

**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**Tesis**

**Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las  
obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo,  
Chiclayo – 2019**

**Autores**

**Manayay Guevara Juan Carlos**

**Quesquén Chozo Vilma Deysi**

**Asesor**

**Dr. Olivos Campos Carlos**

**Para obtener el título profesional de**

**Contador (a) Público (a)**

**Lambayeque – Perú**

**2019**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

ACTA DE LA DEFENSA Y CALIFICACIÓN FINAL DE LA TESIS  
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

CONTADOR PÚBLICO

Nosotros los profesores, miembros del jurado de tesis para título profesional, integrado por: Presidente:

Dr. Arturo Torres Mallado

Secretario: Mrs. Giuliana Millones Urrego

Vocal: Mrs. Rafael Chafloque Santolo

Dr. Carlos Flores Campos

Asesor:

En los ambientes de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, a las 14 horas del día 25 del mes de septiembre del 20 19, se dio inicio al acto académico de la defensa de la tesis titulada:

Estrategia Tributaria para promover el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en la Comunidad del Mercado Modelo Chiclayo - 2019

Presentada por los bachilleres:

E1: Manayán Nuvare Juan Carlos

E2: Quisquis Chozo Vilma Dany

Cuyo proyecto de tesis fue aprobado mediante decreto N° 906-2019-V.I./FACOC de fecha 14/06/2019 y el decreto de autorización de sustentación es el N° 190-2019-V.I./FACOC de fecha 20/09/2019

Luego de la exposición y de la defensa, procedimos a calificar, considerando los siguientes criterios:

Criterios:	ESTUDIANTE 1				ESTUDIANTE 2			
	PRESIDENTE	SECRETARIO	VOCAL	PROMEDIO	PRESIDENTE	SECRETARIO	VOCAL	PROMEDIO
Claridad de la exposición	15	15	15	15	15	15	15	15
Domino del tema	15	15	15	15	15	15	15	15
Visión holística de la investigación	15	15	15	15	15	15	15	15
Promedio simple	15	15	15	15	15	15	15	15

En esta fase de defensa, la nota obtenida de quince corresponde al calificativo de Regular

Por tanto, la calificación total de la tesis es:

Criterios:	Peso	Promedio Ponderado en letras del Estudiante 1	Promedio Ponderado en letras del Estudiante 2
Valoración del informe de investigación	2/3	15	15
Valoración de la defensa o sustentación de la tesis	1/3	5	5
Promedio ponderado	1	16	16

Que corresponde al calificativo de: E1 Bueno E2 Bueno

Siendo las 13:00 horas, del mismo día, damos por concluido el acto académico, y firmamos en señal de conformidad:

Arturo Torres Mallado

Presidente

Giuliana Millones Urrego

Secretario

Rafael Chafloque Santolo

Vocal

Carlos Flores Campos


Asesor

\*Apellidos y nombres

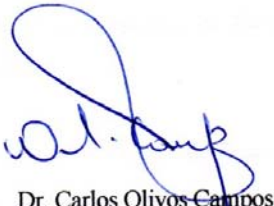
Los valores son: Desaprobado menor que 14, Regular 14 - 15, Bueno 16 - 17, Muy Bueno 18 - 19 y, Excelente 20 (art24)

**ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA PROMOVER EL  
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN  
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, CHICLAYO –  
2019**

**Decreto de Sustentación N°**

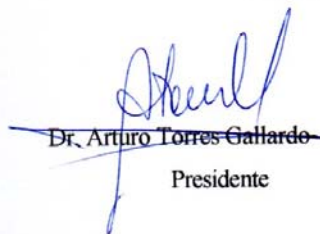
  
Juan Carlos Manayay Guevara  
Bachiller

  
Vilma Deysi Quesquén Chozo  
Bachiller

  
Dr. Carlos Olivos Campos  
Asesor

Presentada para obtener el título profesional de Contador Público

**Aprobado por el jurado:**

  
~~Dr. Arturo Torres Gallardo~~  
Presidente

  
M.Sc. Giuliana Millones Orrego  
Secretario

  
M.Sc. Rafael Chafloque Gastulo  
Vocal

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos primero a Dios por guiar siempre nuestros pasos y hacer de nosotros unas mejores personas, con éxito de superación constante; permitarnos tener tan buena experiencia dentro de nuestra alma mater, gracias por convertirnos en buenos profesionales.

Agradecemos a nuestra Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (FACEAC), por permitarnos contar con buenos ambientes donde hemos desarrollado nuestros conocimientos, claro está recalcar la ayuda de cada docente universitario que hizo parte importante de este proceso integral de formación, recuerdos que quedarán grabados en nuestras memorias.

Y un agradecimiento especial a nuestro asesor de Tesis: Dr. Carlos Campos Olivos por haber estado guiando con paciencia cada avance realizado en este proceso de investigación, impartiendo en todo momento sus conocimientos, enseñanza y colaboración permitiendo el desarrollo de este trabajo.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, quien con su bendición ha guiado nuestro camino para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, que con su amor, apoyo constante, perseverancia y colaboración en todos estos años ha hecho posible desarrollarnos como profesionales, de no ser por ellos no hubiéramos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que hoy somos.

A nuestros hermanos, por estar siempre presentes, acompañándonos y apoyándonos moralmente.

A todas las personas que nos han apoyado con este trabajo de investigación permitiendo que se realice con éxito.

# ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1: El objeto de estudio.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Contextualización del objeto de estudio.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1.1. Ubicación. ....</b>	<b>5</b>
<b>1.1.2. Origen del problema. ....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Características y manifestaciones del problema de investigación .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.1. Antecedentes. ....</b>	<b>9</b>
<b>1.3. Descripción detallada de la metodología empleada en el desarrollo de la tesis.....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO II: Marco teórico.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1. Estrategias Tributarias.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1. Importancia de estrategias tributarias.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.2. Clasificación de estrategias tributarias. ....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.3. Cultura tributaria. ....</b>	<b>20</b>
<b>2.2. Obligaciones Tributarias.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1. Marco Legal.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2. Nacimiento de la obligación tributaria.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.3. Exigibilidad de la obligación tributaria. ....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.4. Determinación de la obligación tributaria.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.5. Elementos de obligación tributaria.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.6. Clases de obligación tributaria. ....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.7. Fiscalizaciones. ....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.8. Regímenes tributarios.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.9. Evasión tributaria. ....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.10. Elusión tributaria.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.11. Comercio informal.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.12. Formalización de un negocio.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO III: Metodología desarrollada.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1. Tipo y Diseño de Investigación .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1.1. Tipo de Investigación.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1.2. Diseño de Investigación. ....</b>	<b>31</b>
<b>3.2. Población y Muestra .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2.1. Población.....</b>	<b>32</b>

3.2.2. Muestra.....	32
3.3. Variables, Operacionalización .....	33
3.3.1. Variables.....	33
3.3.2. Operacionalización.....	34
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	36
3.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	36
3.4.2. Instrumentos de Recolección de datos.....	37
3.5. Procesamiento de Datos.....	38
<b>CAPÍTULO IV: Resultados y discusión .....</b>	<b>39</b>
4.1. Resultados.....	39
4.1.1. Análisis de la situación actual de la tributación de los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo-2019. ....	39
4.1.2. Análisis del cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019. ....	52
4.1.3. Definición de las estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019. ....	59
4.2. Discusión .....	60
<b>CAPÍTULO V: Propuesta .....</b>	<b>64</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>78</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>79</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>87</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Operacionalización de la variable independiente .....	34
<b>Tabla 2:</b> Operacionalización de la variable dependiente .....	35
<b>Tabla 3:</b> ¿Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios? ...	39
<b>Tabla 4:</b> ¿Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación? .....	39
<b>Tabla 5:</b> ¿Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios? .....	41
<b>Tabla 6:</b> ¿Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano? .....	42
<b>Tabla 7:</b> ¿Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV? .....	43
<b>Tabla 8:</b> ¿A qué régimen tributario pertenece usted? .....	44
<b>Tabla 9:</b> ¿Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación? .....	45
<b>Tabla 10:</b> ¿Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación? .....	46
<b>Tabla 11:</b> ¿Usted considera que formalizar un negocio es sencillo? .....	47
<b>Tabla 12:</b> ¿Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio? ...	48
<b>Tabla 13:</b> ¿Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador? .....	49
<b>Tabla 14:</b> ¿Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias? .....	50
<b>Tabla 15:</b> ¿Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet? .....	51
<b>Tabla 16:</b> ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos en el Perú? .....	52
<b>Tabla 17:</b> ¿Usted se encuentra inscrito en el RUC? .....	53
<b>Tabla 18:</b> ¿Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza? ..	54
<b>Tabla 19:</b> ¿Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat? .....	55
<b>Tabla 20:</b> ¿Ud. paga sus tributos de manera voluntaria? .....	56
<b>Tabla 21:</b> ¿Usted cumple a cabalidad con todas sus obligaciones tributarias? .....	57
<b>Tabla 22:</b> ¿Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat? .....	58



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Ubicación del Mercado Modelo .....	5
<b>Figura 2:</b> Sistema Tributario Nacional .....	21
<b>Figura 3:</b> Nacimiento de la obligación Tributaria.....	22
<b>Figura 4:</b> Transiciones desde y hacia el desempleo y la informalidad (División de Mercados Laborales y Seguridad Social del BID, en base a encuestas en hogares de Argentina, Paraguay y Perú) .....	29
<b>Figura 5:</b> Ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios.....	39
<b>Figura 6:</b> Ha participado de charlas informativas sobre tributación .....	40
<b>Figura 7:</b> Le gustaría ser informado y orientado sobre temas tributarios .....	41
<b>Figura 8:</b> Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano .....	42
<b>Figura 9:</b> Sabe qué otros impuestos existen aparte del IGV .....	43
<b>Figura 10:</b> Régimen tributario al que pertenece .....	44
<b>Figura 11:</b> Es importante impartir temas tributarios en todos los niveles de educación.....	45
<b>Figura 12:</b> Ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación .....	46
<b>Figura 13:</b> Considera que formalizar un negocio es sencillo. ....	47
<b>Figura 14:</b> Tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio .....	48
<b>Figura 15:</b> Conoce que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador.....	49
<b>Figura 16:</b> Considera que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logrará el cumplimiento de las obligaciones tributarias.....	50
<b>Figura 17:</b> Conoce que se puede declarar y pagar tributos por internet.....	51
<b>Figura 18:</b> Tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos en el Perú. ....	52
<b>Figura 19:</b> Se encuentra inscrito en el RUC .....	53
<b>Figura 20:</b> Emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza .....	54
<b>Figura 21:</b> Paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat.....	55
<b>Figura 22:</b> Paga sus tributos de manera voluntaria.....	56
<b>Figura 23:</b> Cumple a cabalidad con todas sus obligaciones tributarias .....	57
<b>Figura 24:</b> Alguna vez ha sido fiscalizado por la Sunat .....	58
<b>Figura 25:</b> Estrategias tributarias propuestas .....	77

## RESUMEN

La cultura tributaria básicamente es la unión de creencias, principios y valores, el cual tienen en común con una cantidad de personas, que muestran la forma que actúan, piensan y observan. Cuando hablamos de cultura tributaria, nos referimos a la información que tienen los contribuyentes para el cumplimiento de obligaciones tributarias, aunque en algunos casos son forzados de sus obligaciones, es necesario e indispensable que todos los ciudadanos conozcan sobre la cultura tributaria de tal forma que puedan entender el pago de tributos, por parte del Estado, quien es el que recauda como administrador, del cual le pertenece a la población. Al final de la investigación nos podemos dar cuenta que la educación es sumamente importante pero no es todo.

