventas que realiza aduciendo que no se les exige

los comprobantes de esta manera los comerciantes estarían evadiendo sus impuestos, así mismo se determinó que el factor cultural, es una de las causas de la informalidad, 36% de comerciantes indicaron que en ningún lugar recibieron información acerca de los impuestos ya sea centros educativos, medios de comunicación u otros, solo un 4% recibieron charlas por parte de la administración tributaria se concluye que el incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes inciden directamente en la recaudación tributaria se determinó que S/. 186,480.00 durante el año 2016 es lo que estarían evadiendo los comerciantes ocasionando una pérdida en los fondos que maneja el estado.

Palabras Claves: Informalidad, Recaudación, Evasión.

ABSTRACT

Peru is one of the countries, which has higher rates of informality that leads to a high degree of tax evasion, informality has always been a matter of national interest since it is a negative factor that directly affects the national collection due to the fact that limits the sustainable financing of resources required by the state for its operation, the informality that exists in the city of Juliaca specifically in the Túpac Amaru International Market in merchants dedicated to the sale of clothing is evident the lack of control, adequate information referring to tax regulations by the tax administration in the same way the lack of interest shown by traders to formalize due to the lack of tax culture, makes the specific problem of informality very high by not reporting the income generated, as the objective of this work of research was to the level of informality and how it affects the tax collection as well as why merchants opt for informal trade either for economic, social, culture, as can be seen for the realization of this work methods were used: inductive, descriptive analytical, as a technique of information collection was used questionnaire guide, for the processing of the information obtained was tabulated by presenting tables and statistical figures that reflect the opinion of the merchants, within the relevant results was obtained that 64% of merchants do not have a Unique Taxpayers Registry, and the level of informality is clear, so that it is within the formality, this registration must be counted in this way, the tax administration can have greater control, 74% of merchants It does not issue vouchers for the sales it makes on the grounds that it is not is required the vouchers in this way the merchants would be evading their taxes, likewise it was determined that the cultural factor, is one of the causes of informality, 36% of merchants indicated that nowhere they received information about the taxes

either centers educational, media or other, only 4% received talks by the tax administration concludes that the breach of tax obligations by merchants directly affect the tax collection was determined that S /. 186,480.00 during 2016 is what the merchants would be avoiding, causing a loss in the funds managed by the state.

Keywords: Informality, Collection, Evasion

INTRODUCCIÓN

La informalidad es un importante asunto a tratar porque tiene un impacto en el desarrollo de las empresas formales y en el crecimiento económico de nuestro país. La informalidad, por la cual atraviesa nuestra sociedad peruana data de muchos años, se acentúa con la presencia de actividades comerciales que no se encuentran registrados ante la administración tributaria, como lo establece la ley.

En la actualidad en cuanto respecta a la informalidad no es más que un reflejo de nuestra situación económica, social, política y cultural en la que nos encontramos y como consecuencia trae el incumplimiento de las obligaciones tributarias. Desde esta perspectiva, el tema de la informalidad constituye un delicado asunto a tratar que perjudica seriamente a la economía del país al no recaudar los impuestos, limitando el financiamiento del estado, que requiere para su funcionamiento y la atención de las necesidades de la sociedad.

Por los motivos mencionados anteriormente el desarrollo del presente trabajo de investigación tiene su origen en la preocupación y descontento el hecho de que exista desigualdad generado por la informalidad que tiene vinculación directa con la recaudación tributaria debido a los aportes y obligaciones tributarias que no realizan.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general analizar y determinar el nivel de informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016, se estudió cuáles son los factores que motivan a los comerciantes a incurrir en la informalidad. La finalidad de este

trabajo de investigación es determinar cuánto es lo que la administración tributaria estaría dejando de percibir por la informalidad que existe en el mercado Internacional Túpac Amaru. Para llevar a cabo el proceso de investigación se desarrolló de la siguiente manera:

- CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN, en donde se planteó el problema el cual es objeto de estudio, se desarrolló los antecedentes relacionados con otras investigaciones que sirvieron de base para el desarrollo del presente trabajo de investigación.
- CAPITULO II: MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN, sirve de guía para el desarrollo del trabajo de investigación.
- CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN, se da a conocer los métodos utilizados, que incluye el tipo de investigación, la población, muestra y las técnicas e instrumentos que se han utilizado para la recolección, procesamiento y análisis de la información obtenida, se describe las características del área donde se hizo la investigación.
- CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN, se desarrolla la exposición y análisis de los resultados obtenidos en los cuestionarios, así como la constatación de la hipótesis. Posteriormente se presenta las conclusiones del trabajo de investigación, se desarrolla las recomendaciones, esperando que el presente trabajo de investigación contribuya a solucionar el problema en mención, como también sirva como material de apoyo para las futuras investigaciones.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

En el Perú, el crecimiento de la economía informal está asociado al crecimiento de la población y a la escasez de fuentes de trabajo. La informalidad siempre ha sido un tema de interés nacional para el estado peruano, puesto que es un factor negativo que incide directamente en la recaudación nacional, debido a que limita el financiamiento sostenible de recursos que el estado requiere para su funcionamiento y la atención de las necesidades de la sociedad, además la informalidad puede distorsionar las estadísticas nacionales que genera indicadores poco efectivas para la toma de decisiones, así como también genera competencia desigual con empresas formales. La informalidad se define como un conjunto de unidades económicas que no cumplen con todas las regulaciones e impuestos como por ejemplo los negocios que no se encuentran

registrados ante la Administración Tributaria, según establece la ley como requisito para que formalmente sean controlados y supervisados.

En el presente trabajo de investigación se determina el nivel de informalidad y como está incide en la recaudación tributaria que los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir tienen con la administración tributaria, así como también porque los comerciantes optan por el comercio informal ya sea esta por causas económicas, sociales, culturales, entre otros.

En la ciudad de Juliaca, el comercio informal sigue siendo un problema carente de solución, y esto es debido al desinterés mostrado por parte de las autoridades de turno en buscar una solución viable y adecuada para poder ubicar a los comerciantes en establecimientos seguros esto con el fin de tener un mejor control con respecto a los comerciantes de las calles aledañas al mercado que son el jirón Túpac Amaru y Huancané a parte de Acomita II, así como la falta de información adecuada referente a normas tributarias por parte de la administración tributaria de la misma manera el poco interés mostrado por los mismos comerciantes en formalizarse y esto es debido a la falta de conciencia y cultura tributaria, hace que el problema específico de la informalidad se agudice cada vez más al no reportar todos los ingresos generados por los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir a la administración tributaria, enfatizando que el comercio informal es un delicado asunto y muy serio que necesita ser atendido, además al ser el mercado Internacional Túpac Amaru uno de los mercados más conocidos y concurridos a nivel regional

y por su ubicación geográfica que facilita el intercambio comercial con distintas regiones hace que la informalidad se agrave cada vez más.

1.1.1 Definición del Problema

Problema General:

¿Cuál es el nivel de influencia de la informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016?

Problema Específico:

¿Cuáles son los factores que influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru?

¿Cómo influye la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru?

¿Qué políticas se debe Implementar para disminuir la informalidad en los comerciantes en la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru?

1.2. Antecedentes de la Investigación

El desarrollo del presente trabajo de Investigación nos ha llevado a investigar y encontrar como antecedentes los siguientes trabajos de investigación:

Cavero, J. (2014). Incidencia de los Factores Relacionados con la Eficiencia del Sistema Tributario Peruano sobre la Informalización de las Empresas entre los años 2009 al 2013. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional de Trujillo. Concluye lo siguiente:

Existen diversos factores que miden la eficiencia del Sistema Tributario Peruano, sin embargo, estos factores inciden en una mayor informalización de las empresas en el Perú en los años del 2009 al 2013.

Los factores que determinan la eficiencia del Sistema Tributario Peruano se encuentran conformados por el costo de la recaudación, la ampliación de la base imponible, la erosión de los tributos, la presión tributaria, la evasión tributaria.

Sistema Tributario Peruano no está logrando ser eficiente, ya el uso de recursos para incrementar la base tributaria, la baja productividad y enorme dispersión de sus principales impuestos, genera una mayor presión tributaria sobre la economía formal.

Con respecto a la informalidad de las empresas, que fue medida mediante el trabajo informal, se concluye que no ha tenido una disminución en comparación a los países de la región, lo que nos coloca en desventaja y genera malestar tanto a la población de trabajadores como a los empresarios, toda vez que las normas no han logrado incentivar la formalización de los mismos.

Hancco, O. (2015). Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca periodos 2012-

2013. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Concluye lo siguiente:

PRIMERA: Se establece según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 117 comerciantes no tienen una cultura tributaria, lo cual representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% del rubro electrodomésticos, 4.36% del rubro calzados y 10.90% rubro abarrotes, lo que influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incremente más la actividad informal en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

SEGUNDA: En los valores y actitudes, los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para la tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son del rubro textil, el 7.47% del rubro electrodomésticos, 3.08% del rubro calzados y 10.98% rubro abarrotes.

Huamani, Ochoa, y Palomino. (2015) Impuesto a la Renta de Tercera Categoría y su Influencia en la Recaudación Tributaria en el Perú años, 2012 – 2014. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Callao, Puno. Concluye lo siguiente:

Según los datos obtenidos en la investigación existe una incidencia directamente proporcional entre la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del régimen general y la recaudación tributaria en el Perú,

esto se debe a diversos factores que han generado una disminución en la tasa del impuesto a la renta como es el caso del sector minero.

Los resultados muestran que la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del régimen especial y la recaudación tributaria en el Perú han tenido una tendencia creciente y esto se debe a que se registró una mayor recaudación que hubo por parte de los Mepecos; en los últimos años han ido incrementando.

Concluimos que existe una incidencia directamente proporcional entre la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría y la recaudación tributaria, la evaluación de los datos obtenidos permitió establecer que el incumplimiento de las obligaciones tributarias se debe a la falta de cultura tributaria en los contribuyentes que afecta al estado para la inversión de obras para la sociedad.

Morán, D. (2003) La Informalidad en el Proceso de desarrollo de las Micro y Pequeñas empresas textiles y de confecciones de Gamarra frente la Normatividad Jurídica Vigente. Tesis para optar el grado académico de Magister en Derecho con mención en derecho civil comercial. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Concluye lo siguiente:

- El fenómeno de la informalidad en la zona geográfica del Distrito de la Victoria de la ciudad capital de Lima, en el lugar denominado Aglomeración GAMARRA, tiene componente la masiva migración de habitantes de diversas provincias del interior del país, durante las décadas de los años 50 y 60.

- La migración de los pobladores del interior del país en la zona antes mencionada fue estimulada por la existencia de una actividad tradicional manufacturera creciente, condicionada al movimiento comercial intenso del Mercado de Abastos Mayoristas, convergente con la presencia de agencias de viaje terrestre interprovincial de acceso necesario.
- Los pobladores migrantes mencionados en la zona de Gamarra, ejercieron actividades económicas para subsistir básicamente, como vendedores ambulantes, ocupando las calles aledañas, coexistiendo con la presencia de comerciantes medios y mayoristas de tela y de prendas de vestir.
- Desde 1992, la SUNAT inició su intervención enérgica con el conglomerado Gamarra, para combatir la evasión, elusión o incumplimiento de las obligaciones tributarias, proceso que no concluido, pues sigue siendo significativa el incumplimiento.
- En los últimos 5 años, la recesión y crisis económica, ha generado la disminución de los ingresos de los sectores medios y bajos de la población asalariada, restringiendo su capacidad de consumo que incidió en la reducción del mercado interno de dichas Pymes se estima que sus ventas en promedio en 1999 decrecieron en un 25% respecto al año anterior y utilizaron en promedio el 45% de su capacidad instalada.

Parí, T. (2015). Análisis de la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria del barrio San José de la ciudad de Juliaca (2012-

2013). Tesis para optar el Título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano. Concluye lo siguiente:

PRIMERO: Los factores preponderantes que influyen a la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca son: El desconocimiento de Normas legales tributarias 38.24% de la muestra, Falta de capacitación y orientación tributaria pertinente 22.06% de la muestra, falta de credibilidad de inversión de recursos recaudados por el gobierno 13.24%, otros 8.82% y 17.65% de la muestra representa a los comerciantes que si cumplieron con la obligación del pago de Impuestos a la SUNAT.

SEGUNDA: Determinando el nivel de evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir en el barrio San José de la ciudad, estos son: Año 2012, solo 9 comerciantes que representa el 13.24% si cumplieron con el pago de sus impuestos a la SUNAT, y 59 comerciantes el 86.76% evadieron en forma total el pago de sus impuestos a al SUNAT; Año 2013, 12 comerciantes que representa el 17.65% de la muestra si cumplieron con el pago de impuestos a la SUNAT y 56 comerciantes que representa el 82.35% de la muestra evadieron en forma total el pago de sus impuestos; entonces podemos concluir determinando que el nivel de evasión tributaria de estos comerciantes es muy alto.

TERCERA: Referente a la incidencia de la magnitud de la evasión a la recaudación tributaria, la SUNAT en el año 2012, recaudo como ingresos anuales por el régimen único simplificado (RUS) en la Región Puno, S/. 3,155,300.00, la evasión tributaria estimada de este sector comercial

informal es de S/. 210,776.91 en dicho periodo, por tanto, de haberse efectivizado el monto evadido, la recaudación tributaria estimada del RUS, sería de S/. 3, 366,076.91, entonces el incremento porcentual sería de 6.7%; En el año 2013, recaudo la SUNAT por el Régimen Único Simplificado (RUS) S/. 3, 425,700.00, la evasión estimada fue de S/. 200,687.14, entonces de haberse efectivizado el monto evadido, la recaudación estimada por la SUNAT, sería de S/. 3,626,387.14, entonces el incremento porcentual sería del 5.9% respectivamente.

1.3. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar y determinar el nivel de informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016.

Objetivos Específicos

Evaluar los factores que influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru.

Determinar la influencia de la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru.

Proponer políticas tendientes a disminuir la informalidad en los comerciantes en la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru.

CAPITULO II

MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Informalidad

La definición de informalidad ha evolucionado a lo largo del tiempo. Así, el término “sector no estructurado” que fue acuñado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) a principios de la década del setenta en el informe sobre Kenia (OIT, 1972), está ya en desuso. En tanto que, actualmente, se está restringiendo el uso de la expresión “sector informal” esta última expresión es considerada inadecuada, e incluso errónea, para capturar el proceso de informalización del empleo de los últimos años y para reflejar los aspectos dinámicos, heterogéneos y complejos de un fenómeno que trasciende los límites de un sector.

Por lo tanto, también el término “sector informal”, profusamente usado, es limitado teniendo en cuenta la existencia de un grupo cada vez más

numeroso y diverso de trabajadores como empresas que desarrollan sus actividades no en un único sector de la economía, sino en varios. Es por esto que el estudio de los diversos aspectos dinámicos y complejos de la informalidad laboral que trasciende los límites de un único sector, exigió desarrollar un enfoque teórico más amplio para capturar la multiplicidad de formas que reviste a fin de considerar a todos los trabajadores que no están suficientemente cubiertos por las leyes laborales, independientemente del sector donde se encuentran empleados. Por ello, la OIT (2002) propuso desarrollar un enfoque teórico más amplio que permite relacionar el concepto de empleo en el sector informal basado en la empresa con el concepto más amplio de empleo informal basado en el puesto trabajo (Husmanns, 2004). Desde este nuevo enfoque, la OIT (2002) define al empleo informal como el conjunto de puestos de trabajo informales desarrollados tanto en empresas formales como informales y propone el término "economía informal" para hacer referencia al conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades productivas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por los sistemas formales o no lo están en absoluto. Este último concepto de informalidad es más general, pues incluye tanto las relaciones de producción como las relaciones de empleo. Sin embargo, esta nueva visión no implica eliminar el término "sector informal" sino incluirlo en el de "economía informal" para considerar a todos los trabajadores que no están suficientemente cubiertos por las leyes laborales, incluso a quienes se encuentren empleados en unidades formales de producción. Por lo tanto, desde este

nuevo enfoque conceptual, el empleo total puede ser analizado a partir de dos dimensiones: según el tipo de trabajo o según el tipo de unidad de producción, que incluye a las empresas del sector formal, del sector informal y a los hogares (Tokman, 2009).

La economía informal en el Perú se refiere al conjunto de actividades de la economía desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que están insuficientemente contemplados por los sistemas formales o no lo están en absoluto, lo que significa que se desempeñan al margen de la ley, porque esta no se aplica o no se cumple, debido a que la propia ley no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada al imponer restricciones al mercado e imponer costos excesivos para la formalización. (García, 2010)

Una parte de la informalidad actual proviene de la tendencia típica de una economía con gran abundancia de mano de obra a “digerir” lentamente al sector informal. Pero otra parte importante se explica por choques externos e internos y por reformas públicas y políticas privadas que van tornando informales segmentos del empleo formal, al precarizar la ocupación y elevar la desprotección laboral y social. (García, 2010)

2.1.1.1. Enfoque de Hernando De Soto

El concepto de informalidad de Hernando de Soto es claro, simple directamente ligado a una interpretación de la historia y a un conjunto de recomendaciones de política.

La opción de De Soto por una concepción individualista del ser humano, es suficientemente clara y fundamental como para permear la totalidad

de su perspectiva de análisis e interpretación. Su propuesta misma de desarrollo gira sobre la base de concebir al hombre individual y aislado como el centro y el motor de la sociedad. Traduciendo fielmente la postura de De Soto respecto de lo que considera es la opción de los informales. (De Soto, 1987)

Hay en De Soto un claro individualismo, donde la acción individual es considerada como racional y portadora de derechos. A lo largo de su obra argumenta repetidamente que el estado no debe obstruir la acción de los ciudadanos, pues estos saben mejor que nadie lo que quieren y lo que les conviene, y lo que quieren, lo que buscan, lo que necesitan, afirma De Soto refiriéndose a los informales, es realizar las mismas actividades que los formales; es decir convertirse en empresarios privados, desplegar su natural iniciativa individual. Como la informalidad vigente no se los garantiza, añade, han tenido que inventar nuevas formas institucionales para sobrevivir al margen de ella: para sobrevivir, en la lógica De Soto, como empresarios individuales. (De Soto, 1987)

El sector informal no es, para De Soto otra cosa que la expresión de la natural iniciativa individual intrínseca a la realidad humana; el despliegue más que subterráneo de un natural e histórico espíritu empresarial. El enfoque neoliberal identifica en el sector informal la manifestación del espíritu empresarial ahogado por la excesiva regulación estatal de las actividades económicas, lo que obligara a actuar al margen de la ley. Lo que se descubre en él, como ya se ha dicho y se volverá a sugerir, son lógicas de acumulación, no de subsistencia. (Ramos, 1987)

De acuerdo a De Soto, la racionalidad del movimiento de los informales peruanos, está orientada por la búsqueda de vigencia efectiva del derecho a la propiedad individual. La historia de los informales es la historia de la lucha derecho a la propiedad privada. (De Soto, 1987)

La historia de la vivienda, el comercio y el transporte informal los tres casos estudiados por De Soto, pueden resumirse en la historia de lucha por la propiedad. A su vez, la historia del comercio informal es la historia de un largo camino hacia los mercados, que representan la aspiración popular por obtener una propiedad privada segura. (De Soto, 1987)

2.1.1.2. Enfoque de José Matos Mar

El Antropólogo José Matos Mar, en su obra “Desborde Popular y Crisis del Estado”, caracteriza a la informalidad en base a la falta de presencia del estado. Así, este autor considera que las tasas de crecimiento vegetativo y la migración han sumado en un aumento de la población urbana que va muy por encima de los recursos fiscales. (Matos, 1985)

En su libro José Matos revela anomalías de la modernidad peruana al observar el desordenado y a veces violento crecimiento urbano de los conos de Lima. Este proceso inesperado fue fruto de la migración del campo a la ciudad, de las ciudades menores a las intermedias y, por supuesto, a la capital; también de la explosión demográfica que resultó de la extensión de los programas de salud al campo y para los pobres urbanos.

Esta invasión del gran centro de modernidad y la formalidad del país ocurría en un momento en que la economía marchaba lentamente, lo

que planteaba, según Matos Mar, que estuviésemos frente a un proceso insólito y espontáneo de modernización. Siguiendo al autor, pero yendo más allá, cabe plantear que el problema no era tanto que los pobres al migrar y asentarse en la gran ciudad hubieran desbordado el Estado institucionalmente en su capacidad de atenderlos, y que estaba tentado de usar la violencia para contenerlos. Lo que había realmente empezado a ocurrir era más bien un desborde de la legalidad o, si se quiere, un desorden popular, que había superado al Estado hasta arrinconarlo, haciendo que otras economías, con sus élites respectivas, que eran invisibles -salvo para los propios habitantes de las barriadas o cono- encontraran su propio nicho y operaran a pesar o gracias a la desidia o inoperatividad del Estado. (Durand)

2.1.1.3. Enfoque Ravi Kanbur

En 2009, el economista del desarrollo Ravi Kanbur planteó un marco conceptual para distinguir entre cuatro tipos de respuestas económicas a la regulación:

A: Mantenerse dentro del ámbito de regulación y cumplir.

B: Mantenerse dentro del ámbito de regulación, pero sin cumplir.

C: Ajustar la actividad para salirse del ámbito de la regulación.

D: Fuera del ámbito de la regulación desde el principio, así que no es necesario ajustarse.

De acuerdo al marco de Kanbur, la categoría A es formal. Las otras tres categorías son informales. B es la categoría que es más claramente ilegal. Según Kanbur las regulaciones no aplican ni a C ni a D: por

ejemplo, si la regulación establece un tamaño mínimo para las empresas y estas empresas quedan debajo de este mínimo. Pero existe una diferencia clara entre ellas: la categoría C ajustó su tamaño para quedar debajo del tamaño mínimo, mientras que la categoría D siempre quedó debajo del tamaño mínimo, así que la regulación no la afectó en absoluto.

Kanbur argumenta que utilizar la etiqueta de “informal” para las categorías B, C y D oculta más de lo que revela: ya que estas son categorías distintas con características económicas específicas respecto a la regulación en cuestión. Aunque reconoce que es útil tener un agregado amplio sobre la magnitud y las características de la economía informal, Kanbur concluye que la desagregación permitirá un mejor análisis de políticas. (Kambur, 2009)

2.1.2. Importancia de la Economía Informal

Durante muchos años los gobiernos y los economistas suponían que con la combinación adecuada de políticas económicas y de recursos, las economías pobres y tradicionales se transformarían en economías modernas dinámicas. En este proceso se esperaba que el sector tradicional o informal desapareciera en la medida en que el sector moderno o formal crecería y absorbería mayor trabajo. Sin embargo, contrariamente a lo esperado, el sector informal sigue siendo considerable. Muchos países no han sido capaces de desarrollar una economía moderna capaz de proporcionar oportunidades de empleo para sus poblaciones en rápido crecimiento. El sector informal sigue siendo una de las fuentes principales de empleo, si no la principal fuente de empleo

en muchos países del mundo. Está compuesto de pequeñas empresas o de empresas por cuenta propia, con poca o ninguna organización formal o capital, y con empleo informal. (Hussmanns, Benes, & Charmes, 2013)

Tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados, el sector moderno o formal se está transformando en virtud de la globalización y de los cambios en las políticas económicas. Algunas formas de producción están cambiando, abandonan las grandes fábricas registradas y se reorganizan en unidades especializadas, más descentralizadas y flexibles. El trabajo permanente y a tiempo completo está siendo reemplazado por acuerdos contractuales no convencionales o por trabajos informales. Algunos ejemplos de formas emergentes de empleo comprenden trabajos a tiempo parcial o el empleo en una parte del año, contratos de trabajo a plazo fijo, trabajo temporal proporcionado por las agencias de empleo o contratos con empresas, el empleo informal, la subcontratación y el trabajo externo o trabajo a domicilio. No solo existe una parte importante del empleo en el sector informal y en los empleos informales fuera del sector informal, sino que los contratos y los horarios de trabajo son más complejos.

Las actividades típicas del sector informal (como el trabajo no remunerado en una empresa familiar, el trabajo asalariado ocasional, el trabajo a domicilio y la venta en la calle) son las únicas oportunidades que tienen muchas personas pobres para satisfacer sus necesidades básicas de supervivencia. En los países en los que el seguro de desempleo u otras clases de beneficios sociales son inexistentes, la única alternativa al

desempleo es incorporarse en el empleo en el sector informal.
(Husmanns, Benes, & Charmes, 2013)

El sector informal y el empleo informal interactúan estrechamente con el sector formal, la economía moderna globalizada depende en forma creciente del empleo informal, en formas como la subcontratación, el trabajo a domicilio, el trabajo por agencias y otros tipos de empleo flexible o temporal. En términos más generales, los establecimientos del sector formal pueden depender del sector informal y del empleo informal para asegurar flexibilidad y menores costos y generar mayores ingresos para sus propietarios. El sector informal no existe en forma separada del sector formal; más bien produce para él, comercia con el sector, distribuye y presta servicios al sector formal.

2.1.3. Causas de la Informalidad

Algunos fenómenos de la expansión del sector informal fueron:

- El alto costo de la legalidad.
- Actividades de fiscalización establecida por ley.
- La pobreza es uno de los factores del crecimiento de la economía informal.
- La migración de personas provenientes de zonas rurales a la Ciudad.
- La tecnología demanda personal altamente especializada y relega a las personas no cualificadas que buscan trabajo en el sector informal.
- Los salarios del sector público son insuficientes

2.1.4. Comercio

Es la actividad económica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o servicios que se afectan a través de mercader o comerciante.

2.1.4.1. El Comercio Informal

El comercio es la rama de actividad informal que más trabajadores ocupa, es considerado a su vez como una actividad refugio, donde llegan los trabajadores de otras ramas. En este sector se encuentran numerosos comercios abiertos contiguos a otras viviendas en los barrios populares, dedicados a las ventas de alimentos, bazares, prendas de vestir, comidas.

El comercio informal se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio en la calle, los llamados vendedores ambulantes, que existen en todo el país. La mayoría de origen humilde, provincianos migrantes del campo a la ciudad. (Choy & Montes, 2011)

Comercio Ambulante

El término comercio ambulatorio radicado dentro del comercio informal; comercio ambulante es el que se desarrolla en pequeñas cantidades, asimismo carecen de puestos fijos. Tradicionalmente el comercio ambulatorio ha sido considerado como la actividad informal por antonomasia. Sin embargo, no es más que una de las distintas

manifestaciones del problema que consiste en el desarrollo de actividades comerciales en la calle, al margen de las disposiciones legales. (Pari, 2015)

En ese sentido podemos hablar de dos clases de comercio ambulatorio. La primera es la itinerante; la segunda la que se ubica en lugar fijo dentro de la vía pública. Por lo general son etapas dentro del comercio ambulatorio que los comerciantes van superando a lo largo del tiempo para poder trabajar con mayor seguridad.

- **Itinerante.** - Esta primera clase de comercio ambulatorio es la que se desarrolla por comerciantes que compran pequeñas cantidades de baratijas, golosinas o víveres no perecibles y deambulan por las calles tratando de venderlos entre las personas que encuentran a su paso. Carecen pues de una ubicación fija y operan a una escala bastante reducida. Sus rentas dependen enteramente de la habilidad con que se desplacen en busca de clientes, ya que estos difícilmente irán a encontrarlos, a este nivel itinerante los ambulantes no están organizados, puesto que actúan individualmente y no tienen ubicación alguna que defender...este tipo de ambulantes no posee mayor capital físico ni recibe mayormente crédito, de manera que tiene que asumir su propia financiación y trabajan por lo general al contado. Al comenzar a laborar, este ambulante no solo está prestando un servicio sino y también invirtiendo en su capital humano, mientras deambula por las calles buscando clientes, observa que productos se venden. (Pari, 2015)

- **Lugar fijo en la vía pública.** - Esta segunda clase de comercio ambulatorio supone que el comerciante ambulante previamente ha dejado de deambular, ha identificado un lugar y se ha instalado en el para desarrollar su actividad. Implica, por consiguiente, una invasión de las calles. Lo primero que hace un ambulante que trata de invadir un lugar fijo de la vía pública es valorizar la ubicación. Para el efecto tiene que apreciar el número de clientes potenciales que lo podrían favorecer ahí diariamente. (Pari, 2015)

2.1.5. Vínculos con las Empresas Formales

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

Para entender los vínculos entre los negocios informales y las empresas formales es importante tomar en cuenta la naturaleza del sistema de producción a través del que están vinculados. Esto se debe a que la naturaleza de la conexión especialmente la asignación de autoridad y riesgo entre la empresa informal y la empresa formal varía según la naturaleza del sistema de producción, tal como se especifica a continuación:

- **Transacciones Individuales:** Algunos negocios informales u operadores por cuenta propia intercambian bienes y servicios con empresas formales en lo que quizás se podría calificar como un intercambio abierto o puro en el mercado (como unidades independientes realizando transacciones entre ellos). En estos casos la empresa dominante en relación al conocimiento del mercado y al poder normalmente la empresa formal controla el intercambio o la transacción.
- **Subsectores:** Muchos negocios informales u operadores por cuenta propia producen e intercambian bienes y servicios con empresas formales en lo que se denomina subsectores, es decir, redes de unidades independientes involucradas en la producción y distribución de un producto o una mercancía particular. En tales redes, las unidades individuales están involucradas en una serie de transacciones con proveedores y clientes. Las condiciones de estas transacciones están en gran parte reguladas por la empresa dominante en las transacciones específicas, pero también por las reglas del juego para el subsector en conjunto, las cuales están determinadas normalmente por las empresas dominantes en la red.

2.1.6. Sistema Tributario Nacional

El sistema tributario nacional es el conjunto de principios, reglas, normas que el estado peruano ha establecido en materia tributaria para establecer los tributos (impuestos, contribuciones y tasas que existen en el Perú). Se desenvuelven dentro del marco conceptual que le brinda el derecho tributario, el código tributario y la ley penal tributaria.

Los impuestos creados y vigentes dentro de un país deben responder a un ordenamiento de manera que ellos formen un verdadero organismo.

Las características fundamentales de un sistema tributario eficiente son: la suficiencia y la elasticidad; el estado debe combinar los impuestos dentro de un sistema; de manera que en conjunto le reporte recursos necesarios para el tesoro público, los que provee en presupuesto general, esto es suficiencia y por otro lado el sistema debe estar de tal manera organizado, que le permita al estado valerse de sistema en los casos no regulares en que necesite aumentar sus ingresos; sin tener que cambiar la organización o crear nuevos impuestos.

Ley Marco del Sistema Tributario Nacional

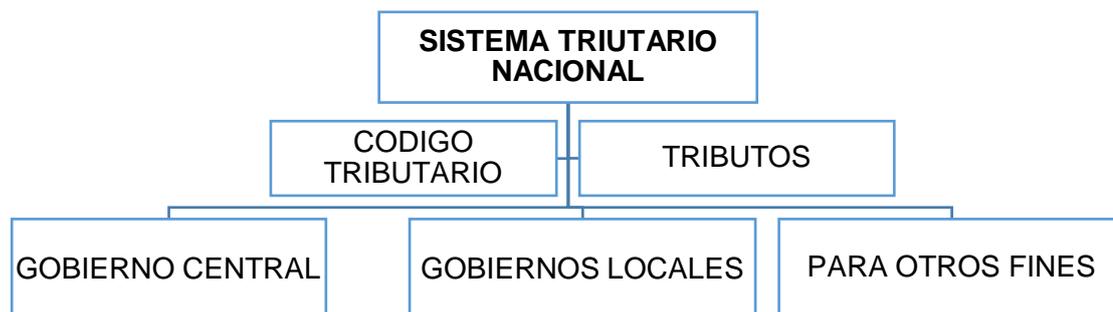
En mérito a facultades delegadas, el Poder Ejecutivo, mediante Decreto Legislativo No. 771 dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, vigente a partir desde 1994, con los siguientes objetivos:

- Incrementar la recaudación.
- Brindar al sistema tributario una mayor eficiencia, permanencia y simplicidad.
- Distribuir equitativamente los ingresos que corresponden a las Municipalidades.

El Código Tributario constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional, ya que sus normas se aplican a los distintos tributos. De manera sinóptica, el Sistema Tributario Nacional puede esquematizarse de la siguiente manera:

ESQUEMA 1

SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL



Impuesto a la Renta
 Impuesto General a las Ventas
 Impuesto Selectivo al Consumo
 Régimen Unico Simplificado
 Impuesto Especial a la Minería
 Aportaciones al Seguro Social de Salud
 Aportaciones a la Oficina de Normalización Previsional

Impuesto Predial
 Impuesto a la alcabala
 Impuesto a los juegos
 Impuesto a las apuestas
 Impuesto al patrimonio vehicular

Contribuciones al SENATI
 Contribuciones al SENCICO

Fuente: Sunat

2.1.6.1. Tributo

Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

El tributo como una obligación jurídica pecuniaria es lege, que no constituye sanción de acto ilícito, cuyo sujeto pasivo es alguien puesto en esa situación por la voluntad de la ley. (Ataliba, 1987).

Los tributos son prestaciones en dinero que el estado en ejercicio de su poder de imperio exige con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines. Tributo es una prestación obligatoria a favor del estado o de las personas jurídicas indicadas por este, que afectan al patrimonio de los obligados, cuyo destino es el financiamiento de los fines estatales. (MCTAL, 1958)

Clasificación de los Tributos

Impuesto: Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado acorde con la finalidad social del tributo, puede existir una contraprestación indirecta manifestada en la satisfacción de necesidades públicas.

El impuesto es aquella prestación en dinero realizada por los contribuyentes que por ley están obligadas al pago, cuya prestación es exigida por un ente recaudador, que siempre es el estado. Además, al realizar el pago del impuesto, el contribuyente lo hace por imperio de la ley, sin que ello proporcione una contraprestación directa por el estado y exigible por parte del contribuyente. (Maciel, 2010)

Contribución: Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades

estatales. (Texto Unico Ordenado del Codigo Tributario Decreto Supremo N° 133-2013-EF (22.06.13), 2013)

La obligación tributaria encuentra su causa en una utilidad o ventaja particular que proviene de la actividad del órgano público que va en favor de un grupo determinado de ciudadanos, en lugar de un ciudadano. (Pugliese, 1939)

Tasas: Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. (Texto Unico Ordenado del Codigo Tributario Decreto Supremo N° 133-2013-EF (22.06.13), 2013).

La tasa es también una prestación en dinero que debe pagar el contribuyente, pero únicamente cuando recibe la realización de un servicio efectivamente prestado por el ente recaudador, ya sea en su persona o en sus bienes. El contribuyente, si no recibe el servicio, se encuentra facultado a no realizar el pago al estado, por lo tanto, cuando hablamos de este tipo de clasificación, necesariamente debe existir una contraprestación por parte del estado. (Maciel, 2010)

Las Tasas, entre otras, pueden ser:

1. Arbitrios: son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.
2. Derechos: son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos.

3. Licencias: son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización. (Texto Unico Ordenado del Código Tributario Decreto Supremo N° 133-2013-EF (22.06.13), 2013)

Características Del Tributo

Carácter Pecuniario: Prestación consiste generalmente en dar sumas de dinero al estado. Una característica de nuestra economía monetaria que las prestaciones sean en dinero, aunque no es forzoso que así suceda.

Cuando se habla de pecuniario, señala que, en el caso específico de los tributos, la prestación consiste, generalmente, en dar sumas de dinero al estado. (Crespo, 2010)

Carácter Coactivo: El carácter coactivo de los tributos está presente en su naturaleza desde los orígenes de esta figura. Supone que el tributo se impone unilateralmente por los entes públicos, de acuerdo con los principios constitucionales y reglas jurídicas aplicables, sin que concurra la voluntad del obligado tributario, al que cabe impeler coactivamente el pago. (Villegas, 2002)

El elemento primordial es la coacción que el estado ejerce en virtud de su poder de imperio o poder tributario, el cual es de naturaleza política y expresión de soberanía. Se trata, pues de una prestación obligatoria y no facultativa que se manifiesta, especialmente, en la prescindencia de la voluntad del obligado en cuanto a la creación del tributo que le será exigible. (Crespo, 2010)

2.1.6.2. Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta grava las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales a aquellas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.

Las rentas de fuente peruana al impuesto están divididas en cinco categorías, además existe un tratamiento especial para las rentas percibidas de fuente extranjera.

- **Primera categoría**, las rentas reales (en efectivo o en especie) del arrendamiento o sub arrendamiento, el valor de las mejoras, provenientes de los predios rústicos y urbanos o de bienes muebles.
- **Segunda categoría**, intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave y otros.
- **Tercera categoría**, en general, las derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios.
- **Cuarta categoría**, las obtenidas por el ejercicio individual de cualquier profesión, ciencia, arte u oficio.
- **Quinta categoría**, las obtenidas por el trabajo personal prestado en relación de dependencia.

Los contribuyentes para fines del impuesto se clasifican en contribuyentes domiciliados y contribuyentes no domiciliados en el Perú y en personas jurídicas, personas naturales.

2.1.6.3. Impuesto General a las Ventas (IGV)

El impuesto general a las ventas, grava las ventas en el país de bienes muebles, la importación de bienes, la prestación o utilización de servicios en el país, los contratos de construcción y la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.

Este impuesto grava únicamente el valor agregado en cada etapa de la producción y circulación de bienes y servicios, permitiendo la deducción del impuesto pagado en la etapa anterior, a lo se denomina crédito fiscal.

2.1.6.4. Impuesto de Promoción Municipal (IPM)

Impuesto Predial: El Impuesto Predial es de periodicidad anual y grava el valor de los predios urbanos y rústicos. Para efectos del Impuesto se considera predios a los terrenos, incluyendo los terrenos ganados al mar, a los ríos y a otros espejos de agua, así como las edificaciones e instalaciones fijas y permanentes que constituyan partes integrantes de dichos predios, que no pudieran ser separadas sin alterar, deteriorar o destruir la edificación. (Empresarial, 2014)

Impuesto de Alcabala: es de realización inmediata y grava las transferencias de propiedad de bienes inmuebles urbanos o rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio; de acuerdo a lo que establezca el reglamento. (Empresarial, 2014)

Impuesto al Patrimonio Vehicular: de periodicidad anual, grava la propiedad de los vehículos, automóviles, camionetas, station wagons, camiones, buses y ómnibus es, con una antigüedad no mayor de tres (3)

años. Dicho plazo se computará a partir de la primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular (Empresarial, 2014)

Impuesto a las Apuestas: grava los ingresos de las entidades organizadoras de eventos hípicas y similares, en las que se realice apuestas. (Empresarial, 2014)

Los entes organizadores determinarán, libremente el monto de los premios por cada tipo de apuesta, así como las sumas que destinarán a la organización del espectáculo y a su funcionamiento como persona jurídica. (Empresarial, 2014)

Impuesto a los Juegos: grava la realización de actividades relacionadas con los juegos, tales como loterías, bingos y rifas, así como la obtención de premios en juegos de azar. (Empresarial, 2014)

Impuesto a los Espectáculos Públicos No deportivos: Grava el monto que se abona por presenciar o participar en espectáculos públicos no deportivos que se realicen en locales y parques cerrados. La obligación tributaria se origina al momento del pago del derecho de ingreso para presenciar o participar en el espectáculo. (Empresarial, 2014)

2.1.7. Regímenes Tributarios

2.1.7.1. Régimen Único Simplificado:

Es el primer régimen donde se encuentran las personas o negocios de menor movimiento económico establecido dentro de los rangos establecidos por la Sunat.

El nuevo Régimen Único Simplificado, es un régimen promocional de la pequeña y micro empresa, que consiste en el pago de una única cuota en forma mensual, la cual se determinara sobre la base de la categoría en la cual se ubique el contribuyente.

Pueden acogerse a este Régimen: Personas Naturales y Sucesiones Indivisas que contemplen lo siguiente:

- Los Ingresos Brutos y el monto de las compras no sean mayor a S/. 360,000.
- Los valores de los activos fijos no sean mayores a S/. 70,000.
- Deben realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva.

El contribuyente podrá acogerse únicamente al momento de inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes.

Tipo de Comprobantes a emitir:

- a. Boletas de Venta.
- b. Tickets
- c. Máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal.

Obligaciones del Contribuyente del RUS

- Pagar mensualmente la cuota del RUS de acuerdo con el cronograma de vencimientos aprobados por la SUNAT y archivar la constancia de dicho pago en orden cronológico.

- Emitir y entregar los comprobantes de pago autorizados para este régimen tributario.
- Comunicar a la SUNAT cualquier cambio que modifique los datos declarados en el RUC, como el domicilio fiscal, entre otros.
- Si tiene trabajadores independientes, debe declarar y pagar la contribución al ESSALUD, así como declarar y retenerlos el Impuesto a la Renta de Quinta Categoría y sus aportaciones a la ONP.

CUADRO 1

TABLA DE CATEGORÍAS

Categorías	Ingresos	Adquisiciones	Cuota
	Mensuales	Mensuales	Mensual
1	5,000.00	5,000.00	20.00
2	8,000.00	8,000.00	50.00
3	13,000.00	13,000.00	200.00
4	20,000.00	20,000.00	400.00
5	30,000.00	30,000.00	600.00

FUENTE: Documentación Mercantil Contable

2.1.7.2. Régimen Especial de Renta –RER

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de:

- a. Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así

como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.

- b. Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

Criterios para el acogimiento y permanencia en el RER:

Para incorporarse a este régimen, debe tener presente lo siguiente:

- a. Tratándose de contribuyentes que inicien actividades en el transcurso del ejercicio:

El acogimiento se realizará únicamente con ocasión de la declaración y pago de la cuota que corresponda al período de inicio de actividades declarado en el Registro Único de Contribuyentes, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento

- b. Tratándose de contribuyentes que provengan del Régimen General o del Nuevo Régimen Único Simplificado:

El acogimiento se realizará únicamente con ocasión de la declaración y pago de la cuota que corresponda al período en que se efectúa el cambio de régimen, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento.

Impuestos Comprendidos

Los contribuyentes que se acojan al RER, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:

CUADRO 2
TASA DE IMPUESTO

TRIBUTO	TASA
Impuesto a la Renta Tercera	1.5% sobre sus ingresos netos
Categoría	mensuales
Impuesto General a las Ventas	18%

Fuente: Documentación Mercantil contable

Comprobantes

- Facturas: Físicas y/o Electrónicas.
- Boletas de venta.
- Liquidaciones de compra.
- Tickets y cintas emitidos por máquinas registradoras o por sistemas informáticos autorizados por SUNAT.
- Notas de crédito
- Notas de débito
- Guías de remisión remitente, en los casos que se realice traslado de mercaderías.

Libros Contables

Los contribuyentes acogidos al Régimen Especial del Impuesto a la Renta deben registrar sus operaciones en los siguientes libros y registros:

- Registro de Compras.

- Registro de Ventas e Ingresos.

Así como aquellos que por otras normas legales específicas normas especiales deban llevar de acuerdo a su actividad o bienes que produzca, utilice o comercialice. (Gomez, 2013)

2.1.7.3. Régimen General

Es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores).

Aquellos contribuyentes que provienen del Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS) o del Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), que deseen incorporarse al Régimen General, pueden realizarlo en cualquier momento del año mediante la presentación de la declaración pago correspondiente al mes en que se incorporen, utilizando el PDT N° 621 o el Formulario N° 119 según corresponda. (Gomez, 2013)

Impuestos Comprendidos

Por su actividad económica:

- IGV: 18% de las ventas mensuales con derecho a deducir crédito fiscal.
- RENTA: Declaración y pagos a cuentas mensuales, de acuerdo con alguno de los siguientes sistemas de cálculo:
 - Sistema A): Método del Coeficiente sobre los Ingresos Netos mensuales.

- Sistema B): Método del 2% de los Ingresos Netos mensuales
- Declaración anual y pago de regularización: 28% sobre la renta neta imponible.
- Temporal a los Activos Netos (ITAN).
- ISC: Sólo si estuviera afecto. La tasa del impuesto, es de acuerdo con las tablas anexas de la Ley del IGV e ISC.

Libros Contables

Los perceptores de rentas de tercera categoría (sea persona natural o jurídica) cuyos ingresos brutos anuales no superen las 150 UIT (S/. 532,500 para el ejercicio 2009) deberán llevar como mínimo un Registro de Ventas, un Registro de Compras y un Libro de Diario de Formato Simplificado, Demás perceptores de rentas de tercera categoría cuyos ingresos brutos anuales superen las 150 UIT (S/. 532,500 para el ejercicio 2009) están obligados a llevar contabilidad completa. Adicionalmente, los contribuyentes del Régimen General deben llevar cualquier otro libro o registro especial que estuvieran obligados de acuerdo a las normas tributarias, al tipo de organización o a otras circunstancias particulares.

Los libros y registros que integran la contabilidad completa son los siguientes:

- a. Libro Caja y Bancos.
- b. Libro de Inventarios y Balances.
- c. Libro Diario.

- d. Libro Mayor.
- e. Registro de Compras.
- f. Registro de Ventas e Ingresos. (234-2006/SUNAT, 2007)

Asimismo, los siguientes libros y registros integrarán la contabilidad completa siempre que el deudor tributario se encuentre obligado a llevarlos de acuerdo a las normas de la Ley del Impuesto a la Renta:

- a. Libro de Retenciones incisos e) y f) del artículo 34° de la Ley del Impuesto a la Renta.
- b. Registro de Activos Fijos.
- c. Registro de Costos.
- d. Registro de Inventario Permanente en Unidades Físicas.
- e. Registro de Inventario Permanente Valorizado. (234-2006/SUNAT, 2007)

2.1.8. Libros y Registros Electrónicos SLE – PLE/ SLE- PORTAL

En el sistema de llevado electrónico el contribuyente deberá de emitir el Libro o registro electrónico; el cual consiste en la elaboración de un archivo de formato texto que cumpla con las especificaciones señaladas por la Sunat y tiene valor legal para todo efecto, en tanto sea generado en el Sistema de Libros Electrónicos dispuestos por Sunat. (Hirache, 2015)

El Sistema de Llevado de Libros y Registros Electrónicos (SLE) permite elegir entre el Programa de Libros Electrónicos (PLE) o Portal – Sunat

Operaciones en Línea (SOL) para la presentación del libro o registro electrónico. (Hirache, 2015)

Es necesario precisar que estos sistemas NO suplen al software contable de la entidad; siendo por el contrario un apoyo para la elaboración del archivo de texto a elaborar. En el caso que no se cuente con software contable, Excel resulta ser una herramienta útil. (Hirache, 2015)

A continuación, el detalle de libros y registros que se pueden llevar mediante estos sistemas electrónicos:

CUADRO 3

LIBROS Y REGISTROS ELECTRÓNICOS SLE- PLE / SLE – PORTAL

SLE- Portal R. S. N° 066-2013/Sunat	SLE- PLE R. S. N° 286-2009/ Sunat
Registro de ventas e ingresos	Registro de ventas e ingresos
Registro de compras	Registro de compras
	Libro Diario y LDFS
	Libro Mayor
	Otros (Libro caja y bancos; registro de activos fijos; registros de inventario permanente; Libro de inventario y balances; etc.)

FUENTE: Actualidad Empresarial

Como funcionan estos sistemas

- a. **SLE-PLE:** El programa de libros electrónicos – PLE, se deberá descargar desde la página web de la Sunat (www.sunat.gob.pe);

ingresar a la sección de Orientación Tributaria → Libros y Registros
→ Sistema de Llevado Electrónico.

El PLE es un aplicativo desarrollado por la Sunat que sirve para:

Para la elaboración del archivo de texto se deberá tener en consideración lo siguiente (R. S. N° 121-2014/Sunat):

- Nomenclatura del archivo
- Estructura del archivo (campos)
- Estado de la operación según el libro o registro
- Reglas de generales de los comprobantes de pago y documentos.

El resguardo de los archivos digitales generados por el envío de los libros y registros electrónicos a través del SLE- PLE (constancia de recepción y resumen), es de responsabilidad del contribuyente. En el caso de los PRICOS, deberán declarar un domicilio adicional a su domicilio fiscal, en donde se resguardará esta data. (Hirache, 2015)

- b. **SLE-PORTAL:** El acceso a este sistema de llevado electrónico del Registro de ventas e ingresos y del Registro de Compras es a través de SUNAT Operaciones en Línea, debiendo ingresar al portal de Sunat virtual con su clave SOL. (R. S. N° 066-2013-SUNAT).

No existe proceso de afiliación al SLE-SOL. La condición de Generador electrónico se adquiere al momento de generar en el sistema un registro electrónico (sea el Registro de ventas e ingresos o el registro de compras).

El contribuyente debe cumplir ciertas condiciones para obtener la condición de generador:

- Esté obligado a llevar el Registro de ventas e ingresos y el Registro de compras.
- No haya ejercido la opción de llevar la contabilidad en dólares de los Estados Unidos de América, conforme a lo regulado en el Decreto Supremo N° 151-2002-EF.
- Mantenga la condición de domicilio fiscal habido en el RUC.
- No se encuentre en estado de suspensión temporal de actividades o de baja de inscripción en el RUC.
- No haber sido incorporado o afiliado al SLE-PLE

Los efectos de la obtención de generador electrónico en el SLE – PORTAL son:

- Ingresar la información respecto de los comprobantes de pago, notas de crédito o de débito u otros documentos, según corresponda.
- Opción de cambiar el llevado electrónico de los registros del SLE-PORTAL al SLE-PLE siempre que ambos registros se lleven en uno de los referidos sistemas por cada periodo a partir del 08.05.14.
- Sustitución por parte de la Sunat en el cumplimiento de las obligaciones del generador de almacenar, archivar y conservar los registros electrónicos. (Hirache, 2015)

2.1.9. Obligación Tributaria

La obligación tributaria es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. Por tratarse de una obligación, puede ser exigida de manera coactiva.

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo jurídico entre EL Estado, acreedor tributario y el deudor tributario responsable o contribuyente, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. El vínculo jurídico creado por la obligación tributaria es de orden personal. Art. 60 C.T (Romero, 2009)

Clases de Obligación Tributaria

La doctrina dominante en la Ciencia Tributaria Contemporánea se adhiere a la opinión de que existe una obligación sustancial o principal y otras obligaciones accesorias o secundarias, también llamadas formales, de singular importancia. (Romero, 2009)

Obligación Sustancial

También llamada obligación principal, la cual constituye una prestación de carácter patrimonial, que vista desde una doble perspectiva puede ser expresada en una obligación de dar (el contribuyente) y recibir (el fisco). Dar en la generalidad de los casos una suma de dinero (art. 69 y 70 C.T. a) o una especie o especies en una excepcionalidad, constituye una tarea propia del contribuyente. Sin embargo, es preciso señalar que percibir el

valor monetario que esa pretensión supone, es una obligación que le corresponde al fisco.

También es procedente hablar de la constitución de las fianzas para asegurar el cumplimiento de pago. Art. 221 al 223 C.T. (Romero, 2009)

Obligación Formal

Son obligaciones accesorias que giran en torno a la obligación principal y que surgen de una interrelación entre el sujeto activo y sujeto pasivo de la obligación principal con la finalidad de facilitar su cumplimiento. Es preciso señalar que existen obligaciones formales tanto del sujeto pasivo, como del sujeto activo (Administrador Tributario).

- A. Obligaciones formales de los deudores tributarios:** Existe un gran número de trámites y formularios que constituyen obligaciones formales de los deudores tributarios, sean éstos personas naturales o jurídicas, aunque en este último caso estas obligaciones formales deben ser cumplidas por sus representantes. En las obligaciones formales de los deudores tributarios podemos encontrar diferentes tipos de situaciones accesorias. (Romero, 2009)
- B. Obligaciones formales de la administración tributaria:** Se trata de una responsabilidad asumida con la finalidad de facilitar el cumplimiento de las obligaciones sustanciales y formales del contribuyente como, por ejemplo, la orientación a los contribuyentes que es una de las funciones de la Administración Tributaria.

Entre las obligaciones accesorias o formales de la Administración Tributaria, podemos encontrar también un tipo de obligación activa de

hacer y otras obligaciones accesorias pasivas de no hacer y de tolerar.

(Romero, 2009)

2.1.10. Recaudación Tributaria

La recaudación tributaria es el ejercicio de las funciones que ejerce la administración pública conducente al cobro de las deudas tributaria, además se considera como la fase subsiguiente a la fase de determinación de la deuda tributaria, teniendo como objetivo la percepción

El uso más frecuente de la noción se vincula al mecanismo que dispone un Estado para el cobro de impuestos a los ciudadanos. El proceso comienza con la estipulación legal de las tasas a pagar y contempla diversas acciones para garantizar que todas las personas y las empresas paguen lo que les corresponde. (De La Cruz, 2015)

2.1.10.1. Características:

- a. Constituye una función administrativa que se desarrolla a través de procedimientos reglados dirigidos a la cobranza del tributo.
- b. Su ámbito subjetivo se extiende a todos los entes públicos.
- c. Su ámbito objetivo abarca los tributos y cualquier débito a la Hacienda Pública por ingresos de Derecho Público.

2.1.10.2. Funciones de los órganos de recaudación:

- a. Exigir las deudas tributarias a los responsables y a los sucesores.
- b. Decidir aplazamientos y fraccionamientos de las deudas tributarias.
- c. Competencias sobre la suspensión de las liquidaciones tributarias.

2.1.10.3. Formas de recaudación

Ampliación de la base tributaria

La evasión constituye un acto consciente y doloso que pretende evitar, o reducir de manera sistemática, el pago de las obligaciones tributarias, implicando acciones que violan normas legales establecidas. (Gamero & Pinto, 2015)

Lamentablemente, en el Perú la evasión se encuentra bastante generalizada y tiene una amplia aceptación social. Las causas son diversas y entre ellas se puede mencionar el deseo de obtener o retener mayores ingresos, la falta de conciencia tributaria, la complejidad de algunas normas tributarias y la estructura informal del aparato económico, sin olvidar los recurrentes períodos recesivos de nuestra economía. (Gamero & Pinto, 2015)

2.1.10.4. Factores determinantes de la recaudación tributaria

Los determinantes directos: los factores que, en forma directa, participan en la conformación de los datos de recaudación tributaria y ellos son:

1. **La legislación tributaria.** La estructura de los impuestos es fijada por leyes, que especifican el objeto del gravamen, el nacimiento del hecho imponible, la base imponible y las demás características de sistema de determinación del tributo, así como también establecen las alícuotas a aplicar y las exenciones que se otorgan. (Huamani, Ochoa, & Palomino, 2015)

2. **El valor de la materia gravada.** Es la magnitud, medida en valores monetarios, de los conceptos económicos gravados por la legislación tributaria. Conceptos agregados tales como las ventas minoristas, las importaciones, los ingresos y bienes personales y las ganancias y activos societarios son habitualmente utilizados como aproximaciones a los objetos de los impuestos. (Huamani, Ochoa, & Palomino, 2015)
3. **Las normas de liquidación e ingreso de los tributos.** Son las normas dictadas, en general, por el organismo recaudador, que establecen los procedimientos para el ingreso de los impuestos, los medios de pago que pueden ser utilizados y las fechas en las que deben abonarse. (Huamani, Ochoa, & Palomino, 2015)
4. **El incumplimiento en el pago de las obligaciones fiscales.** Está definido como la omisión del ingreso en el periodo corriente de las obligaciones tributarias con vencimiento en el mismo. El incumplimiento puede tomar dos formas:

La mora, que involucra a aquellas obligaciones tributarias que son reconocidas por los contribuyentes a través, por ejemplo, de la presentación ante el organismo recaudador de las declaraciones juradas pertinentes, pero no son abonadas en los plazos establecidos por la Legislación.

La evasión. A diferencia de la mora, el rasgo distintivo de la evasión es el ocultamiento total o parcial del valor de los conceptos económicos gravados. El contribuyente evasor puede estar inscripto

en el organismo recaudador, presentar su declaración formal y abonar el impuesto que engañosamente ha sido determinado en ella o puede ni siquiera estar registrado en ese ente. (Huamani, Ochoa, & Palomino, 2015)

5. Los factores diversos. Finalmente, para disponer de la totalidad de los elementos que participan en la formación de los valores de recaudación tributaria debe agregarse un conjunto de variables, en general de índole administrativa.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT

De acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002- PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT con las facultades y prerrogativas que le son propias en su calidad de administración tributaria y aduanera, tiene por finalidad.