Dicho trabajo de investigación tiene como propósito principal proponer estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, del cual se desglosa los siguientes objetivos: i) Analizar la situación actual de la tributación de los comerciantes del Mercado, ii) Analizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado, iii) Definir estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado.

### **Palabras Claves:**

Cultura tributaria, cumplimiento tributario, contribuyente, impuestos.

## **ABSTRACT**

The tax culture is basically the union of beliefs, principles and values, which they have in common with a number of people, who show the way they act, think and observe. When we talk about tax culture, we refer to the information that taxpayers have for the fulfillment of tax obligations, although in some cases they are forced from their obligations, it is necessary and indispensable that all citizens know about the tax culture so that they can Understand the payment of taxes, by the State, who is the one who collects as administrator, of which it belongs to the population. At the end of the investigation we can realize that education is extremely important but it is not everything.

Said research work has as main purpose to propose tax strategies to promote compliance with tax obligations in the traders of the Model Market, of which the following objectives are broken down: i) Analyze the current situation of the taxation of traders in the Market, ii) Analyze compliance with tax obligations in Market traders, iii) Define tax strategies to promote compliance with tax obligations in Market traders.

### **Key Words:**

Tax culture, tax compliance, taxpayer, taxes

## INTRODUCCIÓN

Antiguamente, en el mundo occidental, se entregaba dinero o productos a las autoridades, como una forma de obligaciones tributarias, básicamente era la entrega de una parte de sus pertenencias personales o comunitarias para el Estado, en el que era sustentado como una orden legal y jurídica. Esta forma de tributar era como ordenanzas que el rey exigía de acuerdo a tasas o regímenes dados.

Con la llegada de los españoles, existieron cambios repentinos en cuanto a relaciones sociales y producción para el Tahuantinsuyo. A la vez existieron cambios en cuanto a los tributos por pagar de parte de los pobladores hacia los conquistadores. De esta forma es que se crea una institución para la recaudación de tributos.

En el siglo XIX, en el Perú, gobernado por Nicolás de Piérola, se creó la compañía recaudadora de impuestos, con el fin de evitar el aumento de impuestos, para cubrir con la deuda que se tenía se tomó un quinto de la contribución general y algunos otros impuestos, que con las justas llegaron a cubrir los intereses que obtuvieron por la deuda. Es así que lograron cubrir la deuda pública. A partir de ahí comenzaron a afectar a los pobladores con la creación de tributos indirectos ya que provenían en la gran mayoría de las aduanas como las alcabalas, diezmos, etc. Es por ello que en el Perú algunos de los impuestos indirectos han sido su principal fuente de ingresos de tributación para el gobierno, ya sea el impuesto general a las ventas o el impuesto selectivo al consumo. (Quispe, Y. 2013)

Hoy en día la obligación tributaria es establecida por ley mediante un vínculo entre el Estado y las personas jurídicas o naturales, por el cual su principal objetivo es el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Es por ello que cumplir con las obligaciones tributarias es un deber y no un derecho, para evitar las multas o intereses, o ya sea la inhabilitación comercial, es por ello que es recomendable pagar sus tributos a un tiempo determinado.

La base de la investigación se precisa con el problema que existe a diario en la sociedad, que es la falta del cumplimiento de la obligación tributaria, por ende, existen muchos factores que impiden cumplir la secuencia u obligaciones propuestas por SUNAT.

La investigación fue dada en uno de los mercados más conocidos en la ciudad de Chiclayo, “MERCADO MODELO”, donde existen infinidad de problemas que se presentan, ya sea que los comerciantes no tributan, algunos de los comerciantes se encuentran el RUS pero no pagan su cuota mensual, evaden impuestos, desconocen el funcionamiento del sistema tributario, entre otros. Dicho esto, se dará a conocer que después de la utilización de las encuestas elaboradas y aplicadas para la muestra de los comerciantes del Mercado Modelo, se obtuvieron resultados como la falta de conocimiento por parte de los comerciantes, la falta de interés que ellos tienen por el hecho de no saber a dónde se dirigen sus tributos.

El problema radica en la falta de cumplimiento de las obligaciones tributarias, que parte desde un inicio en la informalidad, donde no solo la ciudad de Chiclayo tiene esa deficiencia, sino que este problema se produce a nivel mundial porque existen diferentes medios donde se pudo conocer cómo los comerciantes evaden impuestos, incluso tienen puestos informales, lo que se va a presentar en esta investigación, es constatar y proponer estrategias tributarias donde se reflejará las medidas que sean necesarias para evitar problemas y que los comerciantes sepan los beneficios que pueden obtener por cumplir sus obligaciones tributarias.

### **Situación Problemática**

El problema parte de la informalidad constatando que existen personas que tributan, pero no lo correcto, también existen comerciantes formales pero no pagan sus tributos, y el caso más común que existe en la mayoría, es que los comerciantes formales cumplen con sus funciones tributarias, pero no entregan el comprobante de pago, por ende, se estipula que no cumplen con la totalidad de sus obligaciones tributarias.

### **Problema General**

La falta de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo (PLATAFORMA)

### **Problema Específico**

La falta de información y conocimiento sobre la tributación para el desarrollo empresarial.

## **Justificación e importancia del estudio**

### **Conveniencia**

La presente investigación se enfocará en analizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias mediante las estrategias tributarias empleadas en el Mercado Modelo, ya que dicho cumplimiento es deficiente, por ende, se ve reflejada en la débil recaudación.

Es conveniente la aplicación de este tema de investigación para brindar conocimientos y estrategias que logren incentivar o promover el cumplimiento de los deberes tributarios en los comerciantes del Mercado Modelo, por ser un lugar de gran afluencia a nivel de Chiclayo, ya que éstos trabajan de manera cotidiana sin tener los sólidos conocimientos sobre temas tributarios y muchas veces tienen ideas erradas sobre la tributación, lo que lleva a generar un problema de baja recaudación.

### **Relevancia social**

El comercio llevado a cabo en el Mercado Modelo genera cuantiosos ingresos para los comerciantes, sin embargo, a la hora de tributar no se refleja ello, es por lo mismo que urge la necesidad de plantear estrategias tributarias que promueva en ellos el cumplimiento de lo que manda la ley, y así poder percibir mayores ingresos por tributos, para que con ese dinero se produzca la mejora continua y el desarrollo de Chiclayo, asimismo se logre la mayor captación de recursos para el Estado. Asimismo, este estudio será de apoyo para futuras investigaciones y para plantear posibles soluciones a otros mercados u otras instituciones en los que se presenten problemas de recaudación tributaria.

### **Implicancias prácticas**

A través de estrategias tributarias y beneficios tributarios para el contribuyente puntual, quien declara y paga sus tributos de manera voluntaria y dentro del plazo establecido por ley, se logrará incentivar a que más comerciantes cumplan sus obligaciones y dichas propuestas impacten en la recaudación para incrementar los recursos del Estado y así puedan beneficiarse más ciudadanos.

### **Utilidad metodológica**

Este trabajo de investigación será de apoyo para la recolección de datos en investigaciones futuras y para posteriores análisis referidos a estrategias y obligaciones tributarias.

**Viabilidad del estudio: Acceso a la información / delimitación o alcance del estudio / implicancias y consecuencias del estudio**

El presente trabajo se basa en una investigación cuantitativa y completa sobre todo lo referente a estrategias tributarias y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo. Por lo tanto, el tipo de alcance del estudio es descriptivo – propositivo, ya que se pretende describir las variables sin alterarlas y se planteará una posible solución para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado en estudio.

Los comerciantes del Mercado Modelo colaborarán desinteresada e incondicionalmente con el suministro de la información por cuanto se les aplicará una encuesta que será de forma anónima, además se posee de información suficiente contenida en libros, revistas, blogs, internet, etc. para llevar a cabo la presente investigación, asimismo se dispone de recursos materiales, económicos, humanos y de tiempo suficiente para ello.

Para poder establecer las conclusiones, se realizará un estudio en los comerciantes del Mercado Modelo, en los que se respetará el principio de la dignidad de la persona y no se alterará o causará daño al individuo o comunidad.

**Objetivos**

**Objetivo General**

Proponer estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019

**Objetivos Específicos**

Analizar la situación actual de la tributación de los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo-2019.

Analizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019.

Definir estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019.

**Hipótesis**

Las estrategias tributarias promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019.

En el actual contexto, dentro de los problemas que se suscitan para el desarrollo de un país, están la pobreza y la falta de empleo que conllevan a atrasos en su economía, muy por el contrario, si desarrolla estrategias para la promoción del empleo, éste refleja un crecimiento y desarrollo, pero de qué sirve que los negocios aumenten y crezcan si su aporte no se ve reflejado en la economía del país, sino que surgen otros problemas por el incumplimiento de lo establecido en la ley, como es el caso de la informalidad, puesto que el Estado deja de percibir ingresos que por ley le corresponde pagar al empresario o negociante, o lo que es peor, en que siendo aún formales, dejan de pagar sus tributos al Estado convirtiéndose así en evasores tributarios. Estos sucesos han provocado incertidumbre en países desarrollados y



subdesarrollados, ya que no logran erradicar o no conocen cómo combatir la evasión y elusión tributaria, afectando así a sus economías, y, por ende, al estilo de vida de los ciudadanos.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2018), manifiesta que, en África, el 85,8% de los empleos son informales, el 68,2% en Asia y el Pacífico, el 68,6% en los Estados Árabes, el 40,0% en las Américas y el 25,1% en Europa y Asia Central. (párr. 5). Estos porcentajes reflejan el grado de incumplimiento de la ley y de las normas tributarias que existe en el mundo en el caso del sector informal, existiendo además otro aspecto de gran importancia y preocupación mundial, que es la evasión fiscal.

En cuanto a la evasión tributaria, se ha establecido que es una de las principales causantes de que no se recaude lo suficiente para el desarrollo de un país, y ésta no solo se lleva a cabo al dejar de pagar los tributos por el hecho de ser informal, sino que a pesar de que ya existen empresas o negocios constituidos, éstos no cumplen con sus obligaciones tributarias, como por ejemplo: no declaran la totalidad de sus ingresos, no emiten los respectivos comprobantes de pago al momento de vender un producto o brindar un servicio, en otros casos, declaran, pero no pagan, entre otros.

En Colombia, en un artículo de El Tiempo (2018), se manifiesta que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), emite resultados poco alentadores para América Latina, ya que la recaudación tributaria por impuestos aún está por debajo del promedio de dicha organización, así como se indica a continuación:

El ingreso promedio por impuestos en América Latina es de 22,7%, mientras que el de la OCDE es de 34,3%, y estas bajas cifras no se producen debido al aumento de tarifas, sino a lo que se ha venido recalando con énfasis, la alta evasión fiscal y baja base tributaria (por lo que existe desigualdad entre los contribuyentes, al no pagar todos lo que realmente les corresponde), problema que hasta la fecha no se ha resuelto. (“En 2016, IVA fue la mayor fuente de ingresos tributarios en la región”, 2018)

Montano y Vásquez (2016), mencionan que entre las principales causas para que se produzca el incumplimiento de las obligaciones tributarias, o llamada también evasión fiscal, se encuentran: desconfianza ante los funcionarios, influencia por corrupción, impuestos muy altos, elevados costos para formalizar un negocio, desconocimiento en temas tributarios,

justificación por bajos recursos económicos, falta de conciencia tributaria y educación tributaria, entre otros. (p. 42)

Por otro lado, (Aquino, s.f.), menciona que las causas de evasión no son únicas, y que, por ende, se deben llevar a cabo una serie de medidas adecuadas a un determinado contexto económico y social para contrarrestarla, siendo las más comunes: carencia de una conciencia tributaria, Sistema tributario poco transparente, Administración tributaria poco flexible y bajo riesgo de ser detectado.

Ante esta problemática surge la necesidad de establecer estrategias tributarias que promuevan la recaudación e incentiven a los contribuyentes hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ya que, sin una adecuada tributación, el Estado solo poseerá escasos recursos económicos para invertirlos en beneficio de la población, a través de obras y servicios de baja calidad, perjudicando de esta forma al ciudadano. Además, el elevado nivel de evasión tributaria e informalidad que existe en el Perú resulta alarmante en estos tiempos, ya que conforme pasa el tiempo, este nivel aumenta, por lo que se tienen que tomar medidas sobre el asunto.

Por otro lado, en el Diario El Comercio (2017), se menciona que, según la OCDE, existen dos causas principales para que se produzca la informalidad: En el análisis realizado por la OCDE, existen dos principales factores que conllevan a las empresas a ser informales y a contratar en la informalidad. En primer lugar, se enfatizó la complejidad de los diversos regímenes tributarios en el Perú, ya que fomentan la atomización de las unidades productivas y, en segundo lugar, menciona que los costos para ser formal son muy elevados, sobretodo hace referencia a los costos laborales que implican generar empleo formal. Las cifras de la OCDE indican que contratar a personas en el 10% más bajo de salarios implica sobrecostos de 100% del sueldo. (“Informalidad en el Perú: ¿Cómo combatirla, según la OCDE?”, 2017)

Es así que las dos causas principales mencionadas por la OCDE para que se manifieste la informalidad en el Perú, son bien conocidas por los ciudadanos, ya que a muchos contribuyentes les resulta engorroso realizar trámites tributarios, por la complejidad del mismo, además constantemente surgen modificaciones, lo que resulta aún más difícil comprender estas modificaciones de las normas tributarias, asimismo, los costos para formalizarse son elevados,

y en muchos casos, los comerciantes por ejemplo prefieren mantenerse en la informalidad ya que consideran que casi toda su ganancia será para el Estado, éstas y otras razones son las que más influyen negativamente en la percepción y comportamiento del contribuyente hacia sus obligaciones tributarias.

En un artículo del Diario Gestión, se indica que “al sumar el incumplimiento por IGV (S/ 22,257 millones) y por renta de tercera categoría (S/ 35,270 millones), da como resultado S/ 57,797 millones estimados en total de evasión fiscal” (“Sunat: ¿Cuánto suma la evasión tributaria en el Perú?”, 2017). Estas cuantiosas sumas de dinero que el Estado deja de recaudar, afecta finalmente a todos los peruanos, caso aparte son los montos dejados de recaudar por elusión tributaria. Si se lograra recaudar todas esas cifras, otra sería la realidad del Perú, entonces ahí sí se podría ofrecer mejores servicios públicos y mayores obras en beneficio del poblador como son: servicios de educación, salud, seguridad ciudadana, infraestructura, etc.

Ante lo expuesto, se presenta la necesidad de establecer estrategias tributarias que promuevan en los contribuyentes a tomar conciencia de la importancia de la tributación y de los beneficios que se obtiene a través de ello. Así lo indica Amasifuen (2015), “[...] las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que este cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes” (p. 75).

En la actualidad, el incumplimiento de las obligaciones tributarias crea un gran problema a nivel internacional, nacional y local, los comerciantes realizan sus actividades de compra – venta y ofrecen sus servicios de manera cotidiana, sin tener los conocimientos suficientes para emprender un negocio y sobre todo para hacerlo de manera formal, sin respetar además los lineamientos de las normas establecidas en materia tributaria, sino que prefieren convertirse en informales a estar cumpliendo con sus obligaciones voluntariamente; muchas veces esperan a que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT los fiscalice y que por coerción les exijan el cumplimiento de sus deberes tributarios para que eviten pagar multas o ser sancionados.

En este caso, los comerciantes del Mercado Modelo realizan sus actividades de forma empírica, sin poseer una adecuada cultura tributaria que los incentive a ser formales o que, siendo formales, los incentive a cumplir de manera voluntaria ya sea con sus obligaciones sustanciales como formales.

Solo por concepto de merced conductiva, los comerciantes del Mercado Modelo poseen una deuda ascendiente a S/ 1'401,411.50 para el año 2018; a pesar de contar con más de 3,000 comerciantes, solo el 30% está al día en sus pagos, esto lo afirmó el jefe de la División de Recaudación y Control de la Deuda, Ángel López Castro. (Centro de Gestión Tributaria, 2018). Para ello se están realizando operativos permanentes con la intención de incrementar la recaudación por este concepto, dicho de esta forma, si se realiza una investigación exhaustiva, el monto que se deja de recaudar por evasión tributaria en este mercado, definitivamente es elevado. Es por ello que la Sunat viene realizando operativos para verificar y controlar que se esté cumpliendo con lo estipulado en la ley, invocando a los comerciantes a que exijan sus comprobantes de pago y así puedan formalizarse para evitar problemas futuros.

En este mercado existe un tráfico comercial enorme, es por ello que la recaudación debería ser elevada, sin embargo no es así, debido a que los comerciantes no se sienten identificados con su ciudad, ya que no ven el dinero recaudado invertido en obras públicas y servicios de calidad, lo que les motiva a no querer contribuir, o en el peor de los casos, se dejan influenciar por las percepciones negativas hacia los funcionarios públicos y piensan que si tributan, estos funcionarios se llevarán fácilmente su dinero.

Según lo antes mencionado, en lo concerniente a la descripción de los diagnósticos: internacional, nacional y local, en el caso del Mercado Modelo, urge la necesidad de realizar la presente investigación para aportar con estrategias tributarias que ayuden a promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

## **1.2. Características y manifestaciones del problema de investigación**

### **1.2.1. Antecedentes.**

Ante la problemática del incumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes y planteando como solución a las estrategias tributarias, se ha tomado en cuenta estudios previos relacionados al tema, mencionando a los siguientes:

#### ***Internacional***

Palacios (2017), en su tesis de maestría titulada: “Obligaciones y derechos tributarios que tienen los contribuyentes personas naturales obligadas a llevar contabilidad pertenecientes a los segmentos de Micro Empresas y Pequeñas Empresas en el Ecuador”, de la Pontificia

Universidad Católica del Ecuador, República del Ecuador, con un tipo de investigación descriptivo y una muestra de 381 contribuyentes, concluyó que gran parte de comerciantes cree que sus obligaciones tributarias se resumen solo al hecho de pagar impuestos, sin considerar que también están las obligaciones formales que son importantes de igual forma, además indica que si bien el pago de los impuestos genera un gran beneficio al Estado para que éste cuente con los suficientes recursos y así pueda desarrollar sus actividades, los demás deberes tributarios como por ejemplo: emitir y entregar comprobantes de pago, utilizar adecuadamente el crédito tributario, presentar declaraciones y hacer las respectivas retenciones, entre otros, son relevantes y su desconocimiento por parte de los comerciantes generaría inconvenientes con la administración tributaria. (pp. 130-131)

Pérez (2017), en su tesis de maestría nombrada: “El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias”, del Instituto de Altos Estudios Nacionales Universidad de Postgrado del Estado, República del Ecuador, determinó como objetivo general: Analizar al Gobierno Electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias con la finalidad de determinar su relación, con un enfoque cualitativo y un tipo de investigación exploratoria, descriptiva y correlacional, concluyó que la Administración Tributaria posee información muy importante; sin embargo aún existen deficiencias en la interconexión de la información con otras instituciones públicas y privadas, proveedoras de dicha información; además la calidad de la información que posee la Administración Tributaria depende del grado de conocimiento y cumplimiento de los contribuyentes. (p. 112)

García (2016), en su tesis “Estrategia tributaria para mejorar el proceso de recaudación del Impuesto sobre Actividades Económicas en el comercio informal no ambulante del Municipio Libertador del Estado Aragua”, de la Universidad de Carabobo, República Bolivariana de Venezuela, tuvo como objetivo general: Analizar la estrategia tributaria para mejorar el proceso de recaudación de Impuestos sobre Actividades Económicas en el comercio informal no ambulante del Municipio Libertador del estado Aragua.; con un diseño de investigación documental, de campo y No Experimental, tomó una muestra de 10 comerciantes y 10 funcionarios de la Dirección de Hacienda Municipal y concluyó que el comercio informal lleva a cabo sus actividades antes de informarse sobre las obligaciones legales y tributarias que le corresponde, no existe conciencia tributaria en dichos comerciantes, sino que prefieren esperar a ser fiscalizados para cumplir con sus obligaciones tributarias y se verificó que no se les otorga ningún incentivo para regularizar su situación. (pp. 87-88)

Vásquez y Jiménez (2015), en su tesis de grado denominada: “Análisis del comportamiento tributario de los comerciantes en el sector del Mercado Público de la Ciudad de Ocaña Norte de Santander”, de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, República de Colombia, determinaron como objetivo general: Analizar el comportamiento tributario de los comerciantes ubicados en el sector del Mercado Público de Ocaña Norte de Santander, con un tipo de investigación cuantitativo y tomando como muestra a 269 establecimientos comerciales; concluyeron que los comerciantes evaden impuestos porque carecen de una cultura ciudadana, considerando que la inexistencia de ésta es una causa social para evadir, además tienen un mínimo nivel de compromiso para cumplir con sus obligaciones, esto conlleva a que se genere un círculo vicioso entre los comerciantes ya que la aceptan como una opción en la realización de sus actividades, también se encuentran desmotivados para tributar porque no encuentran incentivo alguno, no lo consideran su deber o porque no esperan ser descubiertos por la Administración Tributaria; es así que los comerciantes no tributan de manera voluntaria y no perciben que el dinero proveniente de los tributos se invierta en obras o servicios que los favorezcan. (p. 80)

Decimavilla, C. (2017). En la tesis denominada “Análisis del Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Empresa Delicias S.A. en el periodo fiscal 2016”. Tuvo como objetivo general explicar la gestión tributaria de la empresa DELICIAS ubicada en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2016, para proponer actividades correctivas que mejoren la gestión. El tipo de investigación fue descriptiva y las técnicas utilizadas eran cuestionarios dirigidas a los trabajadores de la empresa. Se concluyó que empresa obtuvo incumplimiento de obligaciones, por otro lado, no se presentó la entrega de sus comprobantes y el pago de sus declaraciones mensuales, por otro lado, se deberá realizar mejoramiento en como la contratación de sus trabajadores, y que cuenten con un calendario tributario adecuado el cual se observó la entrega de y recepción de las facturas de tal forma que evite el pago de sus obligaciones de acorde a las fechas determinadas, para esquivar intereses o multas que afectan su economía.