- Administrar, aplicar, fiscalizar y recaudar los tributos internos del Gobierno Nacional, con excepción de los municipales, desarrollar las mismas funciones respecto de las aportaciones al Seguro Social de Salud (ESSALUD) y a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), facultativamente, respecto de obligaciones no tributarias de ESSALUD y de la ONP, que de acuerdo a lo que por convenios internacionales se establezcan.
- Dictar normas en materia tributaria, aduanera y de organización interna.
- Implementar, inspeccionar y controlar la política aduanera en el territorio nacional, aplicando, fiscalizando, sancionando y recaudando los tributos y aranceles del gobierno central que fije la legislación aduanera y los tratados y convenios internacionales.
- Facilitar las actividades aduaneras de comercio exterior.
- Inspeccionar el tráfico internacional de personas y medios transportes.
- Desarrollar las acciones necesarias para prevenir y reprimir la comisión de delitos aduaneros y tráfico ilícito de bienes.
- Proponer al Ministerio de Economía y Finanzas la celebración de acuerdos y convenios internacionales referidos a materia tributaria y aduanera y participar en la elaboración de los proyectos de dichos acuerdos y convenios.

- Liderar las iniciativas y proyectos relacionados con la cadena logística del comercio exterior, cuando tengan uno o más componentes propios de las actividades aduaneras.
- Proveer servicios a los contribuyentes, responsables y usuarios del comercio exterior a fin de promover y facilitar al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

2.1.11. Evasión Tributaria

La evasión tributaria es la disminución de un monto de tributo producido dentro de un país por parte de quienes estando obligados a abonarlo y no lo hacen, en cambio si obtiene beneficios mediante comportamientos fraudulentos. (Camargo D. F., -)

La tributación es la primera fuente de los recursos que tiene el Estado para cumplir con sus funciones y, por lo tanto, constituye un factor fundamental para las finanzas públicas, asimismo, debe comprenderse que la evasión, reduce significativamente las posibilidades reales de desarrollo de un país y obliga al Estado a tomar medidas que a veces, resultan más perjudiciales para los contribuyentes que si aportan, como por ejemplo, la creación de tributos o el incremento de las tasas ya existentes, creando malestar y propiciando mayor evasión. (Casas, 2015)

La evasión fiscal, evasión tributaria o evasión de impuestos es una figura jurídica consistente en el impago voluntario de tributos establecidos por la ley. Es una actividad ilícita y habitualmente está contemplado como

delito o como infracción administrativa en la mayoría de los ordenamientos.

Elementos de la evasión tributaria

Sujeto Pasivo: Es el sujeto pasivo de la relación tributaria, exhibe una característica muy connotativa, pues, evidentemente, actúa sobre el patrimonio propio al defraudar eludiendo el pago de tributos, un tanto análogo con lo que acontece con los delitos de quiebra, por lo tanto, este delito base es el gran pórtico para las demás infracciones penales que se encuentran alojadas en los artículos 2, 3, 4 y 5 del D. Legislativo 813. Y ello explica que tan solo sea sujeto activo, en esta hipótesis delictiva, precisamente el deudor tributario; obligación impositiva tributaria tiene que haber nacido, es decir, ha de estar incorporada al patrimonio de sujeto, para que justamente sea un deudor. (Casas, 2015)

Sujeto Activo: Es el Estado, al cual le pertenece la potestad tributaria. El artículo 74 de la Constitución destaca el uso del JUS IMPERIUM y que el vínculo tributario se determina solo por Ley. Sin embargo, no debe olvidarse que el tributo se encuentra en función de fines, de procesos de distribución y redistribución, por lo que la colectividad también resulta afectada.

El agraviado es el órgano administrador del tributo, que es la persona jurídica en la cual recae la acción que efectuó al fraude. En nuestro caso le corresponde a la Superintendencia Nacional de Aduana y de Administración Tributaria. (SUNAT 2012)

Causas de la evasión tributaria

Hay algunas de tipo macroeconómico y son:

a. La inflación

La elevación permanente y constante del nivel general de precios afecta el cumplimiento tributario, porque reduce el ingreso real de los contribuyentes. En muchos casos el contribuyente pretende mantener su capacidad adquisitiva a través del no pago al fisco, para lo cual se vale de algunas acciones ilícitas. Así, el menor poder adquisitivo es cubierto con el monto evadido, por lo que inflación y evasión, se encuentran estrechamente relacionados, para ello se ha previsto:

Aumentar los ingresos fiscales permanentes. Se vienen implementando medidas orientadas a ampliar la base tributaria de manera permanente a través de:

- El ataque frontal contra la evasión fiscal que es alta (cerca de 35% en el IGV y mayor a 50% en el Impuesto a la Renta).
- La reducción del contrabando (cerca de 3% de las importaciones).
- La mayor formalización y fiscalización (especialmente trabajadores independientes).
- El énfasis en las transacciones electrónicas que no sólo facilitan el cumplimiento tributario y aduanero sino generan mejor y mayor oportunidad en la información.

b. La recesión de la economía

Se entiende por recesión la caída del PBI real, caída de la producción y aumento del desempleo.

Del mismo modo, la reducción en el nivel de actividad por tanto en el nivel de ingresos, es financiada con atrasos al fisco, de esta forma, el incumplimiento de las obligaciones tributarias y la evasión son mecanismos utilizados por los contribuyentes para suavizar los impactos temporales negativos en su nivel de ingresos.

c. Actitud Social

Esta depende de las convicciones éticas de la sociedad acerca del cumplimiento tributario, lo que está directamente relacionado con el rol de las normas sociales en cada país, región o ciudad.

La evasión prospera cuando la sociedad participa de ella perdonándola, de lo contrario quedara limitada a un reducido número de individuos. En suma, los ciudadanos a la larga son parte responsable en la prevención de la evasión, conducta que tiene que ver con el proceso de concientización tributaria.

Dentro de la Actitud Social podemos referirnos a la conciencia tributaria de los ciudadanos.

La conciencia Tributaria está referida a actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos.

El resultado del proceso de formación de la conciencia tributaria lleva a que la persona adopte distintas posiciones desde tolerar la evasión y el contrabando hasta no tolerar en lo absoluto.

2.1.12. Infracciones y sanciones tributarias

Según lo establecido en el artículo 164º del Código Tributario, el mismo que fuera aprobado por Decreto Supremo N° 133-2013-EF, la infracción tributaria es definida como toda acción u omisión que importe la violación de las normas tributarias, siempre que se encuentre tipificada como tal en el Código Tributario o en otras leyes o decretos legislativos. (Rengifo, 2014).

Tipos de infracciones

Nuestro Código Tributario clasifica a las infracciones tributarias según la naturaleza de la obligación o deber tributario. En ese sentido, el artículo 172º del Código Tributario, en referencia a los tipos de infracciones, establece que las mismas se originan por el incumplimiento de las siguientes obligaciones:

a. De inscribirse, actualizar o acreditar la inscripción

Las infracciones comprendidas en este grupo se encuentran referidas principalmente al incumplimiento de obligaciones relativas a la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), así como al incumplimiento de obligaciones relacionadas a la obligación de proporcionar información para la inscripción y de mantener actualizado el registro.

b. De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago y/u otros documentos

En este grupo se encuentran contenidas aquellas infracciones relacionadas con la obligación de emitir y/u otorgar comprobantes de

pago, guías de remisión y otros documentos complementarios a éstos, los mismos que deberán contar con todos los requisitos y características contenidos en el Reglamento de Comprobantes de Pago y otras normas conexas.

c. De llevar libros y/o registros o contar con informes u otros documentos

Las infracciones comprendidas en este grupo se encuentran relacionadas principalmente a la obligación de llevar libros y registros relacionados a asuntos tributarios, así como a la obligación de registrar de manera correcta y oportuna las operaciones realizadas por el deudor tributario.

El control del cumplimiento de estas obligaciones permite a la Administración Tributaria controlar el nivel del cumplimiento en el pago de tributos que se hubieran originado por la realización de hechos generadores de obligaciones tributarias.

d. De presentar declaraciones y comunicaciones

Este grupo de infracciones agrupa a aquellas que se origina en el incumplimiento de la obligación consistente en presentar declaraciones determinativas y/o informativas, así como de otras comunicaciones en la forma, plazo y lugar establecido.

e. De permitir el control de la Administración Tributaria, informar y comparecer ante la misma

Las infracciones contenidas en este grupo se encuentran vinculadas a las obligaciones formales consistentes en la exhibición de libros y registros contables, presentación de documentación susceptible de generar obligaciones tributarias, obligación de comparecer ante la Administración

Tributaria y en general a todas aquellas obligaciones que puedan coadyuvar a las labores de verificación y/o fiscalización de la Administración Tributaria.

f. Otras obligaciones tributarias

En este grupo el Código Tributario agrupa a aquellas infracciones estrechamente vinculadas con conductas negligentes del contribuyente en el proceso de determinación de la obligación tributaria, tales como el omitir declarar ingresos o el hacer uso de un crédito indebido al determinar la obligación tributaria, por citar algunos casos.

CUADRO 4

TIPO DE INFRACCIONES TRIBUTARIAS

TIPO DE INFRACCIONES TRIBUTARIAS	
CÓDIGO	OBLIGACIÓN INCUMPLIDA
TRIBUTARIO	
Artículo 173°	De inscribirse, actualizar o acreditar la inscripción.

	De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago y/u otros documentos
Artículo 174°	
	De llevar libros y/o registros o contar con informes u otros documentos.
Artículo 175°	
	De presentar declaraciones y comunicaciones.
Artículo 176°	
	De permitir el control de la Administración Tributaria, informar y comparecer ante la misma.
Artículo 177°	
	Otras obligaciones tributarias.
Artículo 178°	

Fuente: Fiscalización Tributaria – Enfoque Contable

2.1.13. Contrabando

El que elude o burla el control aduanero ingresando mercancías del extranjero o las extrae del territorio nacional o no las presenta para su verificación o reconocimiento físico en las dependencias de la Administración Aduanera o en los lugares habilitados para tal efecto, cuyo valor sea superior a cuatro (4) Unidades Impositivas Tributarias, será reprimido con pena privativa de la libertad no menor de cinco ni mayor de ocho años, y con trescientos sesenta y cinco a setecientos treinta días-multa. (Javier, 2014)

Clases de contrabando

Dentro de la división tradicional en base a la doctrina, podemos diferenciar dos tipos de contrabando:

El contrabando abierto: - Consiste en el ingreso o salida de mercancías al territorio aduanero nacional sin ser presentadas o declaradas ante la autoridad aduanera por lugares habilitados (puertos y aeropuertos) y lugares no habilitados (Playas, trochas, pasos de frontera, aeropuertos, puertos, depósitos). Su objetivo, es eludir el pago de los tributos aduaneros como arancel, IGV u otros derechos.

El contrabando técnico: Consiste en el ingreso de mercancías (o salida) al territorio aduanero nacional con presentación y declaración, pero que por una serie de maniobras fraudulentas se altera la información que se le presenta a la autoridad aduanera, con el fin de: hacer factura doble, evadir el cumplimiento de requisitos legales, cambiar la posición arancelaria u obtener otros beneficios aduaneros o tributarios (triangulación con certificados de origen). Para este propósito se acude a la presentación de documentos falsos o a la ausencia de autorizaciones o documentos requeridos para los trámites aduaneros. El objetivo del contrabando técnico es pagar menos tributos o aranceles aduaneros con respecto a la mayor cantidad de mercancías realmente ingresadas al territorio. (Javier, 2014)

2.1.14. Estimación del contrabando en el Perú

Al respecto, la SUNAT y la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), son las dos únicas instituciones que han efectuado estimaciones del contrabando en el Perú. Cabe señalar que la SUNAT estima el contrabando medido a valores CIF de las mercancías, mientras que la SNI lo realiza en base a valores de mercado de las mercancías.

Determinar la verdadera magnitud del contrabando no es tarea fácil debido a que se trata de una actividad ilegal y oculta. Además, a esta dificultad hay que añadir el hecho que no existe una metodología de uso internacional para su medición y que en el Perú existe una escasez de estudios sobre este tema.

CUADRO 5
ESTIMACIÓN DEL CONTRABANDO EN EL PERÚ

(Millones de US\$)

FUENTES	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
								MONTO	PART. (%)
TOTAL CONTRABANDO (V)= (I)+(II)+(III)+(IV)	333	321	349	386	425	501	519	480	100,0
I. Ingreso directo por fronteras	129	172	189	196	227	276	315	299	62,3
Puno	106	136	147	158	186	213	235	233	48,6
Zona Norte	23	36	41	39	41	63	80	66	13,7
II. Ingreso por frontera y beneficio arancelario	102	90	96	109	126	136	129	120	25,1
Tacna	102	90	96	109	126	136	129	120	25,1
III. Zonas que gozan de beneficio arancelario	26	23	27	42	44	33	20	13	2,6
PECO	26	23	27	42	44	33	20	13	2,6
IV. Otras fuentes	76	36	37	39	27	56	55	48	10,0
Aduana Marítima	-	-	20	22	17	28	34	31	6,4
Aduana Aérea	43	36	17	18	10	28	21	17	3,6
Tráfico Fronterizo ^{1/}	33	-	-	-	-	-	-	-	-
Contrabando / Importaciones (%)	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8	2,3	1,7	2,2	
Memo:									
Subvaluación (Millones de US\$)		52	74	99	121	189	245	273	
Subconteo (Millones de US\$)		3	2	2	2	3	6	4	

Fuente: SUNAT

Fuentes de origen

A continuación, se muestra las siguientes fuentes de origen del contrabando, respecto de las cuales se han hecho estimaciones.

- Ingreso directo por fronteras: tal es el caso del contrabando que ingresa por Puno y el Ecuador.

- Ingreso directo por frontera, y que además sea una zona con beneficio arancelario: Tacna es la única zona del país que cumple con estas dos características.
- Ingreso formal a zona geográfica que goza de beneficio arancelario: corresponde a las importaciones que se acogen al Convenio Peruano – colombiano, y que luego se “reexportan” al resto del territorio nacional sin pagar los tributos diferenciales.

Es importante señalar, que las fuentes identificadas y sus áreas de influencia constituyen alrededor del 80% de las acciones de prevención y represión del contrabando efectuada por la SUNAT en el 2009, lo cual otorga una muestra representativa que asegure una adecuada estimación del nivel del contrabando en el Perú.

Debido a la existencia de varias fuentes de origen del contrabando, la metodología de estimación consta de varios métodos de medición (histórico – descriptivo, analítico e inductivo), con el propósito de efectuar estimaciones de los flujos comerciales no registrados y su evolución, según sea el caso.

Finalmente, se debe señalar que la metodología utilizada está sujeta a revisión y perfeccionamiento continuo, acorde con los cambios normativos y la disponibilidad de las estadísticas nacionales e institucionales. Lo que si queda claro es que una medición cuantitativa fiable del contrabando puede mejorar la política de lucha contra este fenómeno.

2.2. Marco Conceptual

CAPACIDAD TRIBUTARIA.

Tienen capacidad tributaria las personas naturales o jurídicas, comunidades de bienes, patrimonios, sucesiones indivisas, fideicomisos, sociedades de hecho, sociedades conyugales de hecho, sociedades conyugales u otros entes colectivos, aunque estén limitados o carezcan de capacidad o personalidad jurídica según el derecho privado o público, siempre que la legislación le atribuya la calidad de sujetos de derechos y obligaciones tributarias.

COMERCIO

Actividad propia del intercambio, representa la negociación que realizan las personas físicas o jurídicas comprando, vendiendo o permutando toda clase de bienes. Actividad que se desempeña con carácter profesional y ánimo de lucro y que persigue la intermediación de bienes y servicios en el mercado.

COMERCIANTE

Es la persona dedicada a realizar transacciones de compra venta en un mercado ya sea como empresario individual o en representación de una sociedad, la actividad que realiza puede ser al por mayor o al por menor.

CONTRABANDO.

Es un tipo de evasión que consiste en la introducción o salida ilegal o clandestina del territorio nacional de mercaderías sujetas a impuestos.

DEUDOR TRIBUTARIO

Deudor tributario es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria sea como contribuyente o como responsable. Contribuyente es aquel respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria y responsable es aquel que sin tener la condición de contribuyente debe cumplir la obligación atribuida a este.

EDUCACION TRIBUTARIA

Es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias pasa antes que asumir el sentimiento de pertenencia a una sociedad, el grado de participación en su sostenimiento y en la responsabilidad respecto a su futuro. Implica desarrollar primero nuestra conciencia ciudadanía de compromiso responsabilidad con la sociedad y el Estado, derivándose de ella nuestros deberes tributarios.

EVASION TRIBUTARIA

Es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país, por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y logran tal resultado mediante conductas violatorias de disposiciones legales.

IMPUESTO

El impuesto es un aporte obligatorio. Un impuesto no se origina para que el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino como un hecho independiente, por ejemplo, el Impuesto a la Renta se destina a financiar el presupuesto público, que podría contener obras y servicios que beneficien a otras poblaciones distintas de los aportantes.

INFORMAL

Adjetivo, nombre sustantivo. Que no se ajusta a las reglas sociales, que no es serio ni puntual. Está constituido por un conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer.

OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.

RECAUDAR

Recibir por la hacienda pública las cantidades debidas por los contribuyentes por el pago de sus impuestos o tasas, la recaudación comporta unos ciertos costos, que han de tenerse en cuenta para calcular el neto de la misma, en algunos casos tales costos, cuando son elevados y para bases muy reducidas, inciden a la abolición del impuesto.

SECTOR INFORMAL

Determinado por un conjunto de unidades económicas dedicadas a la producción mercantil de bienes o servicios que no cumplen con las normas tributarias que trabajan en pequeña escala que no existe una separación precisa entre el capital y el trabajo.

TASA

Cantidad o porcentaje que debe aplicarse a la base imponible para determinar el impuesto.

TRIBUTO

Son las prestaciones comúnmente en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder tributario, con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines. Son tributos los impuestos, tasas y contribuciones.

2.3. Hipótesis de la Investigación

Hipótesis General

El nivel de informalidad influye negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016.

Hipótesis Específicas

- Los factores económicos, sociales y culturales influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru.
- La informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir tiene incidencia negativa en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Método de Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de Investigación titulado: “Análisis de la informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016” se utilizaron los siguientes métodos:

3.1.1. Método Inductivo

La inducción es el método que consiste en iniciar de lo particular para llegar a lo general, de los hechos a las causas y al descubrimiento de leyes. (Charaja)

El presente de trabajo de investigación se realizó mediante el método inductivo ya que implica recopilación de información mediante preguntas, interpretación contextual la característica de este método es que parte del hecho particular a lo general en el presente proyecto investigación es la determinar las causas que generan la informalidad, de esta manera determinar el nivel de informalidad de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru y su incidencia en la recaudación tributaria.

3.1.2. Método Analítico – Descriptivo

Mediante este método se realizó un análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema de la informalidad, todo ello nos permite describir, evaluar, examinar e interpretar minuciosamente las probables causas y factores que originan este problema, teniendo como base las variables presentadas y determinando cuánto deja de percibir la Administración Tributaria (SUNAT) de estos comerciantes.

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. Población

La población para el presente trabajo de investigación, está conformado por los comerciantes dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca quienes están ubicados en el mismo mercado Acomita II, así como en calles aledañas, comerciantes del Jirón Túpac Amaru y del Jirón Huancané.

CUADRO 6

DISTRIBUCIÓN DE COMERCIANTES

UBICACIÓN	NUMERO DE COMERCIANTES
JIRON TUPAC	65
JIRON HUANCANE	18
ACOMITA II	288
TOTAL	371

ELABORADO: Por la ejecutora.

3.2.2. Muestra

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el método de muestreo expresado en la fórmula:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confiabilidad al 95% lo que implica que $Z=1.96$

E: Error de estimación. $E=0.05$

S: Desviación Standard (40%) $S=0.40$

N: Población $n=371$

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

$$n = \frac{0.40^2}{\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.40^2}{371}}$$

$$n = 147.87$$

Por tanto, reemplazando se obtiene que la muestra para el presente trabajo de investigación está constituida por 148 comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru.

3.2.2.1. Selección de la muestra

A través del método probabilística para lo cual se eligió al número de comerciantes por rubro identificado para el presente estudio.

$$n_n = \frac{N_1 * n}{N}$$

JIRON TUPAC

$$n_1 = \frac{65 * 148}{371} = 26$$

ACOMITA II

$$n_2 = \frac{288 * 148}{371} = 115$$

JIRON HUANCANE

$$n_3 = \frac{18 * 148}{371} = 7$$

La muestra para el presente trabajo de investigación representa 148 comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru con un margen de error del 5%.

CUADRO 7
DISTRIBUCIÓN DE COMERCIANTES

UBICACIÓN	NUMERO DE COMERCIANTES
JIRON TUPAC	26
JIRON HUANCANE	7
ACOMITA II	115
TOTAL	148

ELABORADO: Por la ejecutora

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.3.1. Técnica de recolección de datos

Análisis Documental:

Esta técnica nos permitió recopilar información obtenida de libros, informes, tesis, revistas especializadas que esta detallado en nuestro marco teórico la información obtenida fue de bastante utilidad para sustentar la hipótesis.

Observación Directa:

Esta técnica se realizó en el mercado, teniendo como lineamientos generales el mismo formato de la entrevista para así completar o esclarecer los datos proporcionados por los comerciantes y de esta manera determinar la veracidad de la información que nos fue proporcionada.

3.3.2. Instrumentos**Guía de Cuestionario**

A pesar de todas sus limitaciones, los cuestionarios son instrumentos eficaces para recopilar datos sobre el comercio informal. Mediante el cuestionario se recopiló datos por medio de un conjunto de cuestionarios que fueron diseñados, esto nos permitió identificar el nivel de informalidad con que cuenta cada uno de los comerciantes y conocer su incidencia en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca.

La aplicación de este instrumento fue esencial para el presente trabajo de investigación ya que se formuló un cuestionario con 24 ítems, que respondían a los indicadores de nuestras variables.

3.3.3. Técnicas para el procesamiento de datos**Cuadros Estadísticos:**

Esta técnica permitió tabular los resultados obtenidos a través de cuadros estadísticos los cuales fueron analizados e interpretados la información obtenida durante la ejecución del cuestionario y detallados cada uno de ellos para una mejor comprensión.

Gráficos Estadísticos

Esta técnica nos permitió estructurar los resultados obtenidos en el cuestionario que se desarrolló en gráficos estadísticos los mismos que se analizaron e interpretaron.

3.4. Características del área de Investigación

Ubicación Geográfica

Juliaca, capital de la Provincia de San Román, conocida como “La Ciudad de los vientos”, se encuentra en la parte central de la meseta del Collao, ocupa el área comprendida entre las cadenas occidental y oriental de los Andes Meridionales o Andes del Sur, y al Noroeste del Lago Titicaca.

Coordenadas: La ciudad de Juliaca se encuentra entre las siguientes coordenadas geográficas:

15°29'24” de latitud sur

70°08'00” de longitud oeste

Altitud: Según la clasificación Regional del Dr., J. Pulgar V., Juliaca se ubica en la zona de la “tierras altas” o Región Suni a 3,824 m.s.n.m. zona central.

Límites. - Los límites del distrito de Juliaca son:

Norte: Provincia de Lampa y Azángaro

Sur: Provincia de Puno

Este: Provincia de Huancané y Azángaro

Oeste: Región Arequipa y Moquegua

CLIMA: El clima del distrito de Juliaca, es frígido y seco, existiendo fuertes corrientes de aire. La temperatura máxima oscila entre 20.7 grados y una mínima de -7.30 grados bajo cero y una temperatura media de 11.6 grados.

Mercado Internacional Tupac Amaru

El mercado Internacional Túpac Amaru es uno de los mercados más conocidos y concurridos, pero, sin duda, el más visitado por propios y extraños. Su fama combina la variedad de mercadería que el contrabando puede otorgar a precios bajos y el emprendimiento aimara que ha logrado que Juliaca sea conocida como la ciudad comercial del sur andino. El nombre lo pusieron los fundadores en consideración con el nombre que llevaría dicho barrio Túpac Amaru. El mercado tiene 52 años desde sus inicios en sus actividades comerciales fue fundada el 18 de diciembre de 1965 José Aguilar Caso, fundador del mercado. (Mamani, 2015)

En el mercado Túpac Amaru está organizado principalmente en 5 “ACOMITAS” (Asociaciones de Comerciantes Minoristas Túpac Amaru). La parte más antigua del mercado es la zona oeste, que colinda con el jirón Túpac Amaru. Con el tiempo, otros comerciantes provenientes del jirón Moquegua también fueron trasladados a esta parte, cercana al monumento a Túpac Amaru. (Diario los andes 24 de octubre 2015).

Casi la mitad del terreno está en calidad de alquiler a los comerciantes. La otra mitad, donde se ubican las ACOMITAS 3, 4 y 5, fue donada por los anteriores propietarios, por lo que, en la actualidad, los comerciantes ubicados allí pagan un autoevalúo.

Para el presente trabajo de investigación, está conformado por los comerciantes dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca quienes están ubicados en el mismo mercado Acomita II, así como en calles aledañas, comerciantes del Jirón Túpac Amaru y del Jirón Huancané.

Acomita II: El mercado Internacional Túpac Amaru está organizado en 5 Acomitas parte de los comerciantes del Acomita II son comerciantes dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir que en su mayoría cuentan con puesto propio, cabe indicar que los comerciantes fueron trasladados del Jirón Moquegua.

Jirón Tupac Amaru: Estos son comerciantes ubicados en calles aledañas respecto a los comerciantes del Jirón Túpac Amaru son personas migrantes provenientes de diversas provincias de la región con respecto al espacio donde expanden sus mercaderías como señalan los comerciantes son espacios prestados (veredas) e incluso en algunos casos están en calidad de alquiler, así como existen tiendas.

Jirón Huancané: Respecto a los comerciantes una gran parte son tiendas al igual que los comerciantes del jirón Túpac existen comerciantes ubicados en veredas por los cuales pagan alquiler con respecto a estos comerciantes comenzaron como ambulantes con el pasar del tiempo fueron ubicándose en un lugar específico.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente ítem se muestra el análisis y los resultados obtenidos, una vez realizado el trabajo de investigación, con la finalidad de alcanzar cada uno de los objetivos planteados y de esta manera se podrá aceptar o rechazar las hipótesis propuestas, cabe indicar que los cuadros presentados están formulados de acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación.

4.1. EVALUAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU

Con los resultados obtenidos se determinó cuáles son los factores preponderantes que generan la informalidad en los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca.

CUADRO 8

**NIVELES DE ESTUDIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
INTERNACIONAL TÚPAC AMARU 2016**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Primaria	33	0.22	22%
Secundaria	61	0.41	41%
Superior	54	0.36	37%
Ninguna	0	0.00	0%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: Niveles de estudio

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

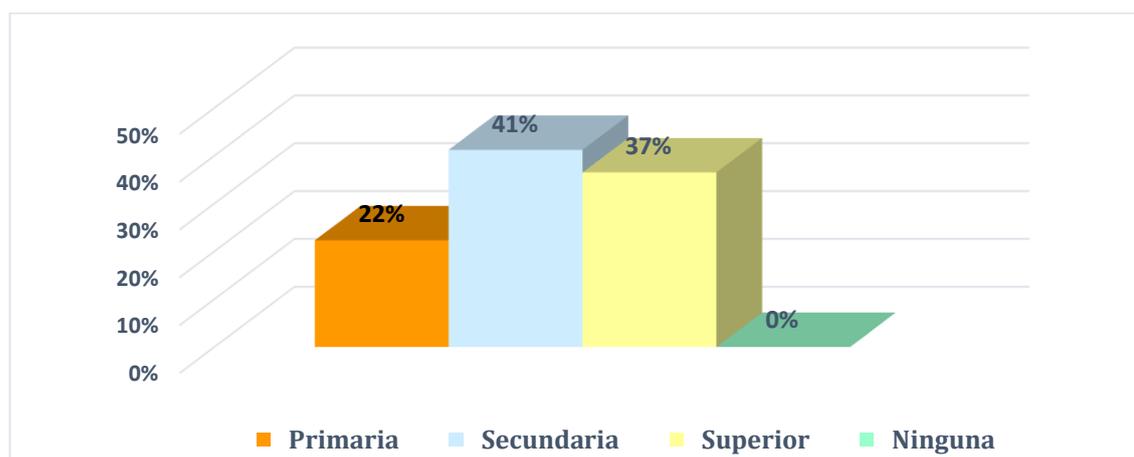


Gráfico 1 Niveles de estudio de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru 2016

Fuente: Cuadro 8

ANÁLISIS: Esta consulta se realizó con el fin de determinar si el grado de instrucción, si influye en la informalidad de los comerciantes.