El cumplimiento de sus obligaciones tributarias es sumamente importante, ya que las empresas deberán tener en cuenta el pago de las obligaciones en un tiempo determinado de acorde a las fechas establecidas por SUNAT.

### ***Nacional***

Apaza y Bonifacio (2017), en su tesis de grado denominada: “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco-2017”, de la Universidad Peruana Unión - Lima, tuvieron como objetivo general: Determinar cómo se relaciona la cultura tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central del Distrito de Paruro, Cusco-2017, con un tipo de investigación cuantitativa, aplicativa y correlacional, en cuya muestra se eligieron a 36 comerciantes, concluyeron que los comerciantes del mercado en estudio poseen una deficiente cultura tributaria, motivo por el cual no les permite cumplir con sus deberes tributarios, sus resultados reflejaron que el 97.2% de comerciantes poseen una deficiente conciencia tributaria y un 61.1% tienen poca formación en lo que respecta a educación tributaria, además un 88.8% evaden, eluden o cometen infracciones tributarias en mayor o menor grado. Asimismo, indicaron que existe una relación directa entre cultura tributaria y obligaciones tributarias. (p. 60)

Mamani (2017), en su tesis de grado nombrada: “Estrategias que incrementan el nivel de cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, periodos 2015 – 2016”, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, determinó como objetivo general: Determinar el nivel de la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, periodo 2015 – 2016, con un tipo de investigación básica y una muestra constituida por 123 comerciantes, concluyó que, los comerciantes del mercado antes mencionado, no cumplen con sus obligaciones tributarias y esto perjudica directamente a la recaudación tributaria, sus resultados encontrados muestran que un 92% y 90% de los comerciantes indican que no pagan ningún tipo de impuestos a pesar de saber que están en dicha obligación, tampoco están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por ende no emiten comprobante de pago alguno. (p. 141)

Padua, Tacuche, y Quispe (2017), en su tesis de grado titulada: “La fiscalización tributaria como estrategia de control para el cumplimiento de obligaciones tributarias en las Empresas Hoteleras de la Provincia de Huánuco”, de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco, tomaron como objetivo general: Determinar de qué manera la Fiscalización Tributaria como estrategia de control incide en el cumplimiento de Obligaciones Tributarias de las empresas hoteleras en la Provincia de Huánuco, con un tipo de investigación aplicada y una muestra constituida por 2 hoteles en los que cuentan con 20 trabajadores,

concluyeron que la fiscalización tributaria es una estrategia de control y se constituye en una herramienta muy importante que incide en el cumplimiento de los deberes tributarios y se enfoca en los procedimientos normativos para evaluar dicho cumplimiento. Además, reincide en llevar a cabo inspecciones operacionales y controles para determinar las actividades económicas de los contribuyentes, permitiendo con ello que se registre permanentemente los ingresos y gastos. (p. 94)

Anhuamán (2014), en su tesis de grado nombrada: “La aplicación de estrategias para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en la ciudad de Trujillo”, de la Universidad Nacional de Trujillo, tuvo como objetivo general: Determinar si con la aplicación de las estrategias de conciencia tributaria se promueve el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias en los contribuyentes en la ciudad de Trujillo, con un tipo de investigación descriptiva y una muestra de 30 contribuyentes, 30 microempresas sin formalizar y 30 estudiantes de educación básica, concluyó que las estrategias de concientización tributaria promueven o generan el cumplimiento voluntario de las obligaciones, sin embargo éstas deben ser continuas, impulsadas por la Administración Tributaria en primer lugar para el desarrollo de una cultura tributaria, además las estrategias se deben apoyar en la vigencia de un sistema tributario simplificado y en un arduo trabajo por parte de las instituciones competentes, buscando disminuir costos administrativos y de cumplimiento, en beneficio tanto de los contribuyentes como de la misma Administración Tributaria, para ello se debe emplear la tecnología, infraestructura, más información, orientación y educación tributaria. (p. 81)

Aldana, S. y Pauca, E. (2014), en la tesis “Análisis de Estrategias tributarias aplicadas para la recaudación de tributos en la intendencia Regional – Junín”, de la Universidad Nacional del Centro del Perú de Huancayo. El cual tuvieron como objetivo principal analizar la incidencia de la aplicación de estrategias tributarias en la recaudación de tributos de la Intendencia Regional – Junín. El tipo de investigación fue aplicada porque se utiliza aquella información obtenida por las investigaciones realizadas, y a la vez busca conocimientos nuevos. Las técnicas de recolección de datos usadas fue observación directa, análisis documental. Se llegaron a la conclusión que contar con la cultura tributaria influye para una mejor intervención entre uno de ellos es el marco de recaudación de los tributos, obteniendo un incremento en las posibilidades de mantenerse en la formalidad eludiendo la visión del incremento de las brechas tributarias, el cual es un impedimento al desarrollo socio económico



del Perú, contando con la mayoría de contribuyentes que cumplen sus obligaciones tributarias por el temor de sanciones y no por conciencia tributaria. Es por ello que se le sugirió una mejora en sus estrategias tributarias para mejorar el cumplimiento tributario, de tal forma que no sea una obligación el pago de sus obligaciones sino un derecho.

Contar con estrategias tributarias es sumamente importante, ya que permite realizar mejoras en la empresa y a la vez que sean legales, es decir, que cumplan con cada una de sus obligaciones tributarias en un tiempo determinado como un derecho y no por obligación.

Salazar, D. (2017), en la tesis “Cultura Tributaria para el cumplimiento de las Obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Cercado de Lima, 2017”. Tuvo como objetivo general proponer un programa de cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en las empresas comerciales del cercado de Lima, 2017. El tipo de investigación fue proyectiva porque se realizó una propuesta con proyecciones a futuro aplicadas. En el que utilizó la siguiente técnica de recolección de datos, entrevista aplicada al Gerente de la empresa. Se obtuvieron como resultado que contar con un programa para el cumplimiento de las obligaciones en él se identificó la falta de documentación por parte de la empresa, por otro lado, carece de concientización y valores. Es por ello que se le sugiere la elaboración de un programa para el cumplimiento de sus obligaciones en un tiempo determinado de una manera responsable, en dicho programa se le debería incurrir que los empresarios participen en dicho programa con el único fin de que conozcan cada uno de sus derechos tributarios, mediante ferias educativas, beneficios por el pronto pago de tributos.

Las obligaciones tributarias cumplen el único fin de que los contribuyentes realicen sus pagos de una forma voluntaria y responsable, es por ello que es sumamente importante que tengan la información necesaria sobre dichas obligaciones.

### ***Local***

Balcázar (2018), en su tesis de maestría titulada: “Estrategia tributaria basada en la dinámica del proceso para la disminución de la evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes, Moshoqueque”, de la Universidad Señor de Sipán - Pimentel, tomó en cuenta el objetivo general: Elaborar una estrategia tributaria basada en la dinámica del proceso pago de impuestos para la disminución de la evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes,

ubicados en la Calle Ricardo Palma del Mercado Moshoqueque de JLO 2017, con un tipo de investigación propositiva – cuantitativa y una muestra conformada por 19 comerciantes, concluyó que una de las posibles causas para que se lleve a cabo la evasión tributaria es la falta de comunicación en temas tributarios, como por ejemplo los procedimientos que indican las normas tributarias para tener un negocio legal y cumplir con las obligaciones tributarias, ya que el comerciante normalmente trabaja de manera empírica y de forma cotidiana, buscando el beneficio propio, sin interesarle la parte tributaria. (p. 118)

Carrillo (2017), en su tesis de grado denominada: “La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del Mercado "Modelo" Chiclayo – 2017”, de la Universidad Señor de Sipán - Pimentel, tuvo como objetivo general: Determinar si la cultura tributaria influye en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado "Modelo" Chiclayo – 2017, con un tipo de investigación descriptivo y una muestra de 54 comerciantes, concluyó que la cultura tributaria es de bajo nivel en los comerciantes del mercado en estudio, ya que un 83.33% afirman que se evade impuestos por la falta de información tributaria , lo que demuestra en ellos la falta de conocimiento en temas tributarios, el investigador manifiesta que con una sólida cultura tributaria se fomentaría el pago voluntario de los tributos. (p. 83)

De acuerdo con Vargas (2016), en su tesis, para optar por el Título de Economista, titulada: “Nivel de evasión tributaria del nuevo RUS y su efecto en la recaudación de impuestos en la Intendencia Regional de Lambayeque”, de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo - Chiclayo, consideró como objetivo general: Determinar el nivel de evasión de los contribuyentes inscritos en el nuevo Régimen Único Simplificado y su efecto en la recaudación de impuestos en la Intendencia Regional de Lambayeque, con un tipo de investigación ex post facto y una muestra constituida por 263 contribuyentes inscritos en el Nuevo RUS, concluyó que en el perfil del contribuyente se refleja la capacidad que tienen para procesar información como cuáles son los requisitos para formalizarse, ya que un 84.75% cuenta con secundaria completa y educación superior y un 66.5% cuenta con licencia de funcionamiento, asimismo, el 59% de negocios tiene de 7 a más años de antigüedad, por lo cual se evidencia que utilizan al Nuevo RUS como un régimen permanente, y su objetivo no es este, sino que es temporal, para que luego los comerciantes pasen a formar parte de los contribuyentes registrados en el RER o al RG, es así que los comerciantes reflejan que toman decisiones con tendencia informal para no cumplir con sus obligaciones tributarias. (p. 75)