Como se puede observar en la Cuadro 8 se determinó que el 41% de comerciantes cuentan con estudios secundarios, 37% con estudios superiores y

el 22% con estudios primarios esto nos demuestra que el nivel de conocimiento de los comerciantes es regular, tal como se puede apreciar un gran porcentaje cuenta con estudios secundarios durante la ejecución del cuestionario los comerciantes afirmaron que se dedican al comercio, ya que es lo único que le permiten solventar sus gastos familiares debido a que con su grado de instrucción no pueden conseguir un trabajo e incluso el pago que puedan percibir no cubre con sus necesidades viéndose obligados a dedicarse al comercio informal ya que obtienen mayores ingresos, de esta manera independizarse económicamente, para el presente trabajo de investigación el factor cultural constituye un factor importante ya que a menor grado de instrucción mayor sería el desconocimiento que dificultaría la comprensión en materia tributaria.

CUADRO 9

CAUSAS POR LAS CUALES DEDICAN A LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
No encontré trabajo asalariado.	13	0.09	9%
Obtiene mayores ingresos.	31	0.21	21%
Quiere ser independiente	72	0.49	49%
Por tradición familiar.	14	0.09	9%
Por necesidad	18	0.12	12%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: Razones Por Las Cuales Se Dedican A La Actividad Comercial

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

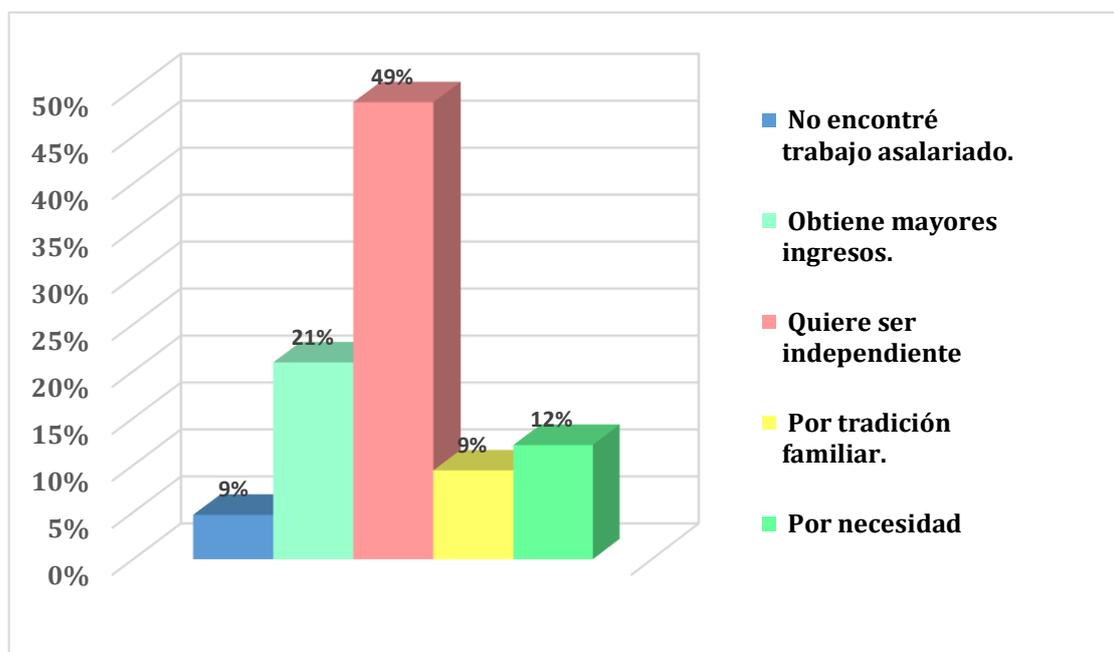


Gráfico 2 Causas por las cuales dedican a la actividad comercial en el Mercado Internacional Túpac Amaru - Juliaca

Fuente: Cuadro 9

ANALISIS: El objetivo de este cuestionario se realizó con el fin de determinar las razones las razones por las cuales los comerciantes se dedican a la actividad comercial.

De los resultados obtenidos en la Cuadro 9 el 49% de comerciantes indican que se dedican a la actividad comercial para independizarse económicamente, el 21% indicaron por medio de esta actividad obtienen mayores ingresos, el 12% por tradición familiar, tal como se puede observar los comerciantes optan por la actividad comercial ya que quieren trabajar de manera independiente muchos de estos comerciantes son migrantes provenientes de distintas provincias de la región como indica Hernando de Soto los comerciantes informales saben mejor que nadie lo que quieren y lo que les conviene, lo que buscan es realizar las mismas actividades formales es decir convertirse en empresarios ya que en su mayoría son gente emprendedora.

CUADRO 10

DONDE APRENDIERON ACERCA DE TRIBUTACIÓN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
En el centro educativo.	64	0.43	43%
En la televisión.	25	0.17	17%
Charlas de la SUNAT.	6	0.04	4%
En ningún lugar.	53	0.36	36%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

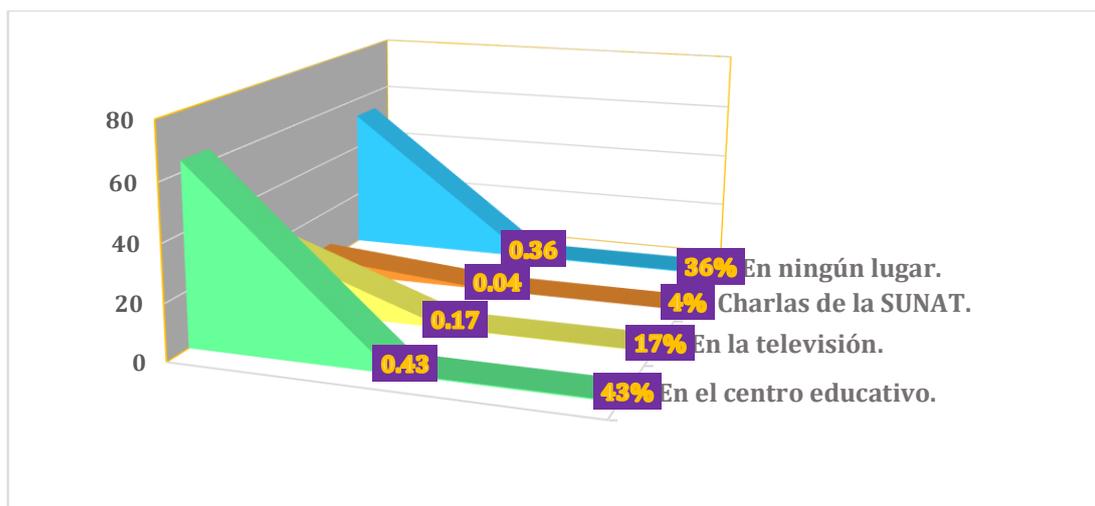


Gráfico 3 Donde aprendieron acerca de tributación los comerciantes del mercado internacional

Fuente: Cuadro 10

ANALISIS: La finalidad con este cuestionario es determinar si el factor en conocimiento tributario influye en la informalidad.

En el cuadro se puede observar que el 43% de comerciantes indicaron que aprendieron acerca de tributación en los centros educativos tengamos en cuenta

que un gran porcentaje de comerciantes cuentan con estudios secundarios es claro la dejadez por parte de la administración tributaria en brindar orientación tributaria que es reflejado solo en un 4% en charlas tributarias brindadas siendo la obligación y función de esta, orientadora así como la educación y asistencia al contribuyente, el 36% de comerciantes señalaron que nunca se les dio a conocer información sobre lo que es tributación por lo tanto el factor educativo si influye en la informalidad. El estado debería brindar fomentar y brindar información por los medios televisivos sería recomendable realicen propagandas fomentando una cultura tributaria por aquellos programas que cuenta con una gran aceptación por parte del público.

CUADRO 11

INSTITUCIONES QUE IMPARTIERON CAPACITACIONES EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Sunat.	11	0.07	7%
Municipio.	5	0.03	3%
Universidades.	47	0.32	32%
Otros.	6	0.04	4%
Ninguno.	79	0.53	53%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

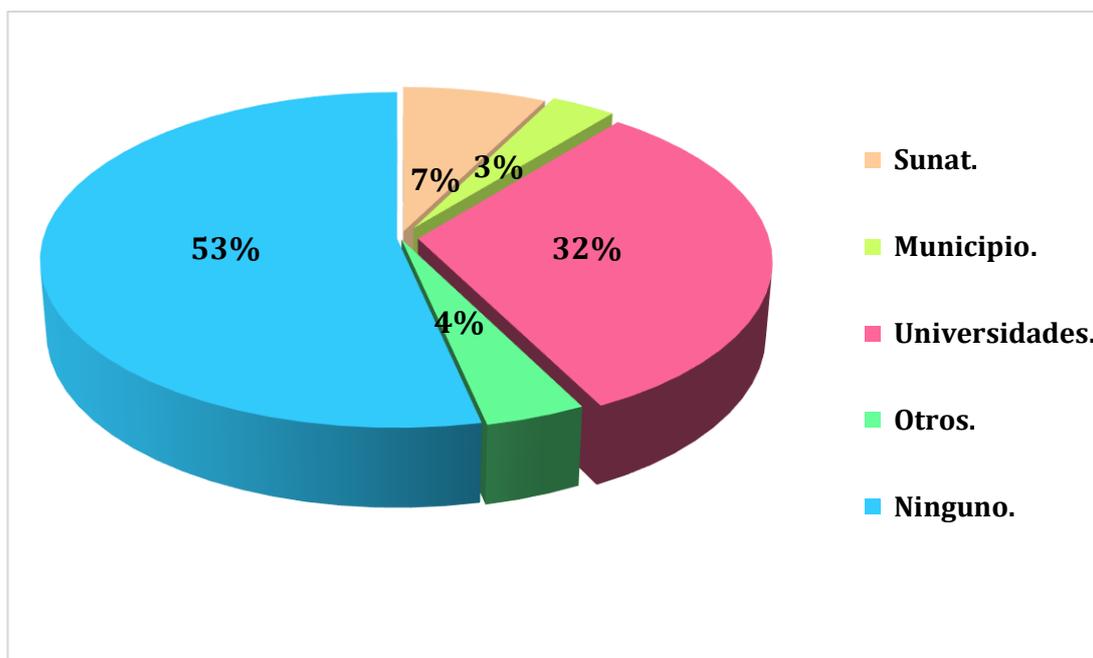


Gráfico 4 Instituciones que impartieron capacitaciones en el mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca

Fuente: Cuadro 11

ANALISIS: Es esencial conocer si se vienen orientando en materia tributaria a los comerciantes por parte de las autoridades ya que solo de esta forma se crea conciencia tributaria de esta manera se podrá obtener mayor recaudación.

Tal como se puede observar en el cuadro 11 el 7% de comerciantes señalaron que la administración tributaria les impartió charlas en materia tributaria, el 3% señalaron el municipio impartió orientaciones, el 32% de comerciantes señalaron que se les brindo orientaciones tributarias por parte de los estudiantes universitarios, lo que llama la atención es que el 53% de comerciantes indicaron que no se les brindo orientación tributaria agudizando aún más la falta de cultura tributaria, como se pudo observar en gran medida se debe al desinterés mostrado por parte de la autoridad en buscar una solución que aminore la informalidad comercial en el mercado internacional Túpac Amaru.

CUADRO 12

RECONOCIMIENTO ACERCA DE IMPUESTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA IA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Es el pago que se hace al Estado por parte de los empresarios.	26	0.18	18%
Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del país.	31	0.45	21%
Es lo que se paga a la SUNAT.	65	0.20	44%
Desconozco.	26	0.18	18%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

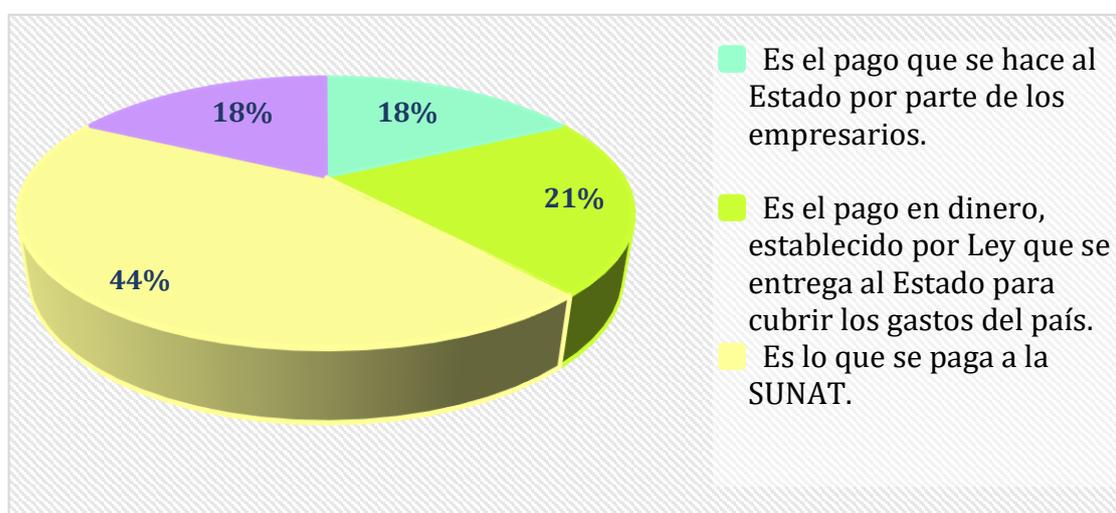


Gráfico 5 Reconocimiento acerca de impuesto en el mercado internacional Túpac Amaru

Fuente: Cuadro 12

ANALISIS: Con esta consulta se determina si los comerciantes saben la finalidad que tiene la recaudación de impuestos.

El 18% de comerciantes señalan que los impuestos son los pagos que realizan los empresarios, el 21% comerciantes señalaron que es el pago que se realiza al estado para cubrir los gastos del país y 44% indicaron son los pagos que se realizan a la SUNAT si bien es cierto los comerciantes en cierta medida tienen el conocimiento acerca de los que es el impuesto, pero un 18% desconoce en absoluto lo que son los impuestos. Es primordial que se de conocer los beneficios que trae el cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias, brindando orientaciones de esta manera contribuir en el desarrollo de nuestro país, así como también es esencial que exista una relación entre la administración tributaria y los comerciantes de esta manera en un futuro la respuesta de es lo que se paga a la Sunat cambie.

CUADRO 13

CONSULTA A LOS COMERCIANTES DE QUIENES SON LOS ENCARGOS DE EFECTUAR EL COBRO DE LOS IMPUESTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
La SUNAT.	96	0.65	65%
El municipio.	27	0.18	18%
El Gobierno Regional.	5	0.03	3%
No conozco.	20	0.14	14%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

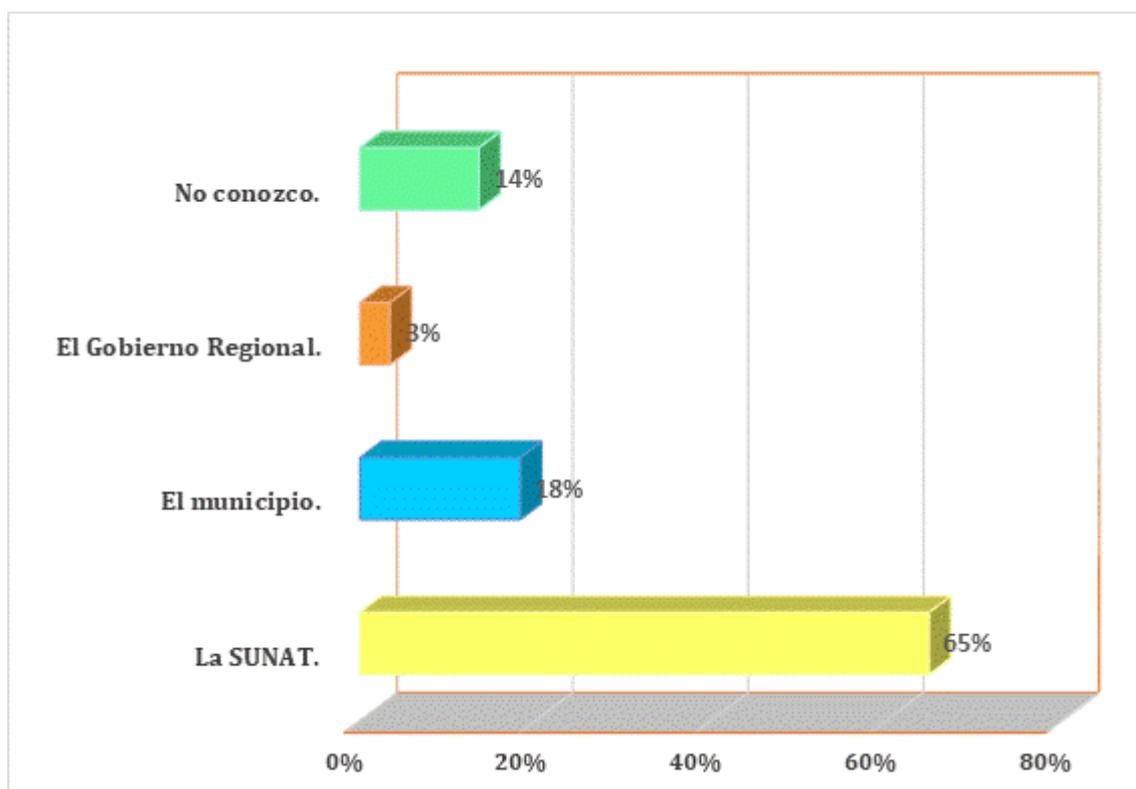


Gráfico 6 Consulta a los comerciantes de quienes son los encargados de efectuar el cobro de los impuestos

Fuente: Cuadro 13

ANALISIS: Como es de conocimiento los impuestos son pagos obligatorios exigidos por el estado, se determinó si los comerciantes conocen quién es el ente encargado de realizar la recaudación tributaria.

En el cuadro 13 el 65% de comerciantes tiene conocimiento que el órgano encargado de efectuar el cobro de impuestos es la administración tributaria, el 18% señaló el órgano encargado de efectuar el cobro de los impuestos es el municipio, 14% señaló no conocer el ente encargado de efectuar el cobro de impuestos, el 3% de comerciantes considera quien efectúa el cobro de los impuestos es el Gobierno Regional del cuadro en mención se puede afirmar que los comerciantes si tienen conocimiento de quien es el órgano encargado de efectuar el cobro de los impuestos.

CUADRO 14

CONSULTA ACERCA DE LAS TASAS DE LOS IMPUESTOS A LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU –
JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Alta	41	0.28	28%
Baja	5	0.03	3%
Regular.	45	0.30	30%
No conoce	57	0.39	39%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

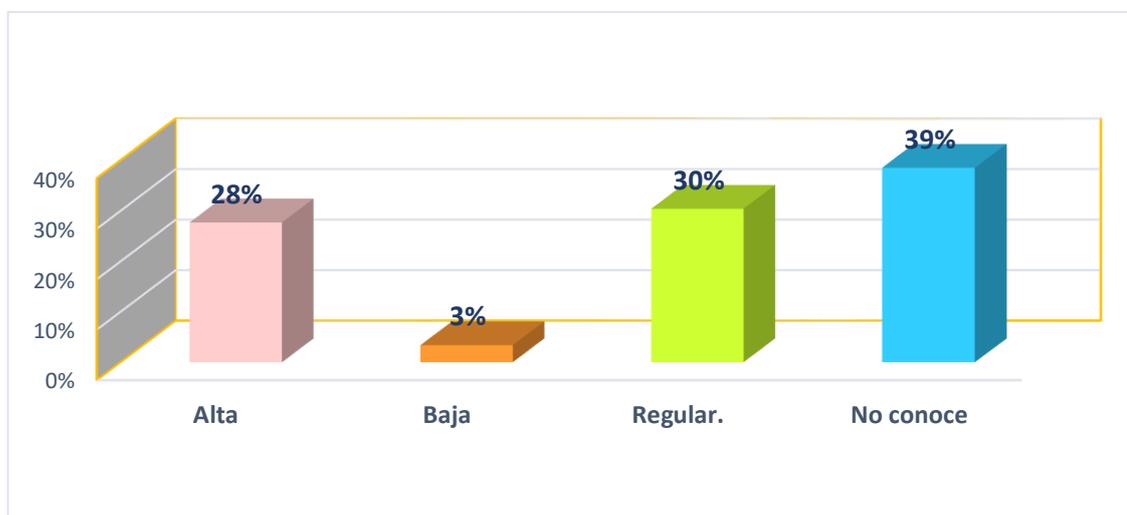


Gráfico 7 Consulta acerca de las tasas de los impuestos a los comerciantes.

Fuente: Cuadro 14

ANALISIS: Existe la controversia acerca de las tasas de impuestos algunos consideran que es elevado otros bajos, con esta consulta se demuestra que es lo que opinan los comerciantes acerca de las tasas de impuesto si es una de las determinantes de la informalidad.

Del cuadro el 28% de comerciantes considera que las tasas de impuestos son altas, el 30% considera que las tasas de los impuestos son regulares y solo el 3% de comerciantes considera que las tasas de impuestos son bajas y el 39% de comerciantes afirma no conocer las tasas de los impuestos, es clara que estas respuestas están directamente relacionadas con el desconocimiento en materia tributaria y el desinterés en ejercer su función orientadora de la administración tributaria, por lo cual se puede afirmar que el desconocimiento es una de las causas de la escasa recaudación.

CUADRO 15

CONSULTA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO TÚPAC AMARU SOBRE QUIENES REALIZAN EL PAGO DE LOS IMPUESTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA
Los empresarios.	42	0.28	28%
Los empleados.	5	0.03	3%
Las personas que tengan capacidad de pago.	59	0.40	40%
Todas las personas.	42	0.28	28%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

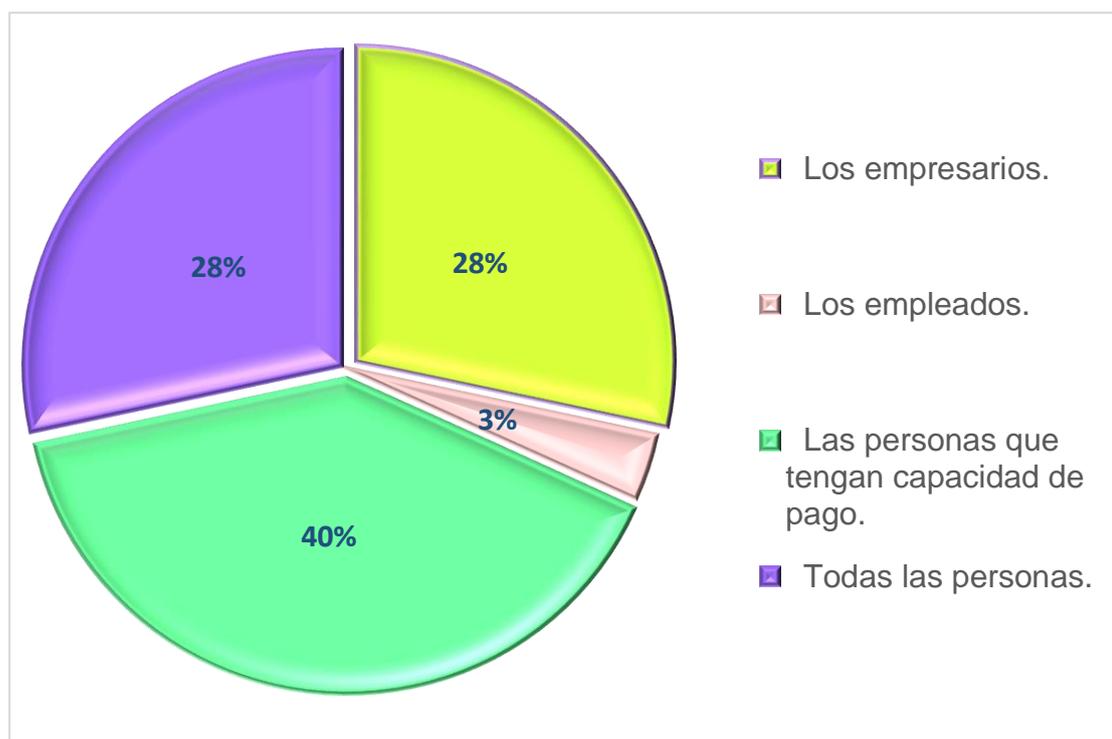


Gráfico 8 Consulta a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru sobre quienes realizan el pago de los impuestos

Fuente: Cuadro 15

ANÁLISIS: La razón de los impuestos es permitir financiar los gastos realizados por el estado, todos estamos en la obligación de cumplir con el pago de impuesto esta consulta se realizó con el fin de conocer si existe conciencia tributaria por parte de los comerciantes con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

El 28% de comerciantes considera que los obligados a cumplir con el pago de impuestos son empresarios, el 3% señala que los que deben pagar los impuestos son los empleados, el 40% considera que el pago de impuestos lo deben realizar las personas que tengan capacidad de pago, como se ve la falta de cultura tributaria se debe fomentar una educación tributaria ya que es responsabilidad de todos como ciudadanos cumplir con nuestras obligaciones tributarias.

CUADRO 16

**ESTABLECIMIENTO DONDE REALIZAN LA COMERCIALIZACIÓN LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO TÚPAC AMARU - JULIACA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Propio.	91	0.61	61%
Alquilado.	38	0.26	26%
Prestado.	19	0.13	13%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

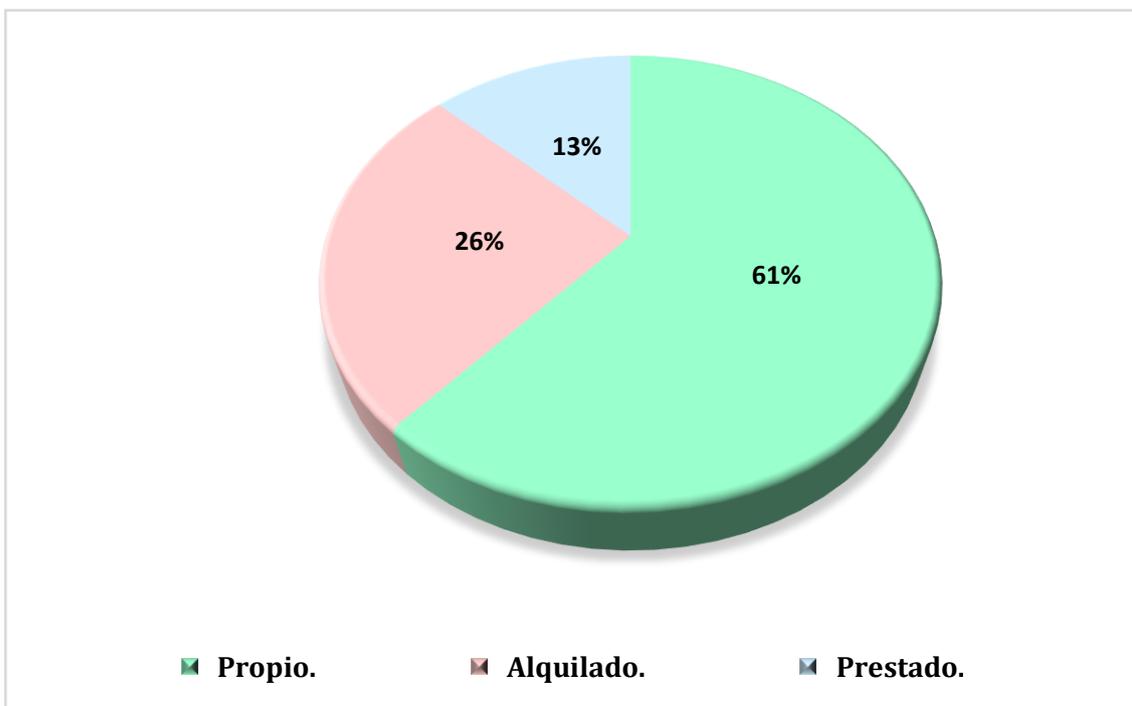


Gráfico 9 Establecimiento donde realizan la comercialización los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca

Fuente: Cuadro 16

ANALISIS: Con esta consulta se demuestra si el sobre costos es una de las causas de la informalidad por ello es importante para el presente trabajo de investigación conocer donde realizan los comerciantes su actividad comercial.