Otro concepto que resaltan Cruzado y Remaycuna (2015), en su tesis de grado titulada: “Factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014”, de la Universidad Privada Juan Mejía Baca - Chiclayo, tuvieron como objetivo general: Identificar los factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el mercado Moshoqueque de la región Lambayeque 2014, con un tipo de investigación descriptivo simple – explicativo, y una muestra conformada por 59 comerciantes, concluyó que los comerciantes normalmente inician sus actividades con poco capital, así se constituyen los negocios informales y no genera en dichos negociantes la voluntad para ser formales, conforme manda la ley. Asimismo, indicaron que un 90% de comerciantes informales no se encuentra formalizado y tampoco tienen trámites pendientes de formalización, además un 93% percibe que, si se inscriben en la Sunat, sus ingresos económicos disminuirán. (p. 76)

Silva, A. (2018), en la tesis denominada “Estrategias Tributarias para mejorar la recaudación de arbitrios en la Municipalidad de Lambayeque 2016”. Tuvo como objetivo principal diseñar estrategias para incrementar la recaudación de arbitrios en la Municipalidad Distrital de Lambayeque. El tipo de investigación utilizado fue aplicativa, porque se usó como ejemplos tesis, teorías que hay sobre el problema de investigación y descriptiva, porque se describe cada una de las variables. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la observación, entrevista, encuesta y análisis documental. En cual se obtuvieron como conclusiones que al realizar el análisis determinado del incumplimiento de sus pagos de los arbitrios no realizan la cultura tributaria y mucho menos se tiene conocimientos de los ingresos obtenidos ni el uso que se le da, es por este motivo que los ciudadanos no se encuentran convencidos con la prestación de servicios. Es por que se le recomienda a la Municipalidad Distrital de Lambayeque mostrar mediante medios de comunicación a los ciudadanos sobre los pagos realizados como por ejemplo limpieza pública, mantenimiento de calles, jardines y parques para mantener contentos a los pobladores sobre los servicios prestados.

Las estrategias tributarias son necesarias para un cambio radical en la política tributaria y aquellas funciones que son asumidas por el Estado, pero sobre todo por la evasión tributaria, ya que la población debería cumplir cada una de las obligaciones voluntariamente.

Elera, L. (2018), en la tesis denominada “Cultura y nivel del Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias en las empresas Hoteleras Tres Estrellas de la Ciudad de Jaén, periodo

2016". Tuvo como objetivo principal determinar el grado de relación que existe entre cultura y cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas hoteleras tres estrellas de la ciudad de Jaén en el periodo fiscal 2016. El diseño de investigación fue no experimental transversal porque adopta diseños correlacionales. La técnica a utilizar fue la encuesta con el fin de medir la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se concluye que en los resultados estadísticos indican que existe un vínculo entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias el cual un 0,863 indica una correlación afirmativa entre las obligaciones tributarias y cultura tributaria. Se le recomienda que la gerencia de SUNAT realizar programas de capacitaciones tributarias en los contribuyentes, por otro lado, realizar programas para incentivar el pago de obligaciones tributarias con el único fin de no obtener multas e intereses. Que los contribuyentes cumplan con cada una de sus obligaciones tributarias en el tiempo establecido para la evasión y delitos tributarios.

### **1.3. Descripción detallada de la metodología empleada en el desarrollo de la tesis**

En el desarrollo de la tesis tiene como tipo de investigación descriptiva y transversal, por lo que se propondrá estrategias o procesos para seguir un resultado positivo de acuerdo a lo investigado. Opta por un diseño No Experimental, ya que las variables en estudio no son manipuladas. Para ello, la investigación fue obtenida mediante una técnica con su respectivo instrumento de recolección de datos; la encuesta y el cuestionario, que ayudó a recolectar la información necesaria para la investigación, la guía de observación, que ayudó a conocer algunos aspectos dentro del objeto de estudio, la guía de análisis documental que por limitaciones no obtuvimos respuesta alguna por parte de los directivos del mercado Modelo, la población fue dada por los comerciantes del mercado modelo de acuerdo a los registrados en la plataforma y la muestra fue obtenida mediante la fórmula de Técnica aleatoria simple que ayuda a reducir la población y trabajar con un número reducido y apropiado para la obtención de los resultados.

## **CAPÍTULO II: Marco teórico**

### **2.1. Estrategias Tributarias**

Las estrategias tributarias son un conjunto de pautas o acciones que se lleva a cabo en una entidad con la finalidad de lograr sus objetivos; para este caso, son las actividades que se realizan en el Mercado Modelo para lograr el cumplimiento de los deberes tributarios.

Las estrategias tributarias son herramientas que pueden ser utilizadas por la Administración tributaria para optimizar la recaudación de tributos. Mediante la misma se logra evaluar indicadores directamente relacionados a la tributación en el país como son la evasión, cultura tributaria, fiscalización, etc. La aplicación se basa en considerar distintas alternativas que permitan generar la conciencia necesaria en los contribuyentes para cumplir con sus obligaciones tributarias. (Aldana y Paucar, 2014, pp. 42-43)

#### **2.1.1. Importancia de estrategias tributarias.**

La aplicación de estrategias tributarias es importante para que las compañías o instituciones logren cumplir sus objetivos, puesto que tiene implicaciones a corto y largo plazo que finalmente benefician al sistema de recaudación. A causa del alto índice de informalidad que existe en el Perú, resulta trascendente implementar medidas para contrarrestarla; además existen otras deficiencias que surgen en la recaudación como son: la evasión y la elusión tributaria, es por ello que las estrategias tributarias han cobrado gran importancia hoy en día para impulsar el desarrollo de un país, por lo que dentro de sus ventajas están la generación de cambios, una base para el control, la existencia de un orden, entre otras. Para aplicar las estrategias tributarias, primero se debe evaluar el entorno, para tener una mayor certeza de lo que se va a realizar, lo que permitirá tener un mejor manejo sobre la situación; además, éstas deben ser flexibles para una adaptación adecuada.

#### **2.1.2. Clasificación de estrategias tributarias.**

Para mejorar la recaudación y promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias se tienen las siguientes estrategias:

##### ***Estrategias de información y orientación al contribuyente***

“El servicio de atención al contribuyente es el conjunto de actividades que realiza la administración tributaria [...] para atender las demandas de información, orientación y

asistencia que éstos requieren para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias” (Ministerio de Economía y Finanzas - MEF, 2015, p. 11).

### ***Estrategias de educación cívica tributaria***

“La educación tributaria tiene como objetivo primordial transmitir valores y actitudes favorables a la responsabilidad fiscal y contrarios a las conductas defraudadoras” (Silvestri C y Silvestri K, 2011, p. 108).

Al respecto, Roca (2008), manifiesta que: La necesidad de adoptar estrategias de educación fiscal es inversamente proporcional al nivel de cumplimiento tributario. Cuando más y mejor cumplen los ciudadanos con sus responsabilidades fiscales, menos necesario parece el fomento de la cultura tributaria. Aun así, países con altos grados de cumplimiento en el pago de impuestos, tales como Canadá, Estados Unidos, Nueva Zelanda y, Suiza incluyen la formación fiscal dentro de sus programas educativos de “preparación para la vida adulta”. (pp. 14-15)

### ***Estrategias de publicidad***

“La publicidad se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad” (Cyberclick, s.f., párr. 2).

### ***Estrategias de simplicidad***

“La simplicidad es el requisito de que el sistema tributario sea sencillo, fácil de entender y de cumplir con él” (Yáñez, 2010).

### ***Estrategias de incentivos tributarios***

“[...] los incentivos positivos al cumplimiento fiscal premian mediante un regalo, un reconocimiento o una bonificación a los contribuyentes que cumplen en tiempo y en determinadas formas, con sus impuestos” (Giarrizzo y Brudersohn, 2013, p. 14).

### ***Estrategias de uso de tecnología de punta***

“La tecnología de punta es cualquier tecnología que fue recientemente inventada y es de avanzada. Es decir, supone una innovación a los productos que ya existen” (EcuRed, s.f., párr. 1).

### **2.1.3. Cultura tributaria.**

“Cultura tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social” (Superintendencia de Administración Tributaria - SAT, s.f., párr. 1).

Para implementar las estrategias tributarias que contribuyan a desarrollar una cultura tributaria sólida en los contribuyentes, es necesario primero fomentar la conciencia tributaria por medio de la cooperación y trabajo en equipo entre el Estado y los contribuyentes.

## **2.2. Obligaciones Tributarias**

“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” (Código Tributario, 2016, art. 1).

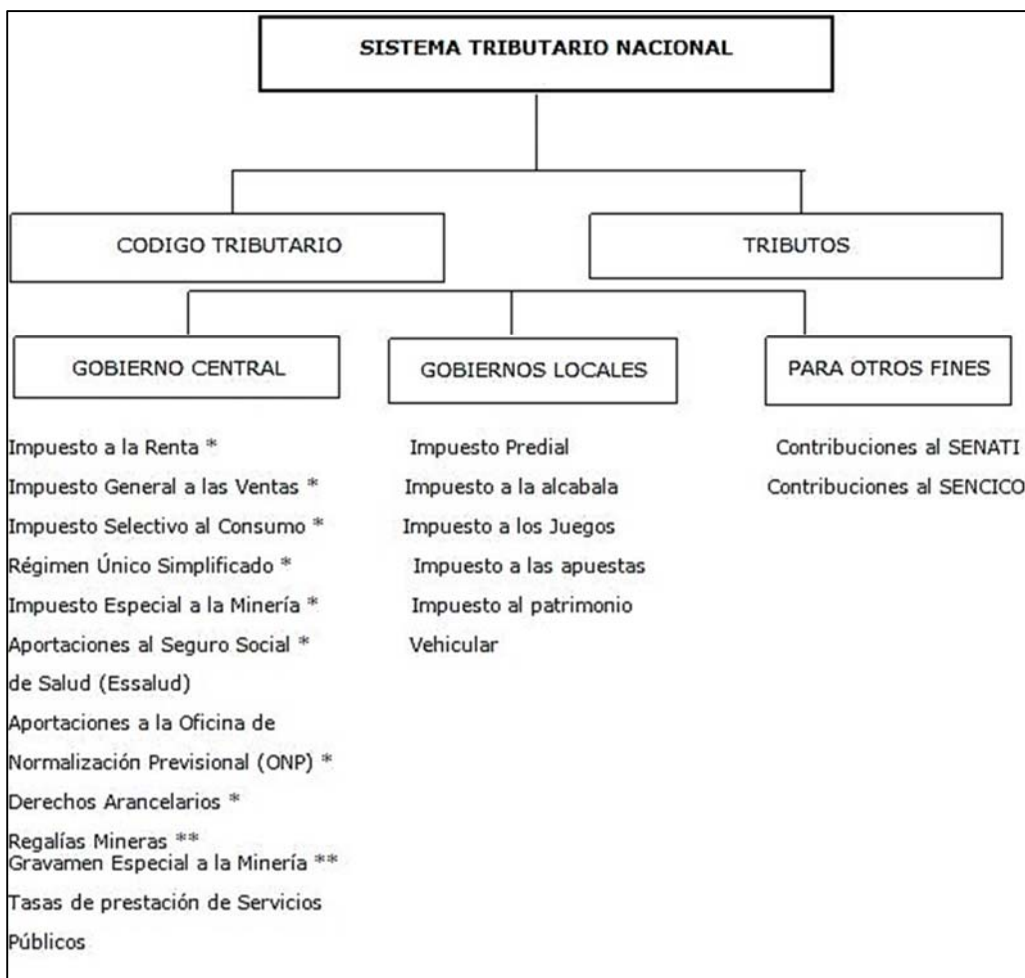
Asimismo, “La obligación tributaria constituye un vínculo de carácter personal, aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales” (Ramírez, 2009, párr. 1).

### **2.2.1. Marco Legal.**

#### **a) Ley del sistema tributario nacional**

El Sistema Tributario nacional con D.L. N° 771 “[...] es el conjunto ordenado de normas, principios e instituciones que regulan las relaciones procedentes de la aplicación de tributos en el país” (R&C Consulting, 2015, párr. 1).

El sistema tributario nacional está desarrollado dentro del ámbito conceptual que le otorga el Derecho Tributario, el Código Tributario y la Ley Penal Tributaria y se lleva a cabo a través del cobro de impuestos, tasas y contribuciones que establecen los ingresos tributarios de los niveles central, regional y local.



**Figura 2:** Sistema Tributario Nacional

**Fuente:** SUNAT, 2016

## b) Constitución Política del Perú

La Constitución Política del Perú establece que, “Los tributos se crean, modifican o derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y tasas, los cuales se regulan mediante decreto supremo” (Constitución Política del Perú, 1993, art. 74). Es así que los tributos no pueden ser arbitrarios, además el Estado debe respetar los principios de: reserva de la ley, igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona; así también, se ha normado que ningún tributo debe tener efecto confiscatorio; en otras palabras, la recaudación impositiva nunca podrá privar completamente de los bienes que posea el contribuyente.

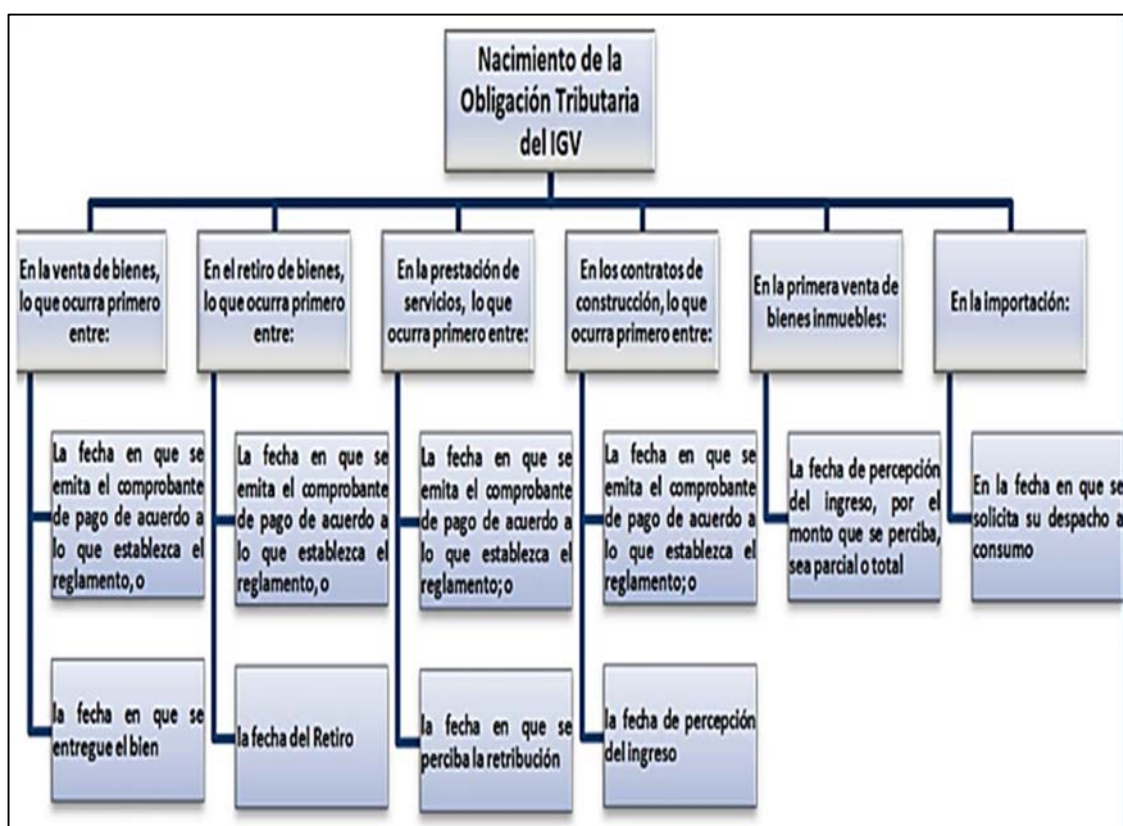


### c) Código tributario

El Texto Único Ordenado del Código Tributario fue aprobado por el Decreto Supremo N° 135-99-EF. “El Código Tributario constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional, ya que sus normas se aplican a los distintos tributos” (Sunat, 2016).

#### 2.2.2. Nacimiento de la obligación tributaria.

Según el Libro Primero del Código Tributario menciona que “La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación” (Código Tributario, 2016, art. 2).



**Figura 3:** Nacimiento de la obligación Tributaria

**Fuente:** Sunat (s.f.)

#### 2.2.3. Exigibilidad de la obligación tributaria.

El Libro Primero del Código Tributario indica lo siguiente sobre la exigibilidad:

Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento y, a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación.

Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, desde el día siguiente al vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria. A falta de este plazo, a partir del décimo sexto día siguiente al de su notificación. (Código Tributario, 2016, art. 3).

#### **2.2.4. Determinación de la obligación tributaria.**

Según el Libro Segundo del Código Tributario (2016, art. 59), menciona que se produce la determinación de la obligación tributaria por dos sucesos:

Primero, cuando el deudor tributario constata la realización del hecho generador de la obligación (actividad que la origina), luego indica la base imponible y el monto del tributo y segundo, cuando la Administración Tributaria (Sunat) verifica la realización del hecho generador de la obligación, determina al deudor tributario, establece la base imponible y la suma del tributo.

#### **2.2.5. Elementos de obligación tributaria.**

Según el blog de Orjuela (2017), se indica que los elementos de la obligación tributaria son los siguientes:

##### **a) Sujeto activo**

Es aquella persona a quien la ley faculta o autoriza para administrar y percibir los tributos, en su beneficio o en beneficios de otras instituciones.

##### **b) Sujeto pasivo**

Son las personas naturales o jurídicas obligadas al pago de los tributos siempre que se realice el hecho generador de esta obligación tributaria sustancial o pecuniaria (pagar el impuesto) y deben cumplir las obligaciones formales o accesorias, entre las cuales están: declarar, informar sus operaciones, conservar información y facturar.

**c) Hecho generador**

Es una manifestación externa del hecho imponible. Supone el hecho de que al percibirse un ingreso se va a producir o se produjo una venta; y que, al venderse, importarse o exportarse un bien, se va a producir un consumo; que al registrarse un acto notarial se va a dar un cambio de activos.

La obligación tributaria nace de un hecho económico para tipificar el tributo y al que la ley le atribuye una consecuencia.

**d) Hecho imponible**

Es el hecho económico considerado por la ley como elemento fáctico de la obligación tributaria. Su verificación causa el nacimiento de la obligación; es decir, se refiere a la materialización del hecho generador indicado en las normas.

**e) Causación**

Es el momento específico en que surge la obligación respecto de cada una de las operaciones materia del impuesto.

**f) Base gravable**

Se refiere al valor monetario del hecho imponible sobre el cual se aplica la tarifa del impuesto para determinar el valor de la obligación tributaria.

**g) Tarifa**

Es una magnitud establecida en la Ley, que, aplicada a la base gravable, sirve para establecer la cuantía del tributo.

**2.2.6. Clases de obligación tributaria.**

**a) Obligaciones sustanciales:** “La obligación tributaria sustancial hace referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto” (Gerencie, 2017).

**b) Obligaciones formales:** “La obligación tributaria formal hace referencia a los procedimientos que el obligado debe seguir para cumplir con la obligación sustancial” (Gerencie, 2017).

### **2.2.7. Fiscalizaciones.**

“La facultad de fiscalización de la Administración Tributaria se ejerce en forma discrecional, incluye la inspección, investigación y el control del cumplimiento de obligaciones tributarias, incluso de aquellos sujetos que gocen de inafectación, exoneración o beneficios tributarios” (Código Tributario, 2016, art. 62).

Hernández (2015), manifiesta que las fiscalizaciones son una estrategia para reducir la evasión, aumentar los recursos y al mismo tiempo incentiva al contribuyente honesto a que siga cumpliendo con sus deberes tributarios.

### **2.2.8. Regímenes tributarios.**

Los regímenes tributarios en el Perú están establecidos para determinar las obligaciones tributarias de acuerdo al tipo de empresa y según la capacidad contributiva de cada contribuyente, cada uno de ellos tiene ciertos límites de ingresos, compras, diversos tipos de comprobantes de pago a emitir, entre otros.

#### **a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)**

Para acogerse a este régimen deben estar dentro del ámbito de personas naturales y sucesiones indivisas que poseen un pequeño negocio (un solo local). El contribuyente paga S/. 20 mensuales (si genera ingresos o compras hasta por S/ 5,000, primera categoría) y S/ 50 mensuales (si genera ingresos o compras hasta por S/ 8,000, segunda categoría); no lleva el registro de libros contables y solo puede emitir boletas de venta o tickets. (Sunat, 2017)

#### **b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)**

Para acogerse a este régimen deben estar dentro del ámbito de personas naturales, jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales que generen renta de tercera categoría por actividades de comercio o servicios.

El contribuyente paga por renta una tasa de 1.5% de los ingresos netos mensuales más IGV, además los ingresos netos o adquisiciones (anuales) no deben superar los S/ 525,000 y solo se lleva el registro de compra y de venta. EL contribuyente puede emitir facturas, boletas de venta o tickets. (Sunat, 2017)

**c) Régimen MYPE Tributario (RMT)**

El Mype tributario está diseñado especialmente para las micro y pequeñas empresas ya que la tasa a pagar está en función a sus ingresos; es decir, pagan de renta el 1% de los ingresos netos mensuales (hasta 300 UIT), y en el caso de que el monto de sus ingresos sea mayor, hasta por 1,700 UIT, pagan de renta lo que resulte mayor, ya sea un coeficiente o el 1.5% de los ingresos netos mensuales más IGV, es por ello que los ingresos no deben superar las 1,700 UIT.