Según el cuadro 16 el 61% de comerciantes realizan su actividad comercial en un local propio, el 26% en establecimientos alquilados, el 13% señalaron en puestos o espacios son prestados con esto nos referimos que los comerciantes acceden a un espacio a realizar sus actividades comerciales sin necesidad de pagar, de los datos recopilados se puede determinar que los comerciantes en su mayoría en establecimientos propios.

4.2. DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU.

CUADRO 17

COMERCIANTES INSCRITOS EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Si	53	0.36	36%
No	95	0.64	64%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

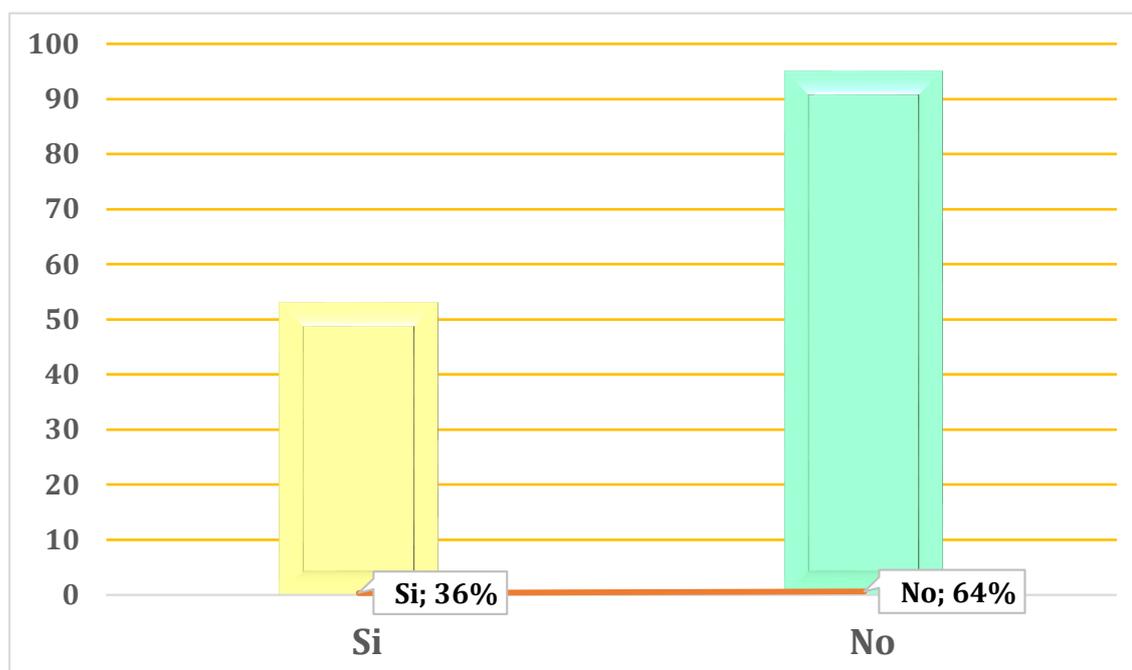


Gráfico 10 Comerciantes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes

Fuente: Cuadro 17

ANALISIS: Para acceder a la formalidad es importante contar con Registro Único del Contribuyente lo cual permite identificar a los contribuyentes es por ello que es indispensable para el presente trabajo de investigación determinar el número de comerciantes inscritos en el RUC.

En el estudio realizado 53 comerciantes indicaron que se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes que representa el 36% del total de la muestra estudiada, las 95 comerciantes indicaron que no se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes que representa el 64% del total de la muestra estudiada. Según el cuestionario realizado se puede ver los altos índices de informalidad, ya que al no estar registrados ante la administración tributaria tal como lo establece la ley para que formalmente sean controlados y supervisados como sujetos pasivos.

CUADRO 18

**TIPO DE CONTRIBUYENTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC
AMARU**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Persona natural – con RUC	48	0.32	32%
Persona jurídica	0	0.00	0%
Persona natural – sin RUC	100	0.68	68%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

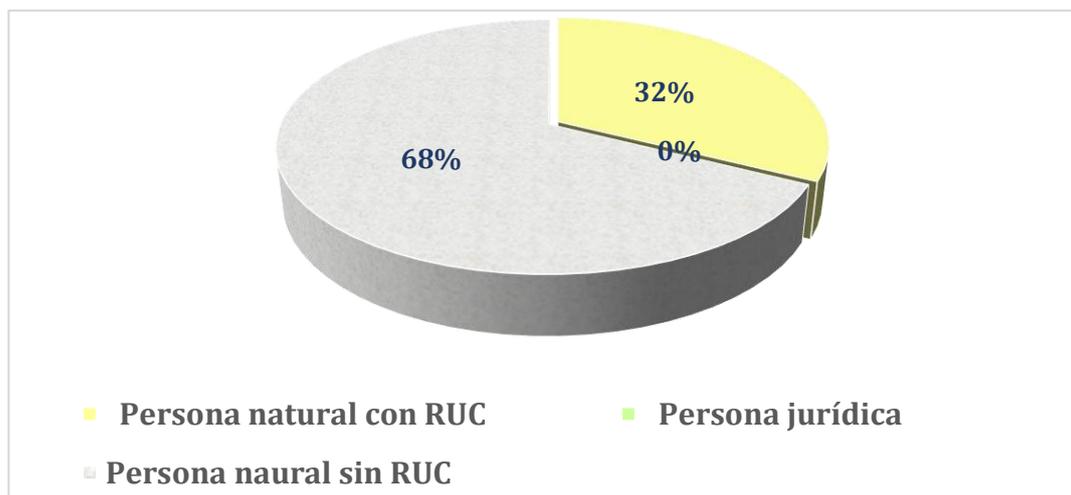


Gráfico 11 Tipo de contribuyentes del mercado internacional Túpac Amaru

FUENTE: Cuadro 18

ANALISIS: Con esta consulta se determina qué tipo de contribuyentes son los comerciantes del mercado Internación Túpac Amaru los cuales serán detallados.

En el cuestionario efectuado 48 comerciantes indicaron que se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes como personas naturales que

representa el 32%, 100 comerciantes indicaron que no se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes y por ende no se acogieron ya sea cómo persona natural o jurídica que representa el 68%. En este cuadro se puede demostrar el gran desconocimiento que tienen los comerciantes como se puede observar en el cuadro 17 a la consulta si contaban con ruc un 36% dijo que sí, pero a la pregunta de qué tipo contribuyente son solo un 32% dijo persona natural información que se contradice con primera respuesta que dieron, en este cuadro se puede observar que el porcentaje de comerciantes que no cuentan con ruc se estaría elevando es ahí donde se puede deducir el gran desconocimiento que tienen así mismo se estaría demostrando el gran nivel de informalidad de estos en base a los resultados obtenidos.

CUADRO 19

RÉGIMEN TRIBUTARIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Régimen General.	6	0.04	4%
Régimen Especial de Renta	0	0.00	0%
Régimen Único Simplificado.	38	0.25	25%
Ninguno Régimen.	104	0.71	71%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

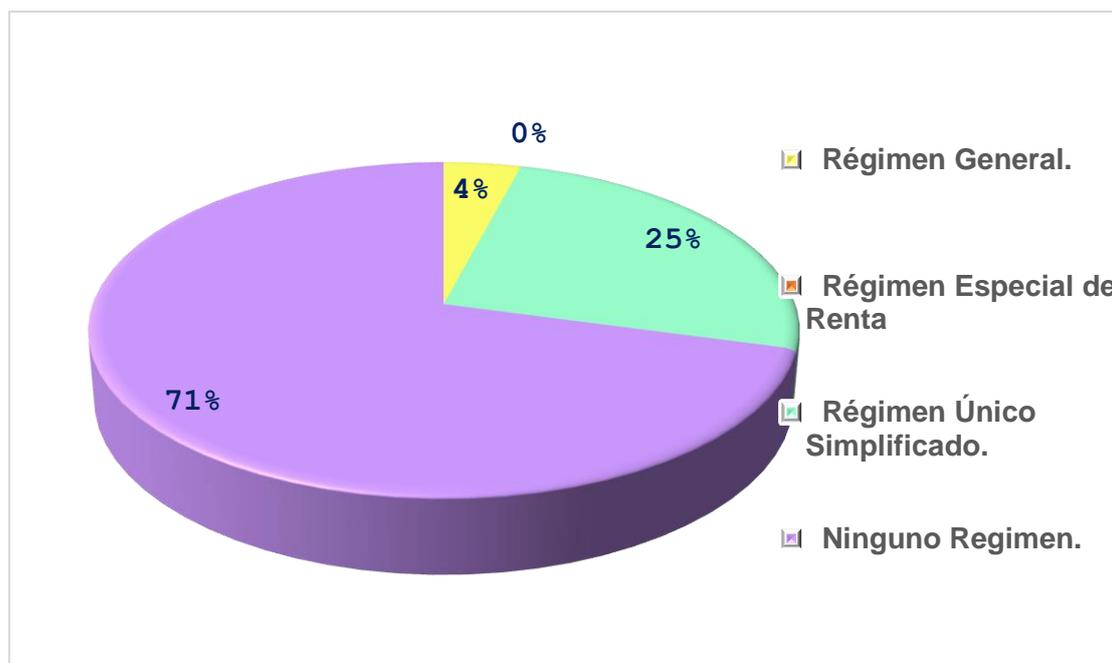


Gráfico 12 Régimen Tributario

Fuente: Cuadro 19

ANALISIS: En el cuestionario efectuado 6 comerciantes indicaron que se acogieron al Régimen General que representa el 4% y 38 comerciantes indicaron que se acogieron al Régimen Único Simplificado que representa el 25%, 104 comerciantes indicaron que no están acogidos a ningún régimen que representa el 71% del total de la muestra estudiada mediante el cuadro se reafirma aún más el desconocimiento en materia tributaria de los comerciantes en el cuadro 18 a la pregunta el tipo de contribuyente que eran un 32% señalaron persona natural pasando a la siguiente pregunta a que régimen tributario están acogidos la suma de sus respuestas del régimen que están acogidos solo llega a un 29% quedando aún más claro el desconocimiento asimismo se puede observar que el nivel de informalidad estaría incrementando toda vez para que estén dentro de la formalización obligatoriamente deben contar con la inscripción Registro Único de Contribuyente.

CUADRO 20

RAZONES POR LAS CUALES NO SE INSCRIBIERON EN EL RUC LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Falta de capacitación y orientación tributaria	38	0.36	36%
Desconfianza de manejo de recursos.	31	0.24	30%
Falta de conciencia tributaria	6	0.06	6%
Bajo nivel de venta	30	0.34	29%
TOTAL	105	1	100%

Indicador: obligación tributaria

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

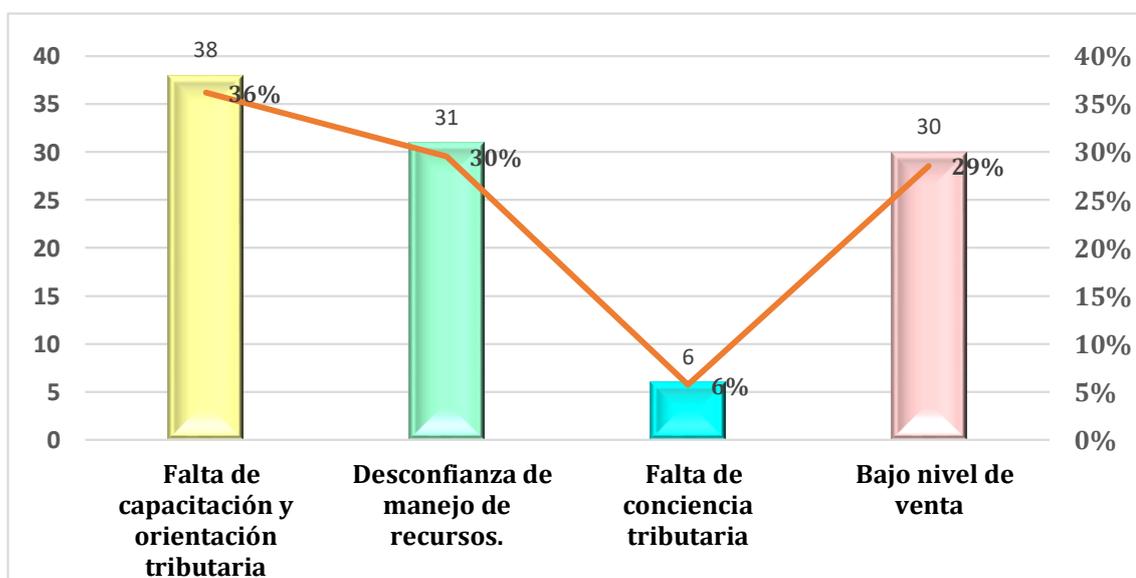


Gráfico 13 Razones por las cuales no se inscribieron en el RUC los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca

Fuente: Cuadro 20

ANALISIS: En base a esta consulta se quiere demostrar cuales son las causas que lleva a no inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes de esta manera se está evadiendo impuestos afectando la recaudación tributaria.

Según el cuestionario realizado se puede verificar que un 36% de comerciantes indicaron que una de las razones por las cuales no se inscribieron en el Registro Único de Contribuyentes es por la falta de orientación tributaria, señalan desconocer los tramites o requisitos que se requieren para su inscripción, otro de los motivos por los cuales no se inscribieron es por la desconfianza en el manejo de los recursos, este 30% es claro reflejo por la coyuntura nacional ya que de manera constantes se están denunciando diferentes actos de corrupción haciendo mal uso de los recursos públicos por parte de los funcionarios públicos, así también durante la ejecución del cuestionario varios comerciantes mencionaron que el pagar sus impuestos no les beneficiaba en nada, se sienten abandonados por las autoridades y un 29% de comerciantes señalaron que no se inscribieron en el Registro Único de contribuyentes es por el bajo nivel de venta, indican que en los últimos años el nivel de competencia en cuanto a sus ventas ha ido incrementando por lo que las ventas que efectúan solo les estaría cubriendo los gastos familiares entre otros.

CUADRO 21

COMPROBANTES QUE CONOCEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Factura	26	0.18	18%
Boleta de Venta	48	0.32	32%
Liquidaciones de Compra	3	0.02	2%
Ticket o cintas emitidas por máquinas registradoras	8	0.05	5%
Todos	63	0.43	43%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

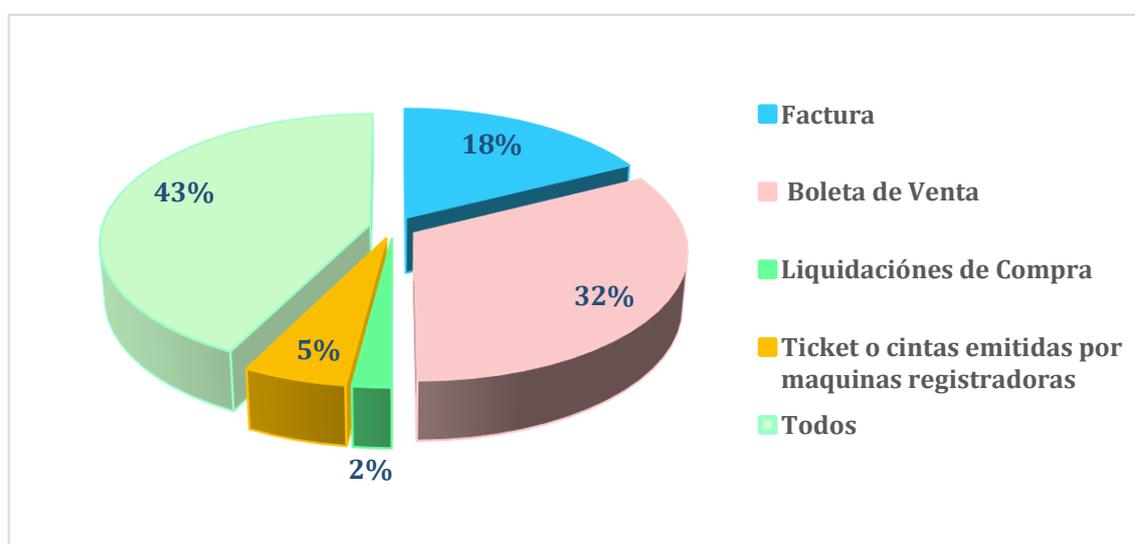


Gráfico 14 Comprobantes que conocen los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru

Fuente: Cuadro 21

ANALISIS: Es importante que los comerciantes tengan conocimientos acerca de los comprobantes de pago ya que acreditan la transferencia de bienes.

Del cuadro 21 en cuanto a la consulta de los comprobantes de pago que conocen los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, el 18% señalaron que un comprobantes de pago es una factura, 32% una boleta de venta , 2% liquidaciones de compra , 5% ticket o cintas emitidas por máquinas registradoras el 43 % de comerciantes señalaron que la factura, boleta de venta, ticket o cintas emitidas por máquinas registradoras son comprobantes de pago esto nos demuestra que los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru específicamente los que se dedican a la venta de prendas de vestir si tienen conocimiento acerca de que es un comprobantes de pago.

CUADRO 22

CONSULTA SI EMITEN COMPROBANTES LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Si	38	0.26	26%
No	110	0.74	74%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

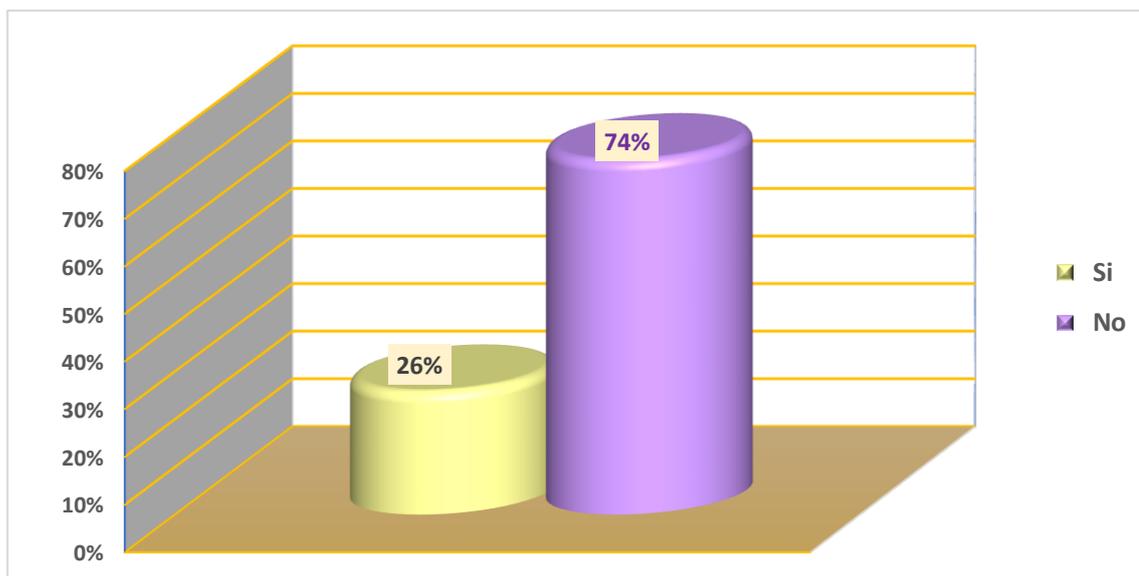


Gráfico 15 Consulta si emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca

Fuente: Cuadro 22

ANALISIS: Según el reglamento de comprobantes de pago a previsto que el comprobante es un documento que acredita la transferencia de bienes siendo un medio probatorio que acredita la operación realizada, mediante esta consulta se demuestra si existe la cultura de entregar comprobantes de pago por las operaciones que realizan.

Según el cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru dedicados a la venta de prendas de vestir, el 26% señalaron que si emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan, el 74% de comerciantes señalaron que no emiten comprobante alguno por las ventas que efectúan del cual se puede deducir que están infringiendo la ley puesto que existe la obligatoriedad de entregar comprobantes de pago por las operaciones que realizan de acuerdo a la forma y condiciones que establezca la SUNAT. Con esto queda demostrado que los comerciantes estarían evadiendo impuestos ya que no existe documento que acredite la venta de prendas de vestir, afectando de manera directa la recaudación tributaria.

CUADRO 23

**COMPROBANTES QUE EMITEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Factura	3	0.00	2%
Boleta de Venta	24	0.16	16%
Ticket	0	0.00	0%
No emite	121	0.84	82%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

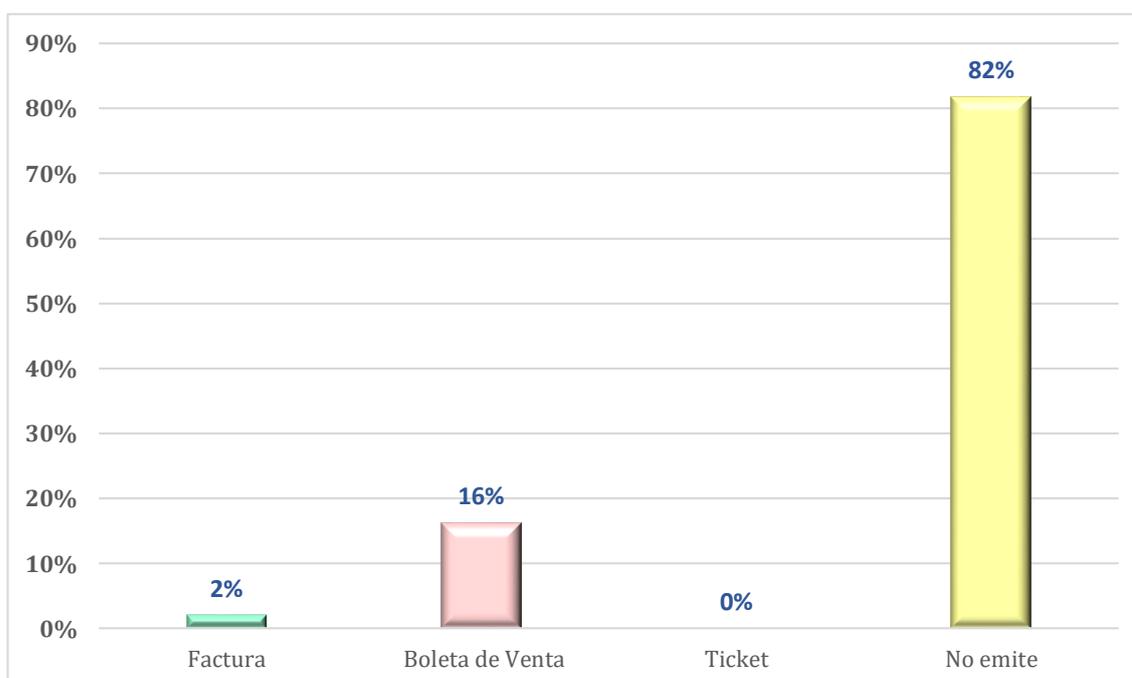


Gráfico 16 Comprobantes que emiten los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru

Fuente: Cuadro 24

ANALISIS: En resumen, a la consulta de que comprobantes de pago emiten solo el 16% emiten boleta de venta y el 84% de comerciantes no emiten comprobante alguno por las operaciones que realizan esto nos demuestra el escaso nivel conciencia tributaria ya que aún no conocen el valor de los comprobantes de pago, al no emitir comprobantes de pago se estaría evadiendo el pago de los impuestos por las operaciones que realizan, al no emitir comprobante no se tendría información alguna que acredite las operaciones que realizan los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru y por ende afecta a la recaudación tributaria puesto que la administración tributaria percibe menores ingresos.

CUADRO 24

CAUSAS POR LAS QUE NO EMITEN COMPROBANTES LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TUPA AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
No me exigen.	67	0.52	52%
No es necesario.	28	0.22	22%
No tiene	35	0.27	27%
TOTAL	130	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

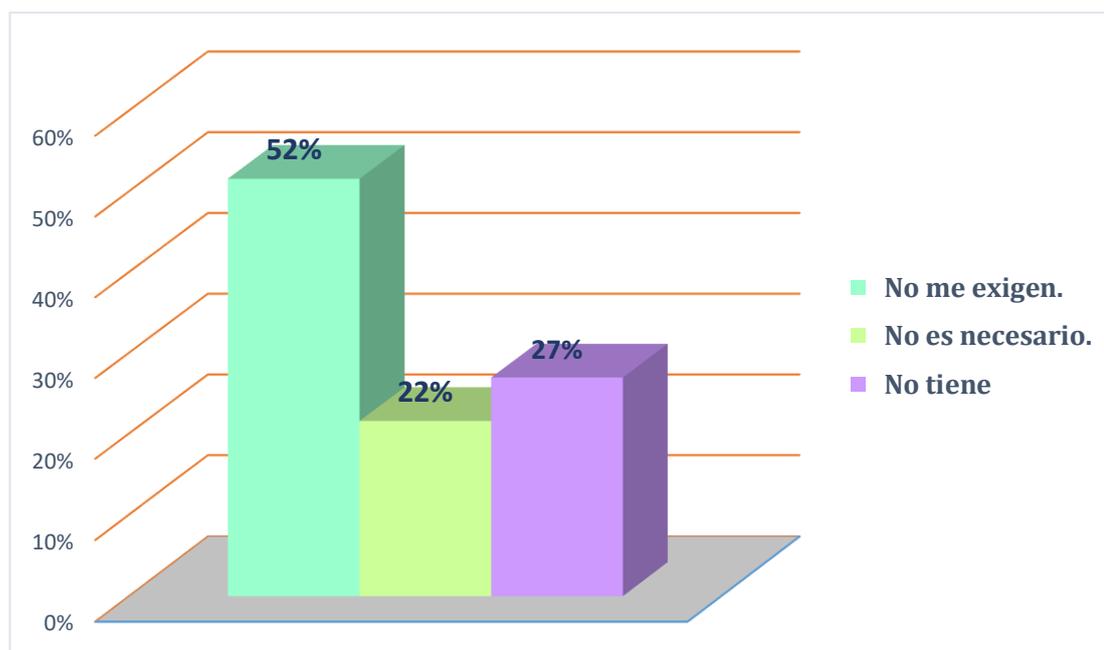


Gráfico 17 Causas por las que no emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional tupa Amaru – Juliaca

Fuente: Cuadro 24

ANÁLISIS: Según el cuestionario realizado el 52% indica que no emite comprobante de pago porque no le exigen de esta manera los comerciantes están evadiendo impuestos, por otro lado, existe poco interés en exigir la entrega de su comprobante por quienes adquieren prendas de vestir, esto se debe porque no existe una cultura tributaria al no comprender la importancia de exigir comprobante de pago, el 22% de comerciantes consideran que no es necesario emitir comprobantes de pago, el 27% de comerciantes señala que no emite comprobante aduciendo que no tienen, si bien es cierto para la impresión de comprobantes de pago necesariamente debería contar con RUC de esta manera el porcentaje de comerciantes que no cuentan con comprobantes de pago sería aún más de acuerdo a la información obtenida en los cuadros anteriores pero en resumen la no emisión de comprobante se debe a que no hay interés en exigir los comprobantes por quienes adquieren las prendas de vestir.

CUADRO 25

PERIODICIDAD CON QUE PAGAN SUS IMPUESTOS LOS COMERCIANTES
DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Mensual.	22	0.15	15%
Anual.	5	0.03	3%
Rara vez.	10	0.07	7%
Nunca	110	0.75	75%
TOTAL	147	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

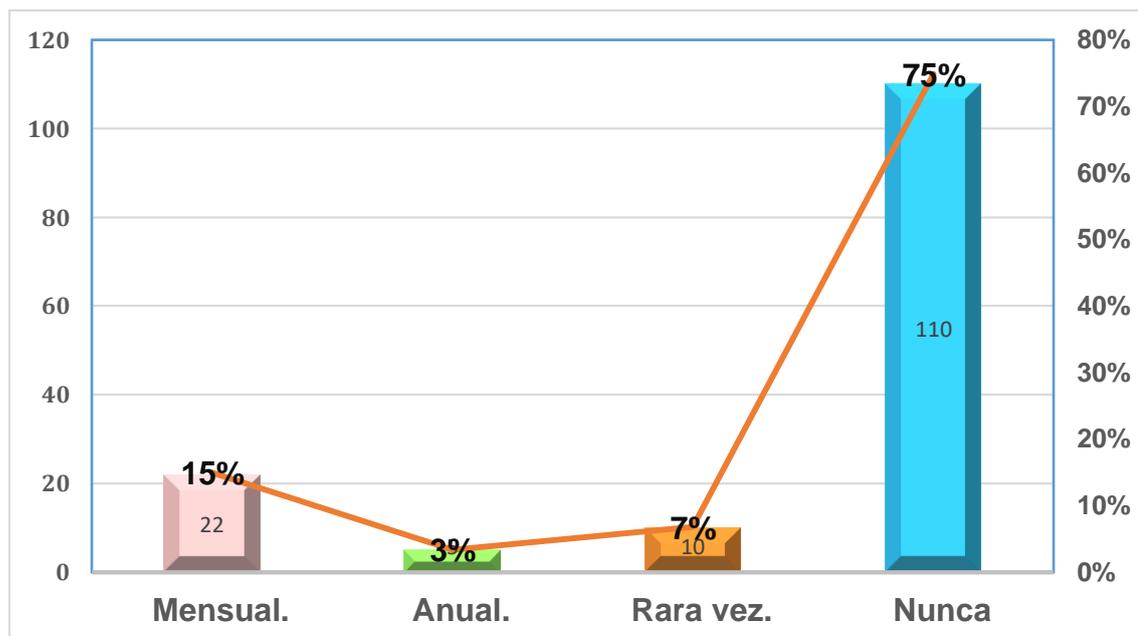


Gráfico 18 Periodicidad con que pagan sus impuestos los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca

Fuente: Cuadro 25

ANALISIS: En el cuadro se puede observar los resultados obtenidos el cual señala que solo el 15% de comerciantes realizan su pago de impuestos de manera mensual, el 7% señalaron que el pago de impuestos lo realizan esporádicamente y el 75% señalaron que nunca pagaron sus impuestos de esta manera queda demostrado el gran porcentaje de comerciantes que incumplen con sus obligaciones tributarias de esta manera se estaría perjudicando al estado por los escasos recursos que recauda la falta de recursos dificultaría al gobierno para poder brindar asistencia pública a los ciudadanos.

CUADRO 26

COMERCIANTES QUE NO CUMPLIERON CON EL PAGO DE SUS IMPUESTOS

COMERCIANTES	TOTAL MUESTRA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
ACOMITA II	82	0.75	75%
JIRON TUPAC	21	0.19	19%
JIRON HUANCANE	7	0.06	6%
TOTAL	110	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

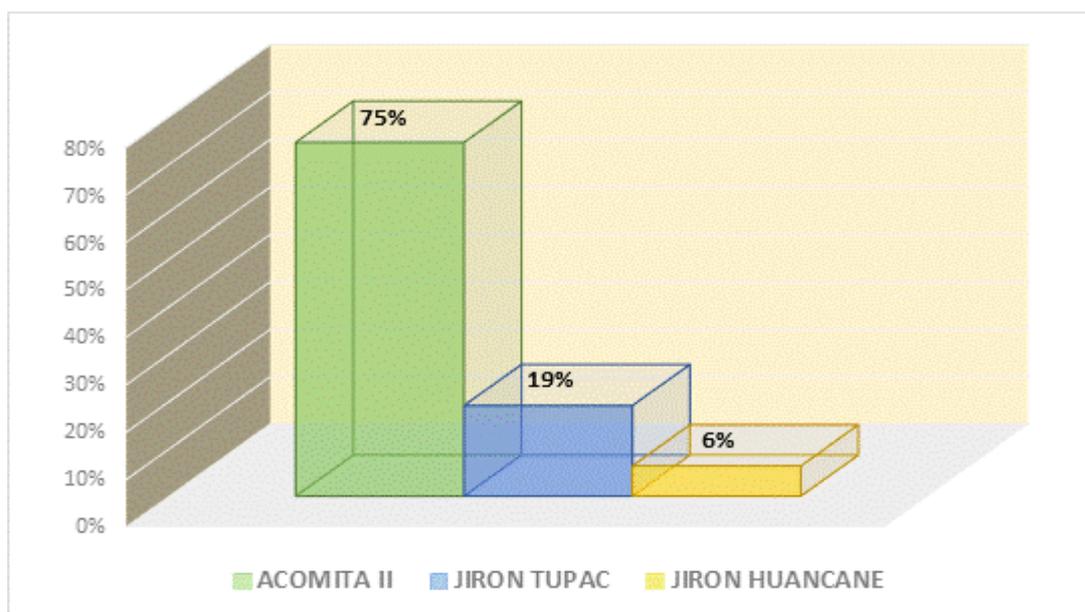


Gráfico 19 Comerciantes que no Cumplieron con el Pago de sus Impuestos

Fuente: Cuadro 26

ANALISIS: Aunque el gobierno viene dando facilidades para el cumplimiento de sus obligaciones tributaria todo esto en función de su capacidad económica en este párrafo se demostró la cantidad de comerciantes dedicados a la venta de prendas de vestir que no estarían cumpliendo con el pago de sus impuestos del total de la muestra estudiada, la recaudación de impuestos es una de las principales fuentes de ingresos que tiene el estado

Tal como se puede apreciar en el cuadro 26 los comerciantes que estarían incumpliendo con el pago de sus impuestos serian 82 comerciantes de Acomita II que representa el 75% del total de la muestra estudiada, 21 comerciantes del Jirón Túpac Amaru que representa 19% y 7 comerciantes del Jirón Huancané que representa el 6%, esto demuestra el nivel de informalidad que incide directamente en la recaudación tributaria como se venía demostrando en los párrafos anteriores uno de los factores preponderantes en la informalidad seria la falta de cultura y conciencia tributaria por parte de los comerciantes sumado a ello la falta de fiscalización y orientación tributaria por parte de la administración

tributaria ya que no estarían cumpliendo de manera correcta con sus funciones que son fiscalizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias así como su rol de orientadora, es importante recordar el no pagar impuestos impide al estado destinar los recursos suficientes para cubrir las necesidades de nuestra sociedad.

CUADRO 27

**DETERMINACIÓN IMPORTE NO PERCIBIDO POR PARTE DE LA
ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA**

VENTAS MENSUALES	TOTAL MUESTRA	REGIMEN TRIBUTARIO	CUOTA MENSUAL	CUOTA MENSUAL POR PAGAR S/.	CUOTA ANUAL POR PAGAR S/
0.00-5,000.00	17	RUS	20	340.00	4,080.00
5,000.00-8,000.00	28	RUS	50	1,400.00	16,800.00
8,000.00-12,000.00	61	RUS	200	12,200.00	146,400.00
12,000.00-20,000.00	4	RUS	400	1,600.00	19,200.00
TOTAL	110			15,940.00	186.480.00

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuadro 26

ANALISIS:

Está demostrado el elevado nivel de informalidad que existe en los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir en el presente trabajo de investigación se quiere demostrar

cuanto es lo que la administración tributaria estaría dejando de percibir por parte de los comerciantes.

Para efectuar la estimación del importe dejado de percibir por el ente recaudador partimos de la siguiente premisa:

- Primero es importante señalar que las ventas efectuadas en el mercado internacional Túpac Amaru son a consumidores finales es por esta razón que la determinación del importe dejado de pagar se hizo en base al Régimen Único Simplificado.
- Permite al comerciante ubicar su negocio de acuerdo a su realidad económica.
- Le permite realizar el pago de sus impuestos de manera fácil sin necesidad de formularios.
- De acuerdo a las fichas de observación se determinó a las categorías que les correspondería tributar a los comerciantes en base a sus ingresos.

Como se puede observar en el Cuadro 27 se ubicó a los comerciantes de acuerdo a la categoría que les corresponde esto función a sus ventas, en la categoría 1 del RUS se encontraría 17 comerciantes con un pago mensual de S/. 340.00 soles el impuesto anual que se estaría evadiendo es de S/ 4,080.00, en la categoría 2 con una cuota mensual de S/ 50.00 soles 28 comerciantes no estaría cumpliendo con el mensual de S/. 1,400.00 soles evadiendo un pago anual de S/ 16,800.00 soles anual, 61 comerciantes les correspondería estar en la 3 categoría del RUS pagando una cuota mensual de S/ 200.00 soles sumando un total de S/12,200.00 mensual anual no se estaría pagando S/ 146,400.00

soles finalmente en la categoría 4 a solo cuatro comerciantes les correspondería pertenecer a este régimen evadiendo un impuesto anual de S/ 19,200.00 soles en resumen durante el año 2016 los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru evadieron un importe de S/ 186,480.00 soles siempre recalando que estos comerciantes son los dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir asimismo esta cantidad corresponde solo al total de muestra seleccionada para el desarrollo del trabajo de investigación por lo cual se puede afirmar que el incumplimiento de pago de los impuestos sería aún mayor.

4.3 PROPONER POLÍTICAS TENDIENTES A DISMINUIR LA INFORMALIDAD EN LOS COMERCIANTES EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU.

Luego de haberse determinado los factores que influyen en la informalidad en los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, siendo estos: El desconocimiento de normas tributarias la falta de capacitación y orientaciones tributarias, es por tal motivo que se propone lo siguiente:

- El estado debería implementar una adecuada política de comunicación y asistencia, el cual permitirá mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y generar mayores ingresos fiscales.
- Desarrollar labores en el ejercicio de sus funciones entre dos principales instituciones de nuestra ciudad, la Municipalidad Provincia de San Román y la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, el primero como ente regulador del comercio informal debe fijarles puestos fijo

esto con el fin de tener un control de esta manera aminorar el comercio en vías públicas que genera caos y desorden.

Por su parte la Administración Tributaria debe desarrollar estrategias, desarrollando programas de información y divulgación en materia tributaria mediante la distribución de material informativo, así como desarrollando programas de concientización en el lugar donde se desarrollan actividades comerciales.

Así como también las instituciones educativas deben fomentar cultura y conciencia tributaria, mediante la difusión de materiales educativos relacionados con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en los centros educativos a nivel, primario, secundario, superior esta última especialmente las carreras profesionales de Contabilidad o a fines deberían divulgar información tributaria trasladándose a los centros donde se realizan las actividades comerciales con el fin de fomentar una cultura tributaria, estas actividades servirán de bastante apoyo al ente recaudador y de esta manera al estado obtendría mayores ingresos, mediante el cumplimiento de sus obligaciones tributarias por parte de los comerciantes y de manera voluntaria.

ESTRATEGIAS PARA GENERAR CULTURA TRIBUTARIA

Estrategia 1: Cumplimiento con el pago de impuestos

Dar a conocer porque es importante cumplir con pagar los impuestos ya que esto contribuye con el desarrollo de nuestro país. Los impuestos son uno de los principales medios por los cuales el estado percibe ingresos y gracias a ellos se puede invertir en la prestación de mejores servicios en beneficio de la sociedad.

- ✚ Tributar es tarea de toda la ciudadanía mediante esto se puede sostener el financiamiento de todo el país.
- ✚ Se debe tributar de acuerdo a su posibilidad y capacidad, cada quien debe pagar de acuerdo a lo que tiene.
- ✚ Somos responsables del atraso de nuestro país, si tenemos las posibilidades económicas y no cumplimos con pagar nuestros impuestos.

Estrategia 2: *Orientación Tributaria*

Generar en los comerciantes el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria todo ella se logrará previo a brindar información acerca del beneficios que trae el cumplimiento de sus obligaciones tributaria esta orientación es recomendable que se realice en el lugar donde los comerciantes realizan sus actividades comerciales puesto que es más fácil ir a ellos, que los comerciantes por iniciativa propia fueran a SUNAT a ser orientados en materia tributaria para una mejor concientización en los comerciantes es recomendable lo siguiente:

- ✚ Entrega de folletos o material de apoyo en materia tributaria.
- ✚ Generar mayores campañas tributarias.
- ✚ Elaboración de afiches publicitarios acerca de la cultura tributaria.

Es importante la presencia de las Universidades especialmente de las Escuelas Profesionales de Contabilidad es imprescindible, que se debería de participar mediante campañas de concientización se sugiere a las autoridades universitarias en capacitar a sus futuros profesionales para que vayan; capacitando, orientando y de esta manera el beneficio es para los comerciantes

así como para los estudiantes puesto que van conociendo la realidad nacional, como también van adquiriendo conocimientos para desenvolverse en un futuro como profesionales.

Estrategia 3: Divulgación por medios de comunicación

Los medios de comunicación cumplen un rol importante ya que constituyen un gran medio de persuasión es capaz de cambiar ideas y la apreciación de las personas por ello que se recomienda que la administración tributaria llegue a los ciudadanos mediante estos medios, hoy en día las redes sociales toman mayor fuerza es por ellos que debe existir una relación constante con la ciudadanía informando mediante estos los beneficios que trae el cumplimiento de nuestras obligaciones tributaria, así también fomentando cultura tributaria.

OBJETIVO GENERAL: ANALIZAR Y DETERMINAR EL NIVEL DE INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE JULIACA 2016

CUADRO 28

SINTETIZACION DE INFORMACIÓN

CONSULTA	SI	NO
Comerciantes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes	36%	64%
Consulta si emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca	26%	74%
Cumplimiento de pago de sus impuestos	25%	75%

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

Con la información recopilada se demuestra cuanto es la informalidad que existe en el Mercado Internacional Túpac Amaru exclusivamente en los comerciantes dedicados a la venta de prendas de vestir tal como se puede apreciar en el cuadro 17 se determinó que 64% de comerciantes no cuenta con su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes puesto que para que se encuentren dentro de la formalidad necesariamente deben inscribirse en el RUC de esta manera podrán conocer y cumplir con sus obligaciones tributarias, es claro el nivel altísimo de informalidad ya que se encuentran ajenos a los marcos legales y normativos infringiendo con el artículo 173 del código tributario la de no inscribirse en los registros de la Administración Tributaria.

El comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de un bien como se puede observar en el cuadro 22 solo un 26% indicaron que emiten comprobantes por las operaciones que realizan y el 74% de comerciantes señalaron que no emiten comprobantes de pago por las operaciones que realizan al no emitir comprobantes la administración tributaria no puede controlar a los comerciantes además los comerciantes estarían infringiendo con el artículo 174 en la de otorgar comprobantes de pago, en el presente trabajo de investigación se pudo determinar que una de las causas de la elevada informalidad que existe en el mercado Internacional Túpac Amaru es la falta de cultura tributaria por ambas partes como los comerciantes así como los consumidores son también responsables de exigir comprobantes de pago como ciudadanos debemos tener claro la importancia de pagar nuestros impuestos y exigir comprobantes de pago ya que al exigir comprobantes de pago se contribuye con el desarrollo de nuestro país.

Con respecto cuanto es lo que administración tributaria estaría dejando de recaudar por parte de los comerciantes como se puede ver en el cuadro 25 el 75% de comerciantes indicaron que nunca realizaron el pago de sus impuestos en base a la información recopilada se pudo determinar el importe que la administración tributaria no estaría recaudando, impuesto que estarían evadiendo los comerciantes según el detalle del cuadro 27 el importe no percibido por parte de la administración tributaria es **S/. 186,480.00** anual tal como se puede observar en el cuadro por ello es importante que las orientaciones tributarias deberían tomar más fuerza para que en el futuro se pueda recaudar estos impuestos que se estaría evadiendo.

4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS

En el presente trabajo de investigación se ha formulado las siguientes hipótesis que han sido comprobadas como se detalla a continuación:

A. PARA LA PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA:

Los factores económicos, sociales y culturales influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru.

La hipótesis es aceptada, los factores económicos, sociales y culturales si influyen en la informalidad, como se puede observar en el cuadro 9 una de las razones por las cuales se dedican a la actividad comercial serían las económicas puesto que en la ciudad de Juliaca el pago como empleado u cualquier otra actividad no llega ni al salario minino y con el grado de instrucción que en su mayoría de los comerciantes cuenta no obtendrían un buen trabajo es por ello que optan por trabajar de manera independiente ya que mediante la venta de

prendas de vestir que realizan cubren sus necesidades básicas esto con respecto a los comerciantes del jirón Túpac y Huancané con respecto a los comerciantes de Acomita II que en su mayoría cuenta con un puesto propio opta por la actividad comercial ya indican que de esta manera obtienen mayores ingresos.

Otro de los factores y de gran importancia es el cultural como se puede observar en el cuadro 10 solo un 4% de comerciantes señalaron que la administración tributaria les brindó charlas tributarias siendo su función por parte de la administración tributaria brindar apoyo y orientación tributaria y otro gran porcentaje de comerciantes señalaron que las instituciones educativas les brindaron información tributaria, en el cuadro las universidades impartieron orientaciones tributarias y como se puede observar la administración tributaria no realiza contacto alguno con los comerciantes ya que muchos de estos no saben cuáles son sus obligaciones tributarias algo que llama la atención es que un 53% de afirmar que ninguna institución les brindaron asistencia en temas tributarios es ahí en donde se puede deducir el porqué del elevado nivel de informalidad y esto se debe al poco interés en orientar a los comerciantes, en el cuadro 14 el 39% de comerciantes no conoce las tasas de impuesto por ello la falta cultura es notoria, si se les brindaría orientaciones tributarias posiblemente pueden acoger su negocio a la formalidad, en el cuadro 15 se puede ver que el 40% de los comerciantes considera que el pago de impuesto lo deben realizar las personas que tengan capacidad de pago cuando todos estamos en la obligación de contribuir con nuestros impuestos para el desarrollo de nuestro país, está demostrado que uno de los males que genera la informalidad es la falta de conciencia y cultura tributaria.

B. PARA LA SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA:

La informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir tiene incidencia negativa en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru.

CUADRO 29

FRECUENCIAS OBSERVADAS

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	INSCRIPCION EN EL RUC	EMISIÓN DE COMPROBANTE
SI	36%	26%
NO	64%	74%
TOTAL	100%	100%

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

La hipótesis es aceptada, la informalidad influye en la recaudación tributaria como se puede observar en el cuadro 17 el 64% de comerciantes no cuenta con su inscripción en el Registro Único de Contribuyes, es decir de un 64% comerciantes la administración tributaria no estaría recaudado sus impuestos como indica la ley para que se esté dentro de la formalización necesariamente se debería contar con RUC cosa que no existe en un 64% de comerciantes, en el cuadro 20 se puede observar que una de las razones por las cuales no se inscribieron los comerciantes señalaron que fue por falta de capacitación y orientación tributaria el cual representa 36%, en el cuadro se puede observar que el 74% de comerciantes no emite comprobante por las ventas que realizan infringiendo la ley ya que es obligatorio la emisión de comprobantes por las operaciones que realizan varios comerciantes señalaron que no emiten

comprobante porque no les exigen lamentablemente las personas no contamos con esa cultura de solicitar comprobantes por las adquisiciones que realizamos. Quedando demostrado que la informalidad tiene incidencia directa en la recaudación tributaria tal como se puede ver en el cuadro 27 durante el año 2016 la administración tributaria habría dejado de percibir **S/. 186,480.00** por parte de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru.

HIPOSTESIS GENERAL

El nivel de informalidad influye negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016

CUADRO 30
PAGO DE IMPUESTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Mensual.	15%
Anual.	3%
Rara vez.	7%
Nunca	75%
TOTAL	100%

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

La hipótesis general es aceptada puesto que mediante este trabajo de investigación queda demostrado el elevado porcentaje de informalidad como se puede ver en este cuadro un 75% de comerciantes incumplen el pago de sus impuestos que afecta de manera directa a la recaudación tributaria el hecho de

encontrarse dentro de la informalidad les ubica fuera del alcance de la protección de los derechos.

CUADRO 31

COMERCIANTES QUE NO CUMPLEN CON PAGO DE SUS IMPUESTOS

COMERCIANTES	TOTAL MUESTRA	FRECUENCIA
ACOMITA II	82	75%
JIRON TUPAC	21	19%
JIRON HUANCANE	7	6%
TOTAL	110	100%

Fuente: Cuadro de observación directa

De un total de muestra estudia 110 comerciantes no están cumpliendo con el pago de sus impuestos durante la ejecución del trabajo de investigación la informalidad en el Mercado Internacional se debe a la falta de conciencia tributaria sumado a ello la escasa cultura tributaria muchos de los comerciantes consideran que el pagar impuestos se les estaría quitando una parte de sus ingresos que con tanto esfuerzo les costó pero no tienen la información que mediante el cumplimiento de pago de sus impuesto pueden ofrecer su mercaderías en mejores condiciones y sobre todo tener una mejor calidad de vida para esta mejora continua se necesita aportes mediante impuestos es claro el altísimo nivel de informalidad que existe en el mercado y la única forma de abatir es mediante una cooperación conjunta entre el Municipalidad Provincial de San Román y la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.

CUADRO 32

DETERMINACIÓN IMPUESTO EVADIDO

VENTAS MENSUALES	TOTAL MUESTRA	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ANUAL POR PAGAR
0.00- 5,000.00	17	RUS	1	S/. 4,080.00
5,000.00- 8,000.00	28	RUS	2	S/. 16,800.00
8,000.00- 12,000.00	61	RUS	3	S/. 146,400.00
12,000.00- 20,000.00	4	RUS	4	S/. 19,200.00
TOTAL	110			S/. 186.480.00

Fuente: Cuadro de observación directa

Del total de la muestra estudiada en un S/ 186,480.00 es lo que la administración tributaria no estaría recaudando por parte de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru y esto se debe a una verdadera ausencia de conciencia tributaria.

CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado el trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: Los factores económicos, sociales, culturales que influyen en la informalidad de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca son: de las 148 muestras analizadas el factor económico es una de las causas que genera informalidad ya que el 49% de comerciantes mencionaron que se dedican a la actividad comercial porque quieren trabajar de manera independiente ya que de esta manera obtienen mayores ingresos que solventen sus gastos, otro de los factores y de gran importancia es el cultural es por este factor el elevado nivel de informalidad, 36% de comerciantes indicaron que en ningún lugar recibieron información acerca de los impuestos ya sea centros educativos, medios de comunicación u otros, solo un 4% recibieron charlas por parte de la administración tributaria, el 39% de comerciantes no conoce las tasa de los impuestos es claro que la falta de cultura tributaria incide directamente en la informalidad también queda demostrado que la administración tributaria no estarían ejerciendo bien su función orientadora se debe trabajar aún más en la concientización a los comerciantes hacerles saber cuáles son sus obligaciones tributarias y los beneficios que trae estar dentro de la formalización.

SEGUNDA: El incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes inciden directamente en la recaudación tributaria, como se puede ver en los resultados en el cuadro 17 un 64% de comerciantes no están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes de esta información se puede deducir que estos comerciantes no estarían cumpliendo con sus obligaciones tributarias

ya que al no estar inscrito la administración tributaria no cuentan con información acerca de las operaciones que realizan, los comerciantes aducen que uno de los motivos por los cuales no se inscribieron fue por falta de orientación tributaria, según el cuestionario aplicado el 74% de comerciantes no emite comprobante por las ventas que realizan evadiendo así el pago de sus impuestos justificándose que no emiten comprobante porque no se les exige queda demostrado que la informalidad, ocasiona disminución en los fondos que maneja el estado de igual manera el 75% de comerciantes durante el año 2016 no habría cumplido con el pago de sus impuestos no pudiendo recaudar la administración tributaria **S/. 186,480.00** por parte de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: La administración tributaria en cooperación conjunta con el ministerio de educación en especial las universidades específicamente las carreras profesionales de Contabilidad deben realizar capacitaciones constantes fomentando una cultura tributaria de esta manera dar a conocer los beneficios que genera el cumplimiento de obligaciones tributarias sobre todo dar a conocer que el cumplir con el pago de impuestos coadyuva al desarrollo de nuestro país. Es importante que el estado debe incrementar su rol educador, profundizando las medidas tendientes a informar a los comerciantes sobre los efectos positivos del cumplimiento de sus obligaciones tributarias de esta manera combatir la informalidad en nuestro país.

Lo primordial es que la Administración Tributaria debe reincidir en las orientaciones y difusión de la información tributaria impulsando el cumplimiento de manera voluntaria el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la medida posible establecer mayor difusión de cultura tributaria induciendo a la formalidad a los comerciantes informales, también es indispensable que los contribuyentes tengan confianza con la Administración Tributaria.

SEGUNDA: La Administración Tributaria debe efectuar un mayor control de las obligaciones tributarias tanto formales, sustanciales que permita disminuir la informalidad implementando estrategias de fiscalización. Sería aconsejable que mediante controles que se realicen deben estar acompañados de una permanente capacitación.

La Administración Tributaria debe hacer conocer más ampliamente a todos los contribuyentes el destino de sus tributos aminorando la desconfianza del manejo

de los tributos que aportan esto con el fin para que los contribuyentes cumplan con pagar sus impuestos.

TERCERO: A través de las alternativas propuesta en el presente trabajo de investigación, que de implementarse en un mediano plazo una adecuada política de comunicación y asistencia estas podrían surtir efecto de disminuir progresivamente los altos niveles de informalidad en los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru especialmente comerciantes dedicados a la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca y por qué no decir a nivel Regional y de esta manera la recaudación tributaria tendría buenos resultados

BIBLIOGRAFÍA

- 234-2006/SUNAT, R. d. (2007). *Resolución de Superintendencia que Eestablece las Normas Referidas a Libros y Registros Vinculados a Asuntos Tributarios*. Lima.
- Alter, M. (2012). *La economía informal: Definiciones, teorías y políticas*. Cambridge: Wiego.
- Ataliba, G. (1987). *Hipotesis de Incidencia Tributaria*. Lima: Instituto de Derecho Tributario.
- Camargo, D. (s.f.). *Evasión fiscal un problema a resolver*. Bogotá: Dafra.
- Camargo, D. F. (-). *Evasión fiscal un problema a resolver*. Bogota - Colombia: Dafra.
- Casas, J. R. (2015). *Evasión tributaria en rentas de tercera categoria del sector de aborrotos en la ciudad de Juliaca - Cercado al 2014*. Puno.
- Charaja, F. (s.f.). *Investigación Científica*. Puno: Nuevo Mundo.
- Choy, E., & Montes, E. A. (Abril de 2011). La informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú. Lima, Perú.
- Crespo, M. (2010). *Lecciones de Hacienda Pública Municipal* . Caracas.
- De La Cruz, J. P. (2015). *Impuesto General a las Ventas y su Influencia en la Recaudación Tributaria en el Perú*. Callao.
- De Soto, H. (1987). *El Otro Sendero*. Mexico: Diana.
- Durand, F. (s.f.). *El Perú Fracturado: Formalidad, informalidad y economía delictiva*. Lima.
- Empresarial, A. (2014). *Texto Unico Ordenado de la Ley de Tributación Municipal* . Lima: Instituto Pacifico .
- Gamero, F. M., & Pinto, K. M. (2015). *La Evasión y la Recaudación Tributaria en los Comerciantes del Centro Comercial Don Máximo, del Distrito del*

- Cercado, Provincia, Departamento y Región Arequipa; año 2013.*
Arequipa.
- García, N. (Diciembre de 2010). Reformas, crecimiento e informalidad. Lima, Perú.
- Gomez, A. (2013). *Fiscalización Tributaria*. Lima: El Buzo E.I.R.L.
- Hanco, O. (2015). *Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internaonal San Jose de la Ciudad de Juliaca Periodos 2012 - 2013*. Puno.
- Hirache, L. (2015). Libros y registros electronicos 2015 SLE- PLE / SLE – Portal. *Actualidad Empresarial N° 319*, 1-3.
- Huamani, M. L., Ochoa, C. M., & Palomino, A. L. (2015). *Impuesto a la Renta de Tercera Categoria y su Influencia en la Recaudación Tributaria en el Peru años, 2012 - 2014*. Callao.
- Husmanns, R., Benes, E., & Charmes, J. (2013). La medición de la Informalidad. *Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Ginebra, Suiza: Centro Internacional de Formación de la OIT.
- Javier, A. M. (2014). *La Recaudación Tributaria y los Illicitos en la Intendencia Regional de Aduanas del Departmanento de Arequipa, años 2009 - 2013*. Arequipa.
- Kambur, R. (2009). *Conceptualizing Informality : Regulation and Enforcement*.
- Maciel, R. (2010). *El tributo*. Obtenido de ¿Definición legal o doctrina en el Derecho Paraguayo?: <http://www.monografias.com/trabajos52/tributo-paraguay/tributo-paraguay2.shtml>.
- Mamani, S. (2015). *Calidad de servicio de los supermercados Plaza Vea, Mia Market y el Mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca en el año 2014*. Juliaca.
- Matos, J. (1985). *Desborde Popular y Crisis del Estado*. Lima: Instituto de Estudios Peruano.