Los contribuyentes que se encuentran en este régimen están obligados a llevar los registros de compra y de venta, y demás libros contables; asimismo, puede emitir boletas de venta, facturas y otros, y se presenta una declaración anual del impuesto a la renta. (Sunat, 2017)

**d) Régimen General (RG)**

Pertenecen al régimen general las personas o empresas que generan renta de tercera categoría por actividades de comercio o servicios, pagan una tasa del 29.5% sobre la renta neta e IGV; se lleva el registro de la contabilidad completa.

El contribuyente puede emitir facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, notas de crédito y débito, guías de remisión, etc., y tiene la obligación de presentar una declaración anual. Los pagos a cuenta de renta que realiza mensualmente los efectúa sobre lo que resulte mayor, un coeficiente o el 1.5% de los ingresos netos mensuales. (Sunat, 2017)

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales; pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en este régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

**Cuadro 1:** Comparativo de los cuatro regímenes tributario

**Fuente:** SUNAT, 2017

### **2.2.9. Evasión tributaria.**

La evasión tributaria es un acto ilícito, ya que transgrede la ley para pagar menos o no pagar los tributos establecidos por ley, es un mal social que se expande rápidamente entre los ciudadanos que emprenden un negocio y se mantienen en la informalidad o que incluso siendo formales, no quieren contribuir con el pago de sus tributos, al declarar menos de lo realmente percibido, declarar y no pagar, no emitir comprobantes de pago, entre otros, violando así la ley; por lo tanto es un delito en el que incurren tanto personas naturales como jurídicas.

### **2.2.10. Elusión tributaria.**

La elusión tributaria “es aquella acción que, sin infringir las disposiciones legales, busca evitar el pago de tributos mediante la utilización de figuras legales atípicas o adecuaciones de forma a la normatividad vigente; es decir, no se violan las leyes vigentes” (Amasifuen, 2015, p. 87).

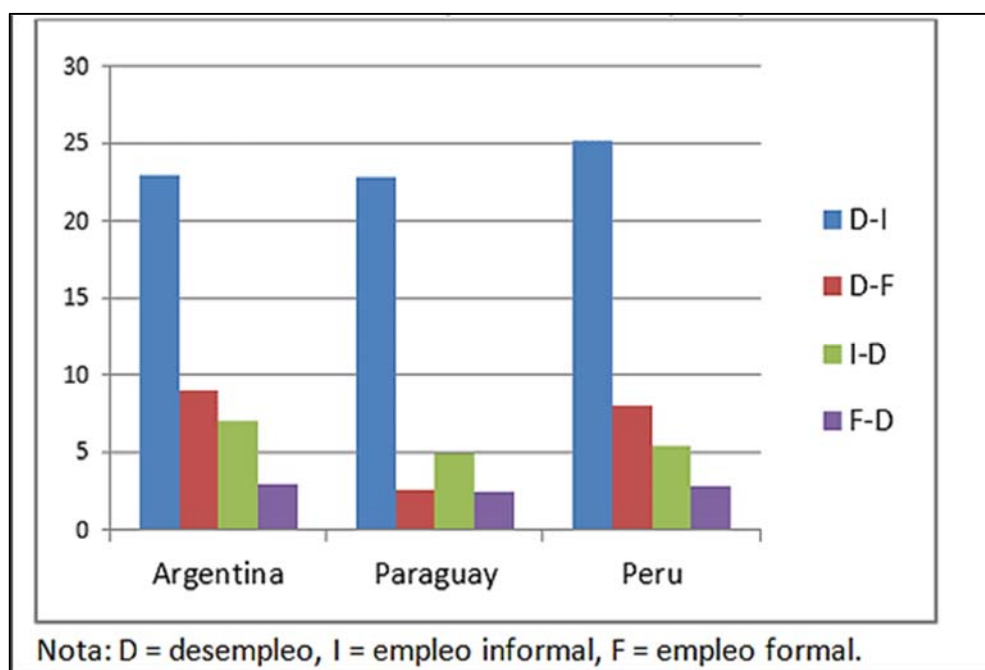
“La elusión tributaria, sin consistir necesariamente en un acto ilícito, evita el impuesto que, por la vía usual del desarrollo de la actividad, le habría correspondido, objetivo para el que utiliza formas jurídicas inusuales o anómalas” (Boetsch, 2016, p. 16).

### **2.2.11. Comercio informal.**

[...] son actividades económicas realizadas por individuos, que por conveniencia o por ignorancia, deciden no cumplir con sus obligaciones fiscales, ya sea porque encuentran una tramitología muy complicada, el estar dentro del padrón de contribuyentes, o porque ven un panorama de utilidades limitadas o ínfimas al pagar los tributos correspondientes, y que al haber tanto desempleo, la opción última que les queda es el de auto-emplearse en algún negocio, ya sea fijo, semifijo, o a través del internet, con el fin de proveer a su familia del sustento básico o mínimo vital. (Díaz, 2015, p. 85)

La informalidad es un tema que actualmente afecta al Perú, básicamente por la falta de cultura tributaria, ya que existe un sector muy relevante de comerciantes o empresarios que prefieren realizar sus actividades fuera del marco de la ley; es decir, trabajan en comercios ambulatorios y mercados informales, es por estas razones que el Estado deja de recaudar cuantiosas sumas de dinero porque los contribuyentes no declaran el total de sus ingresos o sobrevaloran sus costos y gastos, convirtiéndose así en evasores fiscales.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), existen ciertas causas para que la informalidad se conciba, y es que no siempre se lleva a cabo por el desempleo, sino que se escasea el empleo formal; por otro lado, las personas que trabajan dentro del sector informal tienden a perder más rápido su trabajo que las personas que se encuentran dentro del sector formal (Gómez, 2017).



**Figura 4:** Transiciones desde y hacia el desempleo y la informalidad (División de Mercados Laborales y Seguridad Social del BID, en base a encuestas en hogares de Argentina, Paraguay y Perú)

**Fuente:** Gómez, 2017

### 2.2.12. Formalización de un negocio.

La formalización de un negocio significa que una vez que una persona haya emprendido un negocio o empresa, se encuentre dentro de la economía formal y bajo la normativa legal para cumplir con lo que manda la ley, para comprometerse con el desarrollo del Estado y trabajo de la Administración Tributaria.

Sin embargo, a varios negociantes o empresarios les resulta muy difícil o engorroso y costoso formalizar su empresa, por lo que prefieren optar por continuar en la informalidad; pero desconocen los beneficios que conlleva ser un contribuyente formal, en una noticia de Radio Programas del Perú (RPP), se mencionan que las ventajas de formalizar una empresa



son: tener mayor acceso al crédito financiero, bajo riesgo a ser sancionado, mejor prestigio, mayor posicionamiento en el mercado, tener acceso a beneficios tributarios, contribuir con el país, entre otros, teniendo en cuenta que finalmente con el pago de los tributos que cada contribuyente aporta, en realidad se está contribuyendo con el desarrollo del país. (“Nueve pasos para formalizar tu negocio”, 2015)

## **CAPÍTULO III: Metodología desarrollada**

### **3.1. Tipo y Diseño de Investigación**

#### **3.1.1. Tipo de Investigación.**

El tipo de investigación de acuerdo a su enfoque o paradigma es cuantitativa, descriptiva y transversal, y de acuerdo a su fin o propósito que persigue es propositiva.

Según Pita y Pértegas (2002), “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede” (p. 1).

De acuerdo a Hernández, Fernández, y Baptista (2014), afirman que con la investigación descriptiva “[...] se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

Respecto a la investigación transversal, Hernández et al. (2014), indican que “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede” (p. 154).

La presente investigación es propositiva porque formula un aporte práctico para la sociedad, parte de un diagnóstico y se establecen metas, mediante la propuesta de estrategias tributarias para promover el cumplimiento tributario en los comerciantes del Mercado Modelo.

#### **3.1.2. Diseño de Investigación.**

El diseño de investigación es No Experimental ya que no se realiza manipulación alguna sobre las variables.

Según Hernández et al. (2014), afirman que el tipo de investigación No Experimental “se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 152).

### 3.2. Población y Muestra

#### 3.2.1. Población.

Según Lepkowski la población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 174).

La población está conformada por los comerciantes del Mercado Modelo de Chiclayo para el año 2019. El tamaño poblacional está constituido por 1815 comerciantes.

#### 3.2.2. Muestra.

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández et al., 2014, p. 175).

La muestra está constituida por los comerciantes del Mercado Modelo de Chiclayo. Para seleccionar la muestra se utilizó la técnica Aleatoria Simple, mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N = 1815 personas.

Z = nivel de confianza al 95% = 1.96

p = probabilidad de éxito = 50% = 0.5

q = probabilidad de fracaso = 50% = 0.5

d = error muestral = 5% = 0.05

$$n = \frac{1815 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1815 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1815 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 1814 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1743.13}{5.4954}$$

$$n = 317.19$$

$$n = 317$$

Es así que se obtuvo una muestra de 317 comerciantes del Mercado Modelo para la aplicación de la encuesta.

### **3.3. Variables, Operacionalización**

#### **3.3.1. Variables.**

##### **Variable Independiente**

**Estrategias Tributarias:** Conjunto de pautas a seguir con el propósito de lograr los objetivos planteados.

##### **Variable Dependiente**

**Obligaciones Tributarias:** Son los deberes tributarios que tiene el contribuyente (sujeto pasivo) para con el Estado (sujeto activo).

### 3.3.2. Operacionalización.

**Tabla 1:** *Operacionalización de la variable independiente*

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumento
Estrategias tributarias	Estrategias de información y orientación al contribuyente	Orientación al contribuyente	Encuesta / Cuestionario
	Estrategias de educación cívica tributaria	Charlas informativas	
		Sistema tributario	
		Impuestos	
		Regímenes tributarios	
	Estrategias de simplicidad	Comercio formal	Encuesta / Cuestionario
		Requisitos para formalizar un negocio	
	Estrategias de incentivos tributarios	Incentivos y/o beneficios por buen pagador	

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 2:** Operacionalización de la variable dependiente

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumento
Obligaciones tributarias	Obligaciones sustanciales	Pago oportuno de tributos	Encuesta / Cuestionario Análisis documental / Guía de análisis documental/ Guía de Observación
	Obligaciones formales	Inscripción en el RUC	
		Emisión de comprobantes de pago y Registro de Compras y Registro de Ventas.	
		Cumplimiento de las obligaciones sustanciales	
	Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Cumplimiento de las obligaciones formales	
	Fiscalizaciones	Fiscalizaciones de Sunat	

**Fuente:** Elaboración Propia

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnicas de recolección de datos.**

##### ***Observación***

Campos y Lule (2012), mencionan que la observación es una “técnica que mediante la aplicación de ciertos recursos permite la organización, coherencia y economía de los esfuerzos realizados durante el desarrollo de una investigación; de esta forma, esta técnica tendrá una organización y una coherencia dependiente al método utilizado” (p. 49).