- MCTAL. (1958). *Modelo de Código Tributario para América Latina*. Mexico.
- Pari, T. W. (2015). *Análisis de la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria del barrio San José de la ciudad de Juliaca 2012-2013*. Puno.
- Pugliese, M. (1939). *Derecho Financiero*. Mexico: Fondo Cultural Económico de Mexico.
- Ramos, C. (1987). *El otro sendero: los presupuestos teóricos de Hernando de Soto*. Bogotá: La Oveja Negra.
- Rengifo, Y. (2014). *Infracciones y sanciones tributarias*. Lima: Entrelíneas S.R.Ltda.
- Romero, R. M. (19 de Mayo de 2009). *Derecho Tributario UFG*. Obtenido de Obligaciones Sustantivas y Formales de los Contribuyentes: <http://proyectotributarioufg.blogspot.pe/2009/05/obligaciones-formales-y-sustnativas-de.html>
- Texto Único Ordenado del Código Tributario Decreto Supremo N° 133-2013-EF (22.06.13)*. (2013). Lima: Revista Actualidad Empresarial.
- Villegas, H. (2002). *Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. . Buenos Aires: Astrea.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL:	OBJETIVOS GENERAL:	HIPOTESIS GENERAL:	VARIABLES GENERAL:	INDICADORES
¿Cuál es el nivel de influencia de la informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2015?	Analizar y determinar el nivel de informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2015.	Existe una relación de influencia significativa entre la informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2015.	V.I.: Informalidad V.D.: Recaudación Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> - Niveles de estudio - Obligaciones tributarias - Cumplimientos de normas tributarias - Inscripción de registros. - Cuantificación de las ventas. - Régimen tributario. - Cantidad de comerciantes.
ESPECIFICO: ¿Cuáles son los factores que influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru?	ESPECIFICO: Evaluar los factores que influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru.	ESPECIFICO: Los factores económicos, sociales y culturales influyen en la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir en el mercado Internacional Túpac Amaru.	ESPECIFICO V.I.: Factores V.D.: informalidad	INDICADORES <ul style="list-style-type: none"> - Económicos - Sociales - Culturales - Venta de prendas de vestir
¿Cómo influye la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru.?	Determinar la influencia de la informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru.	La informalidad de los comerciantes en la venta de prendas de vestir tiene incidencia negativa en la recaudación tributaria en el mercado Internacional Túpac Amaru.	V.I.: informalidad V.D.: Recaudación tributaria.	<ul style="list-style-type: none"> - La obligación tributaria - Tributos del gobierno central - Recaudación tributaria.
¿Qué políticas se debe implementar para disminuir la informalidad en los comerciantes en la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru?	Proponer políticas tendientes a disminuir la informalidad en los comerciantes en la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru			



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
CONTABLES



CUESTIONARIO

Estimado(a) Señor(a) estoy desarrollando un estudio relacionado con la Informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria. Por lo cual le pido encarecidamente me proporcione su opinión, mediante las respuestas me ayudara a desarrollar satisfactoriamente dicho estudio.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una **X** la alternativa que crea que es correcta.

NOTA:

Para el presente cuestionario no es necesario identificar el nombre y apellido del comerciante. Esta información será utilizada con fines estrictamente Académicos.

1. ¿Con que nivel de estudios cuenta Ud.?
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Superior
 - d. Ninguna

2. ¿Usted realiza su negocio o actividad en un local?
 - a. Propio.
 - b. Alquilado.
 - c. Prestado.
 - d. Otro.....

3. ¿Cuáles son los motivos por las que inicio este negocio o actividad?
 - a. No encontré trabajo asalariado.
 - b. Obtiene mayores ingresos.
 - c. Quiere ser independiente.
 - d. Por tradición familiar.
 - e. Por necesidad.

f. Otro.....

4. ¿Cuánto tiempo trabaja usted en su negocio o actividad?

AÑOS	
MESES	

5. ¿Está usted inscrito en el Registro Único de Contribuyentes RUC?

a. Si

b. No

6. ¿Qué tipo de contribuyente es usted?

a. Persona natural

b. Persona jurídica

c. Ninguna

7. ¿En qué régimen tributario esta su empresa?

a. Régimen General.

b. Régimen Especial de Renta.

c. Régimen Único Simplificado.

d. Otro.....

e. Ninguno.

8. ¿Cuáles son las causas que le motivaron a no inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes RUC?

a. Falta de capacitación y orientación tributaria.

b. Desconfianza de manejo de recursos.

c. Falta de conciencia tributaria.

d. Bajo nivel de venta.

9. ¿Emite usted comprobantes de pago en las ventas que realiza?

a. Si

b. No

10. ¿Conoce usted cuál de estos son Comprobantes de Pago?

- a. Cheque- Tarjeta de crédito - Tarjeta de débito.
 - b. Factura - Boleta de Venta - Guía de Remisión.
 - c. Proforma - Nota de pedido- Nota de salida.
 - d. Ninguno.
11. ¿Qué Comprobantes de Pago emite usted?
- a. Factura - Guía de Remisión.
 - b. Boleta de Venta.
 - c. Factura y Boleta de Venta.
 - d. Ninguno.
12. ¿Cuáles son los motivos por los cuales no emite Comprobante de pago?
- a. No me exigen.
 - b. No es necesario.
 - c. Nadie emite.
 - d. No tiene.
13. ¿El pago de los impuestos es de carácter obligatorio?
- a. Si.
 - b. No.
14. ¿Qué entiende por impuestos?
- a. Es el pago que se hace al Estado por parte de los empresarios.
 - b. Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del país.
 - c. Es lo que se paga a la SUNAT.
 - d. Desconozco.
15. ¿Quiénes deben pagar los impuestos?
- a. Los empresarios.
 - b. Los empleados.
 - c. Las personas que tengan capacidad de pago.
 - d. Todas las personas.

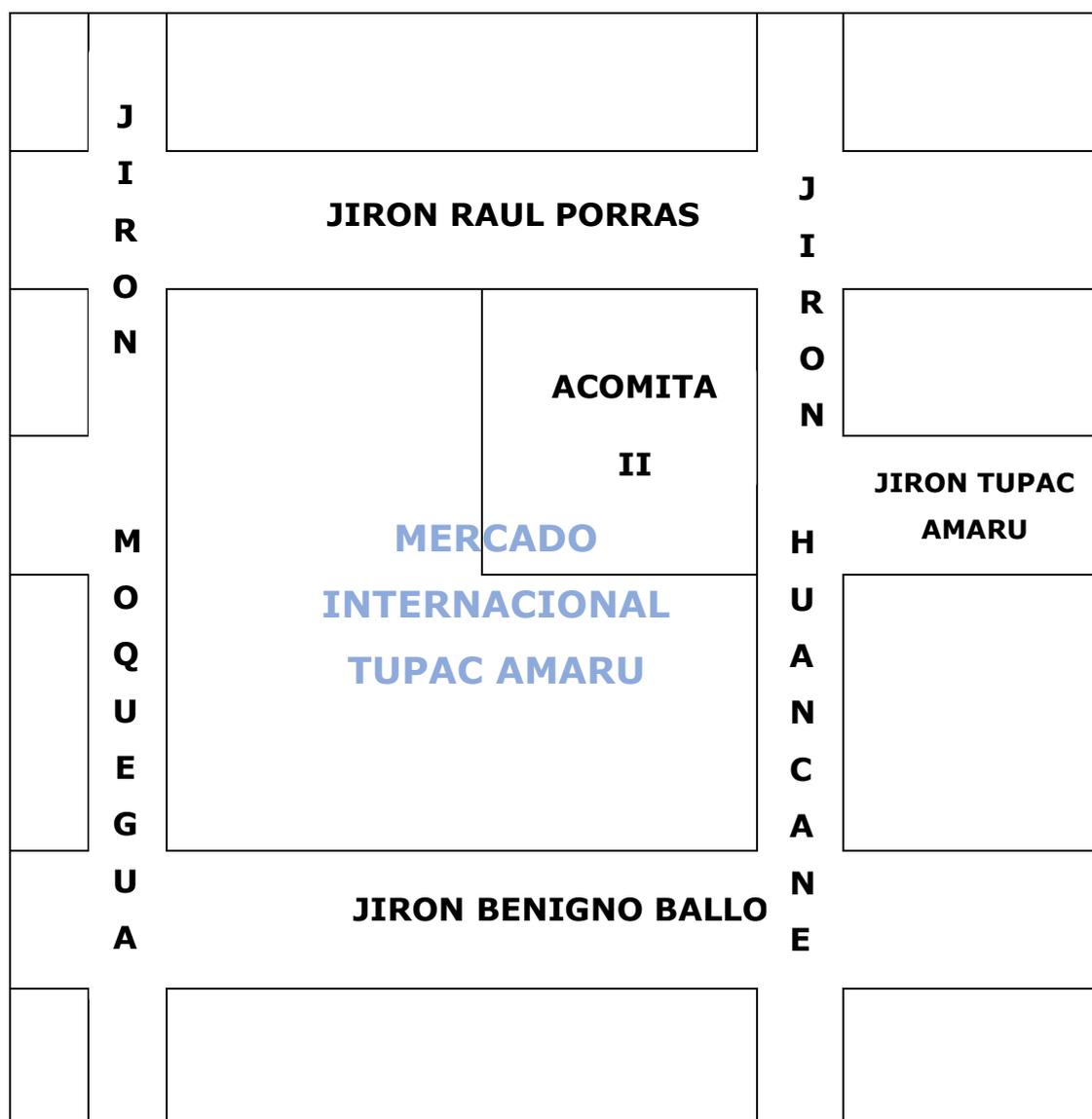
16. ¿Que parece la tasa de los impuestos que cobra el estado?
- Muy alta.
 - Alta.
 - Baja.
 - Regular.
 - No conoce.
17. ¿Con que periodicidad paga usted sus impuestos?
- Mensual.
 - Anual.
 - Rara vez.
 - Nunca.
18. ¿Cuáles son los motivos por el cual piensan que el pago de impuestos no es obligatorio?
- No es importante
 - No me beneficia en nada
 - Nadie paga
 - Desconozco
19. ¿Sabe usted quien es el encargado de cobrar los impuestos?
- La SUNAT.
 - El municipio.
 - El Gobierno Regional.
 - No conozco.
20. ¿Dónde aprendió acerca de los impuestos?
- En el centro educativo.
 - En la televisión.
 - Charlas de la SUNAT.
 - En ningún lugar.
21. ¿Qué instituciones impartieron charlas de capacitaciones u orientación tributaria?

- a. Sunat.
- b. Municipio.
- c. Universidades.
- d. Otros.
- e. Ninguno.

FICHA DE OBSERVACIÓN

INDICADORES	SI	NO	MUY POCO
1.- Conoce el Sistema Tributario Nacional			
2.- Se interesa por la tributación.			
3. Esta registrado con RUC			
4. Muestra cultura tributaria			
5. Distingue bien los Comprobantes de Pago			
6. Tiene información sobre el IGV.			
7. Practica valores, para la tributación			
8.- Muestra actitudes para formalizarse.			
9. Es consciente de la informalidad comercial.			
10. Muestra interés por conocer sobre la tributación			
11. Nivel de ventas diarias			

CROQUIS DEL MERCADO INTERNACIONAL TUPAC AMARU



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

ANALYSIS OF THE INFORMALITY AND ITS INCIDENCE IN THE TAX
COLLECTION OF THE TRADERS OF THE INTERNATIONAL MARKET
TÚPAC AMARU IN THE SALE OF CLOTHES OF DRESS OF THE CITY OF
JULIACA 2016

ANÁLISIS DE LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN
TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL
TÚPAC AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE
JULIACA 2016

ARTICULO CIENTIFICO

PRESENTADO POR

VILMA MAMANI CANAZA

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. Alfredo Cruz Vidangos

**COORDINADOR DE
INVESTIGACIÓN :**

Dr. German Alberto Medina Colque

PUNO – PERÚ

2018

ANÁLISIS DE LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN
TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL
TÚPAC AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE
JULIACA 2016

ANALYSIS OF THE INFORMALITY AND ITS INCIDENCE IN THE TAX
COLLECTION OF THE TRADERS OF THE INTERNATIONAL MARKET
TÚPAC AMARU IN THE SALE OF CLOTHES OF DRESS OF THE CITY OF
JULIACA 2016

Vilma Mamani Canaza

Universidad Nacional del Altiplano

Facultad de Ciencias Contable y Administrativas

Escuela Profesional de Ciencias Contable

ARTICULO CIENTIFICO

ANÁLISIS DE LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN
TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC
AMARU EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE JULIACA 2016

ANALYSIS OF THE INFORMALITY AND ITS INCIDENCE IN THE TAX COLLECTION
OF THE TRADERS OF THE INTERNATIONAL MARKET TÚPAC AMARU IN THE
SALE OF CLOTHES OF DRESS OF THE CITY OF JULIACA 2016

AUTOR: VILMA MAMANI CANAZA

CORREO ELECTRONICO: vilma.7mc@gmail.com

ESCUELA PROFESIONAL: CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

El Perú es uno de los países, que presenta mayores índices de informalidad que conlleva a un alto grado de evasión tributaria, la informalidad siempre ha sido un tema de interés nacional puesto que es un factor negativo que incide directamente en la recaudación nacional debido a que limita el financiamiento sostenible de recursos que requiere el estado para su funcionamiento, la informalidad que existe en la ciudad de Juliaca específicamente en el Mercado Internacional Túpac Amaru en los comerciantes dedicados a la venta de prendas de vestir es evidente la falta de control, información adecuada referente a normas tributarias de la misma manera el desinterés mostrado por comerciantes en formalizarse, hace que el problema específico de la informalidad sea elevado al no reportar los ingresos generados. El objetivo del trabajo de investigación fue determinar el nivel de informalidad y como esta incide en la recaudación tributaria, determinar porque los comerciantes optan por el comercio informal sea esta por causas económicas, sociales, culturales, 36% de comerciantes indicaron que en ningún lugar recibieron información acerca de los impuestos ya sea centros educativos, medios de comunicación u otros, solo un 4% recibieron charlas por parte de la administración tributaria de los resultados relevantes se obtuvo que el 64% de comerciantes no cuenta con Registro Único Contribuyentes quedando demostrado el nivel de informalidad, para que se encuentre dentro de la formalidad se debe contar con tal registro de esta manera la administración tributaria puede tener un mayor control, el 74% de comerciantes no emite comprobantes por las ventas que realiza aduciendo que no se les exige los comprobantes de esta manera los comerciantes estarían evadiendo impuestos, se concluye que el incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los

comerciantes inciden directamente en la recaudación tributaria se determinó que S/. 186,480.00 durante el año 2016 es lo que estarían evadiendo los comerciantes ocasionando una pérdida en los fondos que maneja el estado. Para llevar a cabo el proceso de investigación se desarrolló de la siguiente manera:

- **CAPITULO I:** PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN, en donde se planteó el problema el cual es objeto de estudio, se desarrolló los antecedentes relacionados con otras investigaciones que sirvieron de base para el desarrollo del presente trabajo de investigación.
- **CAPITULO II:** MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOSTESIS DE LA INVESTIGACIÓN , sirve de guía para el desarrollo del trabajo de investigación.
- **CAPITULO III:** METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN, se da a conocer los métodos utilizados, que incluye el tipo de investigación, la población, muestra y las técnicas e instrumentos que se han utilizado para la recolección, procesamiento y análisis de la información obtenida, se describe las características del área donde se hizo la investigación.
- **CAPITULO IV:** RESULTADOS Y DISCUSIÓN, se desarrolla la exposición y análisis de los resultados obtenidos en los cuestionarios, así como la constatación de la hipótesis. Posteriormente se presenta las conclusiones del trabajo de investigación, se desarrolla las recomendaciones, esperando que el presente trabajo de investigación contribuya a solucionar el problema en mención, como también sirva como material de apoyo para las futuras investigaciones.

Palabras Claves: Informalidad, Recaudación, Evasión.

ABSTRACT

Peru is one of the countries, which has higher rates of informality that leads to a high degree of tax evasion, informality has always been a matter of national interest since it is a negative factor that directly affects the national collection due to the fact that limits the sustainable financing of resources required by the state for its operation, the informality that exists in the city of Juliaca specifically in the Túpac Amaru International Market in merchants dedicated to the sale of clothing is evident the lack of control, adequate information Regarding tax regulations in the same way the lack of interest shown by traders to formalize, makes the specific problem of informality high by not reporting the generated income. The objective of the research work was to determine the level of informality and how it affects tax collection, determine why merchants opt for

informal commerce, whether for economic, social or cultural reasons, 36% of merchants indicated that they did not receive any information about taxes whether educational centers, media or other, only 4% received talks by the tax administration of the relevant results was obtained that 64% of merchants do not have a single register Taxpayers being demonstrated the level of informality, so that it is within the formality should be counted on such a register in this way the tax administration can have greater control, 74% of merchants do not issue vouchers for the sales that it makes claiming that the vouchers are not required in this way the merchants would be evading taxes, it is concluded that the compliance of tax obligations by the merchants directly affect the tax collection was determined that S /. 186,480.00 during 2016 is what the merchants would be avoiding, causing a loss in the funds managed by the state. To carry out the research process, it was developed as follows:

- CHAPTER I: ANALYSIS OF THE PROBLEM, BACKGROUND AND OBJECTIVES OF THE INVESTIGATION, where the problem was raised which is the object of study, the background related to other investigations that served as the basis for the development of this research work was developed.
- CHAPTER II:., THERETICAL FRAMEWORK, CONCEPTUAL FRAMEWORK AND RESEARCH HYPOTHESIS serves as a guide for the development of research work.
- CHAPTER III: INVESTIGATION METHOGOLOGY, the methods used are disclosed, which includes the type of research, the population, sample and the techniques and instruments that have been used for the collection, processing and analysis of the information obtained, it is described the characteristics of the area where the investigation was made.
- CHAPTER IV: RESULTS AND DISCUSSION, the presentation and analysis of the results obtained in the questionnaires is developed, as well as the verification of the hypothesis. Subsequently, the conclusions of the research work are presented, the recommendations are developed, hoping that the present research work contributes to solve the problem in question, as well as it will serve as support material for future research.

Key Words: Informality, Collection, Evasion.

INTRODUCCIÓN

La informalidad es un importante asunto a tratar porque tiene un impacto en el desarrollo de las empresas formales y en el crecimiento económico de nuestro país. En la actualidad en cuanto respecta a la informalidad no es más que un reflejo de nuestra situación económica, social, política y cultural en la que nos encontramos y como consecuencia trae el incumplimiento de las obligaciones tributarias. Desde esta perspectiva, el tema de la informalidad constituye un delicado asunto a tratar que

perjudica seriamente a la economía del país al no recaudar los impuestos, limitando el financiamiento del estado, que requiere para su funcionamiento y la atención de las necesidades de la sociedad.

Por los motivos mencionados anteriormente el desarrollo del presente trabajo de investigación tiene su origen en la preocupación y descontento el hecho de que exista desigualdad generado por la informalidad que tiene vinculación directa con la recaudación tributaria debido a los aportes y obligaciones tributarias que no realizan.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general analizar y determinar el nivel de informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016, se estudió cuáles son los factores que motivan a los comerciantes a incurrir en la informalidad. La finalidad de este trabajo de investigación es determinar cuánto es lo que la administración tributaria estaría dejando de percibir por la informalidad que existe en el mercado Internacional Túpac Amaru.

MATERIALES Y METODOS

Para el desarrollo del presente trabajo de Investigación titulado: “Análisis de la informalidad y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir de la ciudad de Juliaca 2016” se utilizaron los siguientes métodos:

METODO INDUCTIVO

La inducción es el método que consiste en iniciar de lo particular para llegar a lo general, de los hechos a las causas y al descubrimiento de leyes. (Charaja)

El presente de trabajo de investigación se realizó mediante el método inductivo ya que implica recopilación de información mediante preguntas, interpretación contextual la característica de este método es que parte del hecho particular a lo general en el presente proyecto investigación es la determinar las causas que generan la informalidad, de esta manera determinar el nivel de informalidad de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru y su incidencia en la recaudación tributaria.

METODO DESCRIPTIVO

Mediante este método se realizó un análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema de la informalidad, todo ello nos permite describir, evaluar, examinar e interpretar minuciosamente las probables causas y factores que originan

este problema, teniendo como base las variables presentadas y determinando cuánto deja de percibir la Administración Tributaria (SUNAT) de estos comerciantes.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÉCNICA DE RECOLECCION DE DATOS

ANALISIS DOCUMENTAL:

Esta técnica nos permitió recopilar información obtenida de libros, informes, tesis, revistas especializadas que esta detallado en nuestro marco teórico la información obtenida fue de bastante utilidad para sustentar la hipótesis.

OBSERVACIÓN DIRECTA:

Esta técnica se realizó en el mercado, teniendo como lineamientos generales el mismo formato de la entrevista para así completar o esclarecer los datos proporcionados por los comerciantes y de esta manera determinar la veracidad de la información que nos fue proporcionada.

INSTRUMENTOS

GUÍA DE CUESTIONARIO

A pesar de todas sus limitaciones, los cuestionarios son instrumentos eficaces para recopilar datos sobre el comercio informal. Mediante el cuestionario se recopiló datos por medio de un conjunto de cuestionarios que fueron diseñados, esto nos permitió identificar el nivel de informalidad con que cuenta cada uno de los comerciantes y conocer su incidencia en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca.

La aplicación de este instrumento fue esencial para el presente trabajo de investigación ya que se formuló un cuestionario con 22 ítems, que respondían a los Indicadores de nuestras variables.

TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

CUADROS ESTADISTICOS:

Esta técnica permitió tabular los resultados obtenidos a través de cuadros estadísticos los cuales fueron analizados e interpretados la información obtenida durante la ejecución del cuestionario y detallados cada uno de ellos para una mejor comprensión.

GRAFICOS ESTADISTICOS

Esta técnica nos permitió estructurar los resultados obtenidos del cuestionario que se desarrolló en gráficos estadísticos los mismos que se analizaron e interpretaron

POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

POBLACIÓN

Está conformado por los comerciantes dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir del Mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca quienes están ubicados en el mismo mercado Acomita II, así como en calles aledañas, comerciantes del Jirón Tupac Amaru y del Jirón Huancané.

ACOMITA II: El mercado Internacional Tupac Amaru está organizado en 5 Acomitas parte de los comerciantes del Acomita II son comerciantes dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir que en su mayoría cuentan con puesto propio.

JIRON TUPAC AMARU: Estos son comerciantes ubicados en calles aledañas en su mayoría son personas migrantes provenientes de diversas provincias de la región con respecto al espacio donde expanden sus mercaderías son en veredas e incluso en algunos casos están en calidad de alquiler, así como existen tiendas.

JIRON HUANCANE: Respecto a los comerciantes una gran parte son tiendas al igual que los comerciantes del jirón Tupac existen comerciantes ubicados en veredas por los cuales pagan alquiler con respecto a estos comerciantes comenzaron como ambulantes con el pasar del tiempo fueron ubicándose en un lugar específico.

CUADRO 1

DISTRIBUCIÓN DE COMERCIANTES

UBICACIÓN	NUMERO DE COMERCIANTES
JIRON TUPAC	65
JIRON HUANCANE	18
ACOMITA II	288
TOTAL	371

MUESTRA

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el método de muestreo expresado en la fórmula:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confiabilidad al 95% lo que implica que $Z=1.96$

E: Error de estimación. $E=0.05$

S: Desviación Standard (40%) $S=0.40$

N: Población $n=371$

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

$$n = \frac{0.40^2}{\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.40^2}{371}}$$

$$n = 147.87$$

Por tanto, reemplazando se obtiene que la muestra para el presente trabajo de investigación está constituida por 148 comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

A través del método probabilística para lo cual se eligió al número de comerciantes por rubro identificado para el presente estudio.

$$n_n = \frac{N_1 * n}{N}$$

JIRON TUPAC

$$n_1 = \frac{65 * 148}{371} = 26$$

ACOMITA II

$$n_2 = \frac{288 * 148}{371} = 115$$

JIRON HUANCANE

$$n_3 = \frac{18 * 148}{371} = 7$$

La muestra para el presente trabajo de investigación representa 148 comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru con un margen de error del 5%.

CUADRO 2
DISTRIBUCIÓN DE COMERCIANTES

UBICACIÓN	NUMERO DE COMERCIANTES
JIRON TUPAC	26
JIRON HUANCANE	7
ACOMITA II	115
TOTAL	148

Fuente: Muestra seleccionada

RESULTADOS

Una vez realizado el trabajo de investigación, con la finalidad de alcanzar cada uno de los objetivos planteados y de esta manera se podrá aceptar o rechazar las hipótesis propuestas, cabe indicar que en los cuadros presentados están formuladas de acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación.

EVALUAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU

CUADRO 3

**CAUSAS POR LAS CUALES DEDICAN A LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN EL
MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
No encontré trabajo asalariado.	13	0.09	9%
Obtiene mayores ingresos.	31	0.21	21%
Quiere ser independiente	72	0.49	49%
Por tradición familiar.	14	0.09	9%
Por necesidad	18	0.12	12%
TOTAL	148	1	100%

INDICADOR: Razones Por Las Cuales Se Dedican A La Actividad Comercial

FUENTE: Cuestionario realizado a los comerciantes

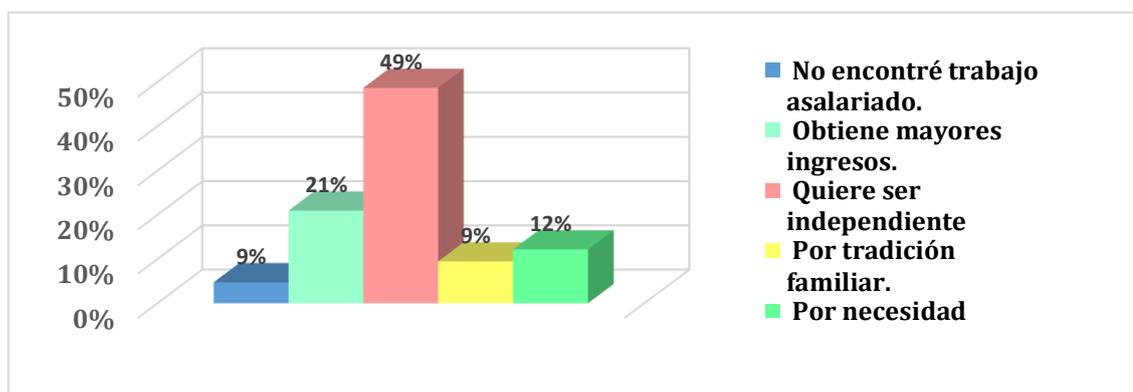


Gráfico 1 Causas por las cuales dedican a la actividad comercial en el Mercado Internacional Túpac Amaru

Fuente: Cuadro 3

Las razones por las cuales los comerciantes se dedican a la actividad comercial. De los resultados obtenidos en el cuadro, el 49% de comerciantes indican que se dedican a la actividad comercial porque quieren independizarse económicamente, el 21% indicaron que por esta actividad obtienen mayores ingresos el 12% por tradición familiar, tal como se puede observar los comerciantes optan por la actividad comercial ya que quieren trabajar de manera independiente muchos de estos comerciantes son migrantes provenientes de distintas provincias de la región como indica Hernando de Soto los comerciantes informales saben mejor que nadie lo que quieren y lo que les conviene, y lo que buscan es realizar las mismas actividades formales es decir convertirse en empresarios ya que en su mayoría son gente emprendedora.

CUADRO 4

DONDE APRENDIERON ACERCA DE TRIBUTACIÓN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
En el centro educativo.	64	0.43	43%
En la televisión.	25	0.17	17%
Charlas de la SUNAT.	6	0.04	4%
En ningún lugar.	53	0.36	36%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

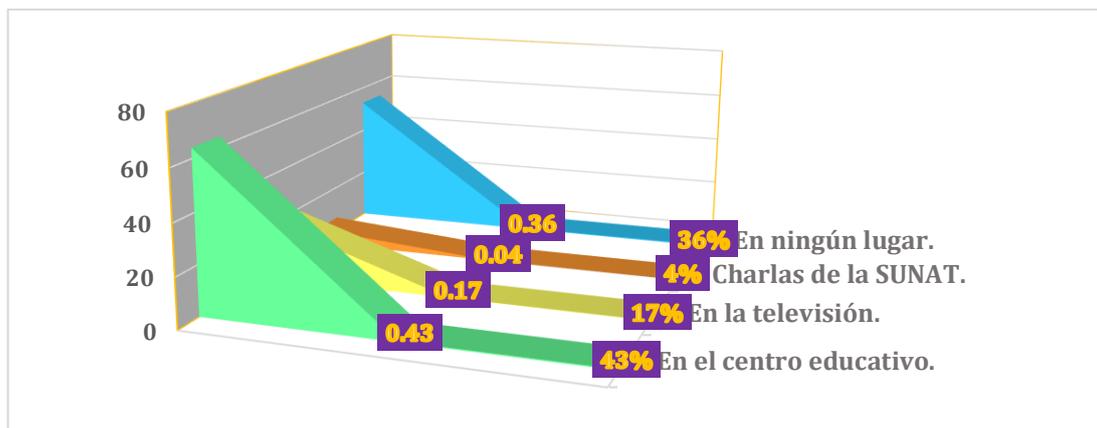


Gráfico 2 Donde aprendieron acerca de tributación los comerciantes del mercado internacional

Fuente: Cuadro 4

En el cuadro se puede observar que el 43% de comerciantes indicaron que aprendieron acerca de tributación en los centros educativos solo un 4% en charlas tributarias brindadas por la administración tributaria siendo la obligación y función de esta, orientadora, así como la educación y asistencia al contribuyente, el 36% de comerciantes señalaron que nunca se les dio a conocer información sobre lo que es tributación por lo tanto el factor educativo si influye en la informalidad. El estado debería fomentar información por los medios televisivos.

CUADRO 5

CONSULTA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU SOBRE QUIENES REALIZAN EL PAGO DE LOS IMPUESTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Los empresarios.	42	0.28	28%
Los empleados.	5	0.03	3%
Las personas que tengan capacidad de pago.	59	0.40	40%
Todas las personas.	42	0.28	28%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: conocimiento de tributación

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

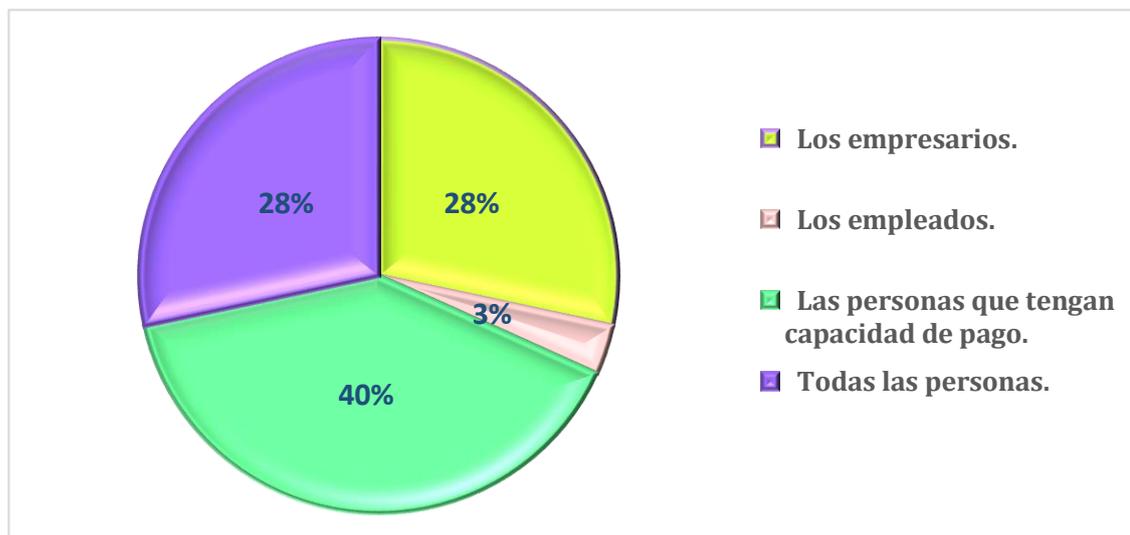


Gráfico 3 Consulta a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru sobre quienes realizan el pago de los impuestos

Fuente: Cuadro 5

El 28% de comerciantes considera que los obligados a cumplir con el pago de impuestos son empresarios, el 3% señala que los que deben pagar los impuestos los empleados, el 40% considera que el pago de impuestos lo deben realizar las personas que tengan capacidad de pago, la falta de cultura tributaria es causal de la informalidad, se debe fomentar una educación tributaria ya que es responsabilidad de todos como ciudadanos cumplir con nuestras obligaciones tributarias.

DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES EN LA VENTA DE PRENDAS DE VESTIR Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU.

CUADRO 6

COMERCIANTES INSCRITOS EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Si	53	0.36	36%
No	95	0.64	64%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

FUENTE: Cuestionario realizado a los comerciantes

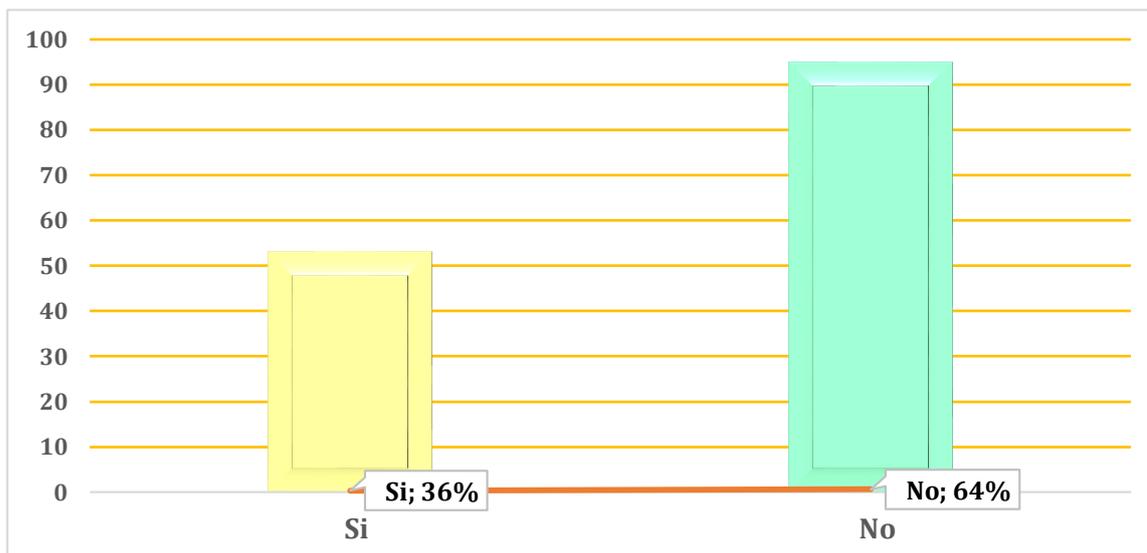


Gráfico 4 Comerciantes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes

Fuente: Cuadro 6

En el estudio realizado 53 comerciantes indicaron que se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes que representa el 36% del total de la muestra estudiada, las 95 comerciantes indicaron que no se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes que representa el 64% del total de la muestra estudiada. Según el cuestionario realizado se puede ver los altos índices de informalidad, ya que al no estar registrados ante la administración tributaria tal como lo establece la ley no puede ser controlados y supervisados como sujetos pasivos.

CUADRO 7

TIPO DE CONTRIBUYENTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Persona natural – con RUC	48	0.32	32%
Persona jurídica	0	0.00	0%
Persona natural – sin RUC	100	0.68	68%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

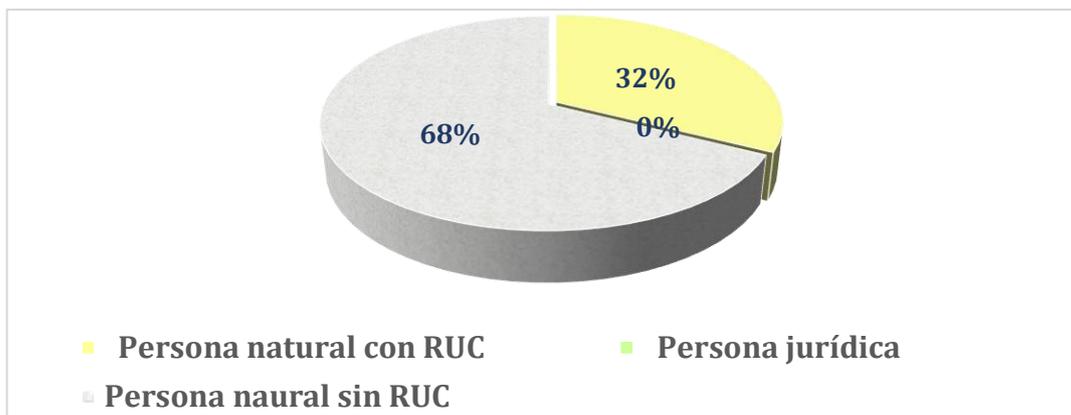


Gráfico 5 Tipo de contribuyentes del mercado internacional Túpac Amaru

Fuente: Cuadro 7

En el cuestionario efectuado 48 comerciantes indicaron que se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes como personas naturales que representa el 32%, 100 comerciantes indicaron que no se encuentran inscritos en el registro único de contribuyentes y por ende no se acogieron ya sea cómo persona natural o jurídica que representa el 68%. En este cuadro se puede demostrar el gran desconocimiento que tienen los comerciantes como se puede observar en el cuadro 6 a la consulta si contaban con ruc, un 36% dijo que si, pero a la pregunta de qué tipo contribuyente son solo un 32% dijo persona natural información que se contradice con primera respuesta que dieron, en este cuadro se puede observar que el porcentaje de comerciantes que no cuentan con ruc se estaría elevando es ahí donde se puede deducir el gran desconocimiento que tienen así mismo se estaría demostrando el gran nivel de informalidad de estos en base a los resultados obtenidos.

CUADRO 8

CONSULTA SI EMITEN COMPROBANTES LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Si	38	0.26	26%
No	110	0.74	74%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: Obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

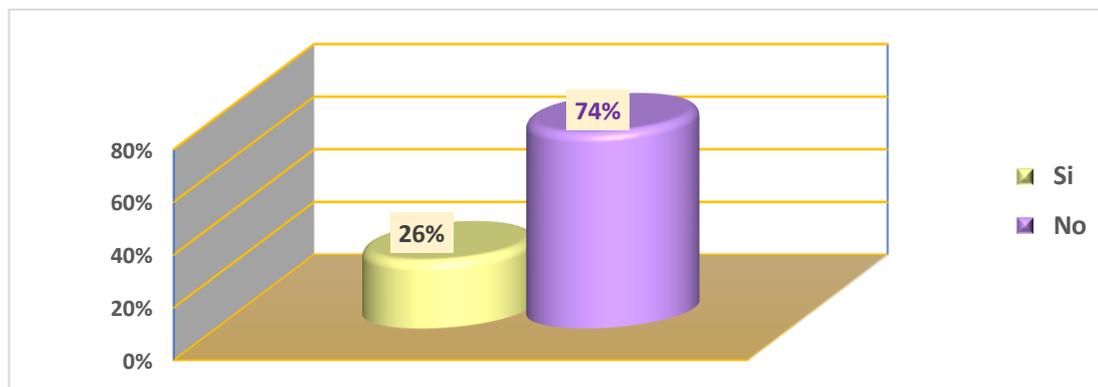


Gráfico 6 Consulta si emiten comprobantes los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru - Juliaca

Fuente: Cuadro 8

Según el cuestionario realizado a los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru dedicados a la venta de prendas de vestir, el 26% señalaron que si emiten comprobantes pago por las ventas que realizan, el 74% de comerciantes señalaron que no emiten comprobante alguno por las ventas que efectúan del cual se puede deducir que están infringiendo la ley puesto que existe la obligatoriedad de entregar comprobantes de pago por las operaciones que realizan de acuerdo a la forma y condiciones que establezca la SUNAT. Con esto queda demostrado que los comerciantes estarían evadiendo impuestos ya que no existe documento que acredite la venta de prendas de vestir de esta manera afectando de manera directa la recaudación tributaria.

CUADRO 9

COMPROBANTES QUE EMITEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Factura	3	0.00	2%
Boleta de Venta	24	0.16	16%
Ticket	0	0.00	0%
No emite	121	0.84	82%
TOTAL	148	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

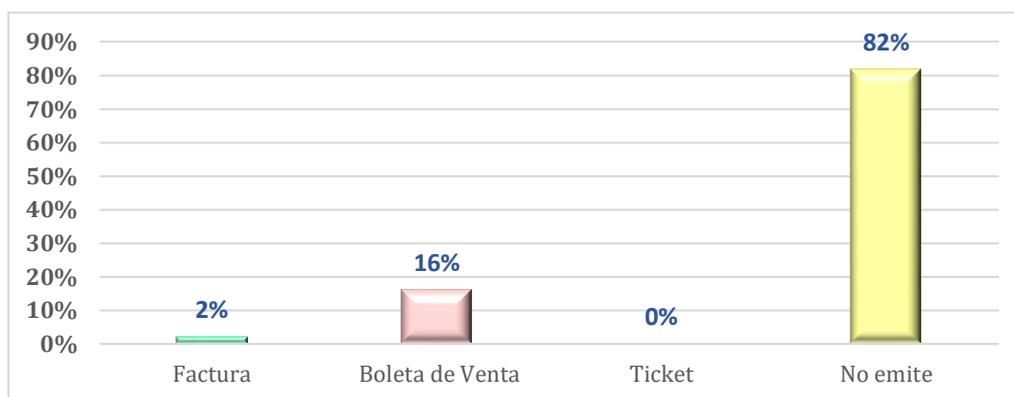


Gráfico 7 Comprobantes que emiten los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru

Fuente: Cuadro 9

En resumen, a la consulta de que comprobantes de pago emiten solo el 16% emiten boleta de venta y el 84% de comerciantes no emiten comprobante alguno por las operaciones que realizan esto nos demuestra el escaso nivel conciencia tributaria ya que aún no conocen el valor de los comprobantes de pago, al no emitir comprobantes de pago se estaría evadiendo el pago de los impuestos por las operaciones que realizan, al no emitir comprobante no se tendría información alguna que acredite las operaciones que realizan los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru y por ende afecta directamente a la recaudación tributaria puesto que percibe menores ingresos.

CUADRO 10

PERIODICIDAD CON QUE PAGAN SUS IMPUESTOS LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU - JULIACA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
Mensual.	22	0.15	15%
Anual.	5	0.03	3%
Rara vez.	10	0.07	7%
Nunca	110	0.75	75%
TOTAL	147	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

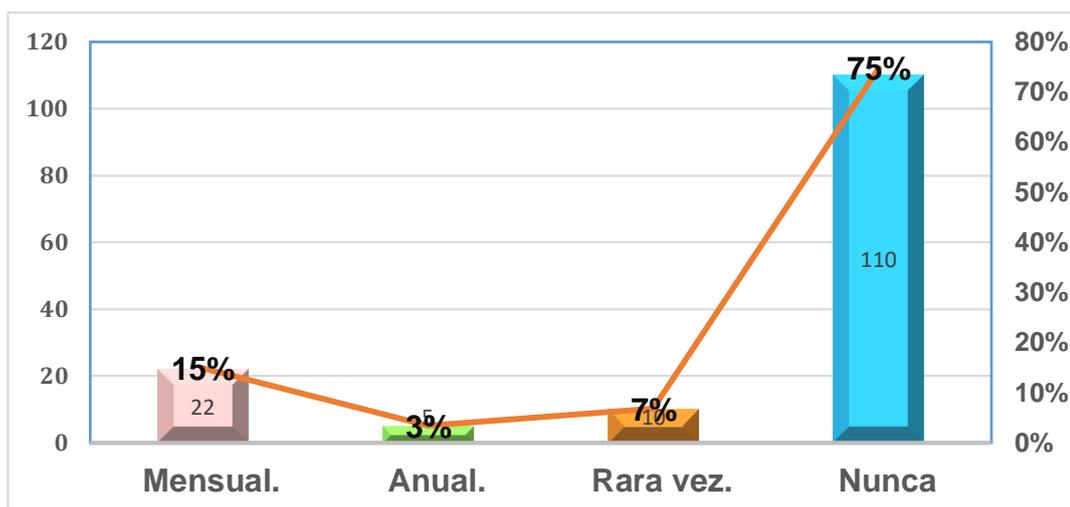


Gráfico 8 Periodicidad con que pagan sus impuestos los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru – Juliaca

Fuente: Cuadro 10

En el cuadro se puede observar se puede observar los resultados obtenidos del cuestionario aplicado el cual señala que solo el 15% de comerciantes realizan su pago de impuestos de manera mensual, el 7% señalaron que el pago de impuestos lo realizan esporádicamente y el 75% señalaron que nunca pagaron sus impuestos de esta manera queda demostrado el gran porcentaje de comerciantes evaden los impuestos de esta manera se estaría perjudicando al estado por los escasos recursos que recauda la falta de recursos dificultaría al gobierno para poder brindar asistencia pública a los ciudadanos.

CUADRO 11

COMERCIANTES QUE NO CUMPLIERON CON EL PAGO DE SUS IMPUESTOS

COMERCIANTES	TOTAL MUESTRA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL
ACOMITA II	82	0.75	75%
JIRON TUPAC	21	0.19	19%
JIRON HUANCANE	7	0.06	6%
TOTAL	110	1	100%

Indicador: obligaciones tributarias

Fuente: Cuestionario realizado a los comerciantes

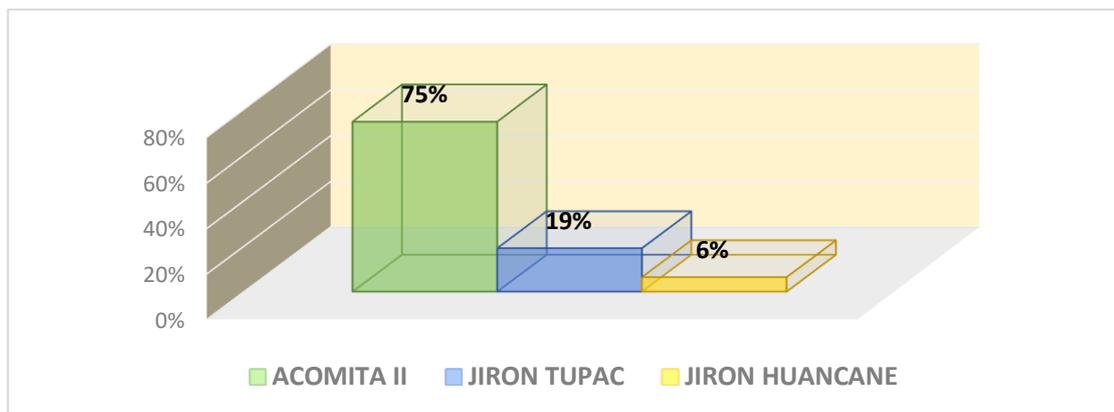


Gráfico 9 Comerciantes que no Cumplieron con el Pago de sus Impuestos

Fuente: Cuadro 11

Tal como se puede apreciar en el cuadro 11 los comerciantes que estarían incumpliendo con el pago de sus impuestos serian 82 comerciantes de Acomita II que representa el 75% del total de la muestra estudiada, 21 comerciantes del Jirón Túpac Amaru que representa 19% y 7 comerciantes del Jirón Huancané que representa el 6%, esto demuestra el nivel de informalidad que incide directamente en la recaudación tributaria, uno de los factores preponderantes en la informalidad seria la falta de cultura y conciencia tributaria por parte de los comerciantes sumado a ello la falta de fiscalización y orientación tributaria por parte de la administración tributaria ya que no estarían cumpliendo de manera correcta con sus funciones que son fiscalizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es importante que el no pagar impuestos impide al estado destinar los recursos suficientes para cubrir las necesidades de nuestra sociedad.

CUADRO 12

DETERMINACIÓN IMPORTE NO PERCIBIDO POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

VENTAS MENSUALES	TOTAL MUESTRA	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA MENSUAL	CUOTA ANUAL POR PAGAR
0.00- 5,000.00	17	RUS	1	20	S/. 4,080.00
5,000.00- 8,000.00	28	RUS	2	50	S/. 16,800.00
8,000.00- 12,000.00	61	RUS	3	200	S/. 146,400.00
12,000.00- 20,000.00	4	RUS	4	400	S/. 19,200.00
TOTAL	110				S/. 186.480.00

Indicador: Ficha de observación

Para efectuar la estimación del importe dejado de percibir por el ente recaudador partimos de la siguiente premisa:

- Primero es importante señalar que las ventas efectuadas en el mercado internacional Túpac Amaru son a consumidores finales es por esta razón que la determinación del importe dejado de pagar se hizo en base al Régimen Único Simplificado.
- Permite al comerciante ubicar su negocio de acuerdo a su realidad económica.
- Le permite realizar el pago de sus impuestos de manera fácil sin necesidad de formularios.
- De acuerdo a las fichas de observación se determinó a las categorías que les correspondería tributar a los comerciantes en base a sus ingresos.

Como se puede observar en el cuadro 12 se ubicó a los comerciantes de acuerdo a la categoría que les corresponde esto función a sus ventas, en la categoría 1 del RUS se encontraría 17 comerciantes con un pago mensual de S/. 340.00 soles el impuesto anual que se estaría evadiendo es de S/ 4,080.00, en la categoría 2 con una cuota mensual de S/ 50.00 soles 28 comerciantes no estaría cumpliendo con el mensual de S/. 1,400.00 soles evadiendo un pago anual de S/ 16,800.00 soles, 61 comerciantes les correspondería estar en la 3 categoría del RUS pagando una cuota mensual de S/ 200.00 soles sumando un total de S/12,200.00 mensual anual no se estaría pagando S/ 146,400.00 soles finalmente en la categoría 4 a solo cuatro comerciantes les correspondería pertenecer a este régimen evadiendo un impuesto anual de S/ 19,200.00 soles en resumen durante el año 2016 los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru evadieron un importe de S/. 186,480.00 s siempre recalcando que estos comerciantes son los dedicados exclusivamente a la venta de prendas de vestir asimismo esta cantidad corresponde solo al total de muestra seleccionada para el desarrollo del trabajo de investigación por lo cual se puede afirmar que el incumplimiento de pago de los impuestos sería aún mayor.

DISCUSIÓN

Hanco Larico, O. Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca periodos 2012-2013. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Concluye lo siguiente: Se establece según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 117 comerciantes no tienen una cultura tributaria, lo cual representa el 51% del total de la

muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% del rubro electrodomésticos, 4.36% del rubro calzados y 10.90% rubro abarrotes, lo que influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incremente más la actividad informal en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

Haciendo la comparación con los resultados de la investigación según el cuestionario efectuado a los comerciantes, podemos deducir que no existe una mejora con referencia a una cultura tributaria en el periodo 2016 en los comerciantes del mercado Internacional Tupac Amaru dedicados a la venta de prendas de vestir, el 40% indica quienes deben efectuar el pago de impuestos son las personas que tengan capacidad de pago, el 28% de comerciantes señala que todos están en la obligación con cumplir el pago de impuestos, mostrando esta actitud de mantenerse al margen de las regulaciones normativas en cierta forma es por la falta de orientación y capacitaciones en materia tributaria, el 36% de comerciantes indicaron que no recibieron orientaciones tributarias, la única forma de abatir la informalidad es mediante una cooperación conjunta entre el Municipalidad Provincial de San Román y la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria fomentando una cultura tributaria.

Parí Gómez, T. Análisis de la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria del barrio San José de la ciudad de Juliaca (2012-2013). Tesis para optar el Título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano. Concluye lo siguiente: Determinando el nivel de evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir en el barrio San José de la ciudad, estos son: Año 2012, solo 9 comerciantes que representa el 13.24% si cumplieron con el pago de sus impuestos a la SUNAT, y 59 comerciantes el 86.76% evadieron en forma total el pago de sus impuestos a al SUNAT; Año 2013, 12 comerciantes que representa el 17.65% de la muestra si cumplieron con el pago de impuestos a la SUNAT y 56 comerciantes que representa el 82.35% de la muestra evadieron en forma total el pago de sus impuestos; entonces podemos concluir determinando que el nivel de evasión tributaria de estos comerciantes es muy alto.

En comparación con los resultados obtenidos podemos afirmar que existe una mejora con respecto al cumplimiento de pago de los impuestos en el periodo 2016 del total de la muestra estudiada, el 15% de comerciantes si cumplieron con el pago de sus impuestos de manera mensual, el 3% de comerciantes lo realiza de manera anual, el 75% señalaron que no cumplieron con el pago de sus impuestos de la información

obtenida podemos afirmar que existe un descenso con el incumplimiento de pago de impuestos.

CONCLUSIÓN

Los factores económicos, sociales, culturales influyen en la informalidad de los comerciantes del mercado Internacional Túpac Amaru en la venta de prendas de vestir. El incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes inciden directamente en la recaudación tributaria, como se puede ver en los resultados un 64% de comerciantes no están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes de esta información se puede deducir que estos comerciantes no estarían cumpliendo con sus obligaciones tributarias ya que al no estar inscrito la administración tributaria no cuentan con información acerca de las operaciones que realizan, los comerciantes aducen que uno de los motivos por los cuales no se inscribieron fue por falta de orientación tributaria, según el cuestionario aplicado el 74% de comerciantes no emite comprobante por las ventas que realizan evadiendo así el pago de sus impuestos justificándose que no emiten comprobante porque no se les exige queda demostrado que la informalidad, ocasiona disminución en los fondos que maneja el estado de igual manera el 75% de comerciantes durante el año 2016 no habría cumplido con el pago de sus impuestos no pudiendo recaudar la administración tributaria **S/. 186,480.00** parte de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru..

BIBLIOGRAFÍA

- Alter, M. (2012). *La economía informal: Definiciones, teorías y políticas*. Cambridge: Wiego.
- Ataliba, G. (1987). *Hipotesis de Incidencia Tributaria*. Lima: Instituto de Derecho Tributario.
- Casas, J. R. (2015). *Evasión tributaria en rentas de tercera categoría del sector de abarrotes en la ciudad de Juliaca - Cercado al 2014*. Puno.
- Charaja, F. (s.f.). *Investigación Científica*. Puno: Nuevo Mundo.
- De La Cruz, J. P. (2015). *Impuesto General a las Ventas y su Influencia en la Recaudación Tributaria en el Perú*. Callao.
- De Soto, H. (1987). *El Otro Sendero*. Mexico: Diana.

- Hanco, O. (2015). *Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internaonal San Jose de la Ciudad de Juliaca Periodos 2012 - 2013*. Puno.
- Hirache, L. (2015). Libros y registros electronicos 2015 SLE- PLE / SLE – Portal. *Actualidad Empresarial N° 319*, 1-3.
- Huamani, M. L., Ochoa, C. M., & Palomino, A. L. (2015). *Impuesto a la Renta de Tercera Categoria y su Influencia en la Recaudación Tributaria en el Peru años, 2012 - 2014*. Callao.
- Hussmanns, R., Benes, E., & Charmes, J. (2013). La medición de la Informalidad. *Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Ginebra, Suiza: Centro Internacional de Formación de la OIT.
- Javier, A. M. (2014). *La Recaudación Tributaria y los Illicitos en la Intendencia Regional de Aduanas del Departmanento de Arequipa, años 2009 - 2013*. Arequipa.
- Mamani, S. (2015). *Calidad de servicio de los supermercados Plaza Vea, Mia Market y el Mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca en el año 2014*. Juliaca.
- Pari, T. W. (2015). *Análisis de la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas formales de venta de prendas de vestir y su incidencia en la recaudación tributaria del barrio San José de la ciudad de Juliaca 2012-2013*. Puno.

WEB GRAFIA

[http://www.monografias.com/trabajos52/tributo-paraguay/tributo paraguay2.shtml](http://www.monografias.com/trabajos52/tributo-paraguay/tributo%20paraguay2.shtml).

<http://http://proyectotributarioufg.blogspot.pe/2009/05/obligaciones-formales-y-sustnativas-de.html>