La observación es una técnica que se utiliza para registrar, a través de los sentidos, lo que ocurre en el entorno con la finalidad de captar situaciones que fácilmente no se lograría conocer mediante otros instrumentos.

##### ***Análisis documental***

El análisis documental es el “estudio de un documento, independientemente de su soporte (audiovisual, electrónico, papel, etc.)” (Corral, 2015).

El análisis documental es una operación intelectual que se utiliza con el fin de analizar e interpretar la información contenida en los documentos referidos a la investigación, que sirve para conocer la situación de los comerciantes con relación a sus obligaciones tributarias para presentar posteriormente una información resumida.

##### ***Encuesta***

“Una encuesta es una manera de recoger información sobre un tema en específico, donde a través de ella logramos analizar los datos que necesitamos para llegar a una conclusión o dar solución a un problema en concreto” (Riquelme, 2016).

La encuesta es una técnica que se plantea mediante una serie de preguntas cerradas dirigida a los comerciantes del Mercado Modelo con la finalidad de recolectar información sobre el tema de investigación.

### **3.4.2. Instrumentos de Recolección de datos.**

#### ***Guía de observación***

Campos y Lule (2012), mencionan que la observación es una “técnica que mediante la aplicación de ciertos recursos permite la organización, coherencia y economía de los esfuerzos realizados durante el desarrollo de una investigación; de esta forma, esta técnica tendrá una organización y una coherencia dependiente al método utilizado” (p. 49).

La observación es una técnica que se utiliza para registrar, a través de los sentidos, lo que ocurre en el entorno con la finalidad de captar situaciones que fácilmente no se lograría conocer mediante otros instrumentos.

#### ***Guía de análisis documental***

El análisis documental es el “estudio de un documento, independientemente de su soporte (audiovisual, electrónico, papel, etc.)” (Corral, 2015).

El análisis documental es una operación intelectual que se utiliza con el fin de analizar e interpretar la información contenida en los documentos referidos a la investigación, que sirve para conocer la situación de los comerciantes con relación a sus obligaciones tributarias para presentar posteriormente una información resumida. Para este caso se revisó la literatura concerniente a la tributación tales como: leyes, normas, políticas, ya que la administración del Mercado Modelo no pudo proporcionar ciertos documentos como el padrón de comerciantes y otros relacionados al tema en estudio.

#### ***Encuesta***

“Una encuesta es una manera de recoger información sobre un tema en específico, donde a través de ella logramos analizar los datos que necesitamos para llegar a una conclusión o dar solución a un problema en concreto” (Riquelme, 2016).

La encuesta es una técnica que se plantea mediante una serie de preguntas cerradas dirigida a los comerciantes del Mercado Modelo con la finalidad de recolectar información sobre el tema de investigación.



### **3.5. Procesamiento de Datos**

Para procesar la información recopilada en la presente investigación, a través del análisis, interpretación y proceso de los datos y resultados, se hizo uso del programa estadístico informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Versión 23 y el software de Microsoft Excel para la presentación de tablas y figuras estadísticas.

Es por ello que después de haberse planificado los instrumentos a utilizar, se procederá a aplicarlos para obtener la información apropiada que será reflejada en los resultados para su respectivo análisis y posteriormente serán plasmados en el presente estudio, brindando información detallada sobre las estrategias tributarias que actualmente se están empleando en los comerciantes del mercado en estudio, asimismo conocer si están cumpliendo con sus obligaciones tributarias, para finalmente plantear una propuesta de mejora para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en dichos comerciantes.

## CAPÍTULO IV: Resultados y discusión

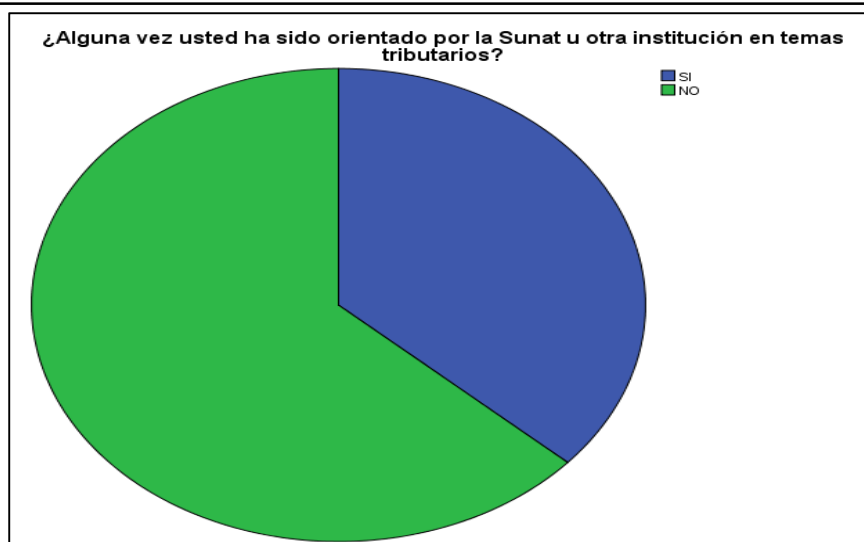
### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Análisis de la situación actual de la tributación de los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo-2019.

**Tabla 3:** ¿Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	116
	NO	201
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 5:** Ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Ya que un 63.4% de los 317 comerciantes no han sido orientados en temas tributarios, se refleja una deficiencia en la aplicación de esta estrategia, la falta de conocimiento en estos temas impulsa a que más comerciantes tengan un comportamiento evasivo, es por ello la importancia de dar realce a esta estrategia.

**Tabla 4:** ¿Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	10,1
	NO	89,9
	Total	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 6:** Ha participado de charlas informativas sobre tributación

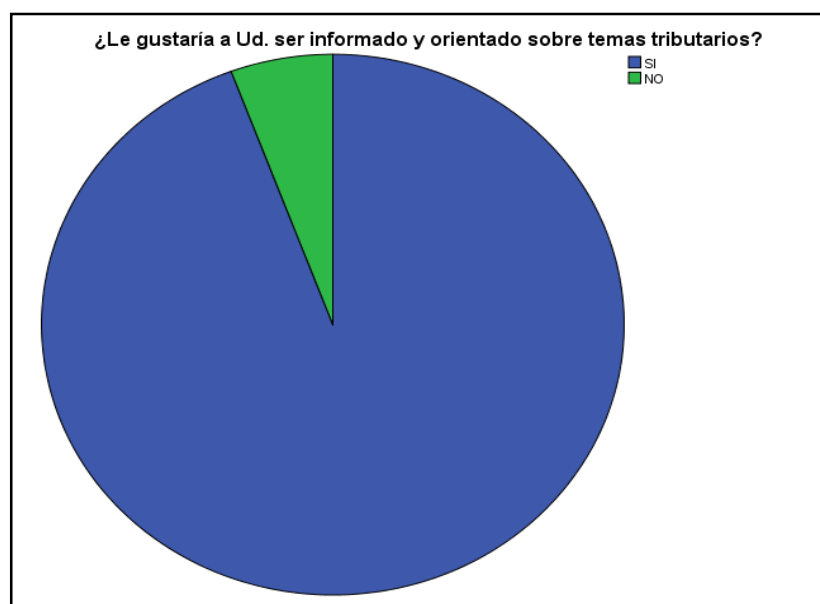
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Solo un 10.1% ha participado en charlas informativas, mientras que un 89.9% no lo ha hecho, como se sabe, es muy probable que estos contribuyentes incurran en evasión tributaria, ya sea como formales (porque tienen RUC y no cumplen con emitir sus comprobantes de pago y/o no pagan de manera puntual), o informales, por lo que no poseen las bases suficientes en cuanto al conocimiento sobre el sistema tributario peruano, su función y finalidad, a esto se suma la percepción negativa que tienen los contribuyentes por la corrupción de los funcionarios públicos frente al cumplimiento de sus deberes tributarios.

**Tabla 5:** *¿Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios?*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	299
	NO	18
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 7:** Le gustaría ser informado y orientado sobre temas tributarios

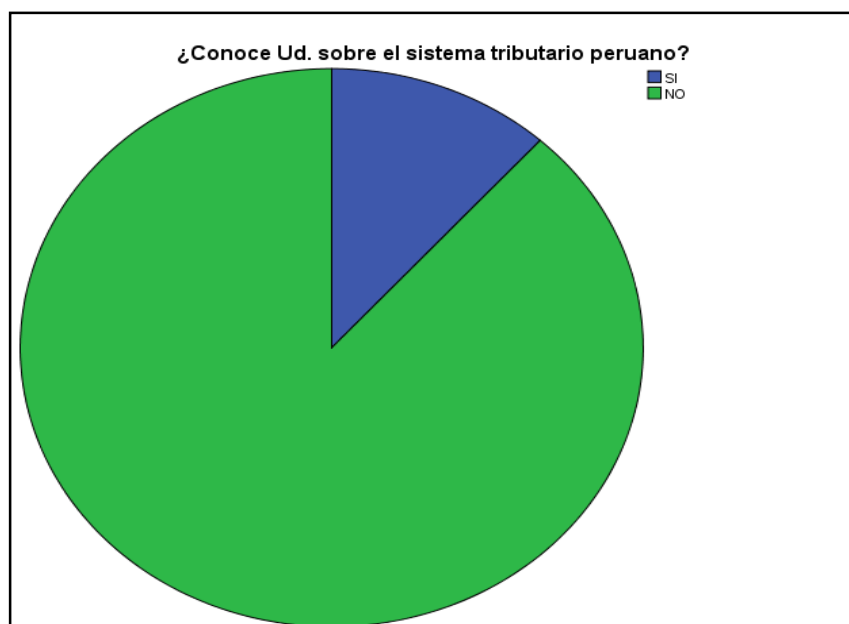
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Es de gran importancia observar que de los 317 comerciantes, a un 94.3% de ellos, quienes representan la gran mayoría, les gustaría obtener información y orientación sobre tributación. A pesar del alto índice de evasión e informalidad, se puede percibir el deseo de querer cambiar por parte de los comerciantes, por lo que se infiere que una de las causas por la que éstos no cumplen con sus obligaciones tributarias es por la falta de conocimiento e información referida a tributación, ya que al impartir mayor información tributaria, se estaría promoviendo la cultura tributaria en los contribuyentes.

**Tabla 6:** ¿Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	37	11,7
NO	280	88,3
Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 8:** Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano

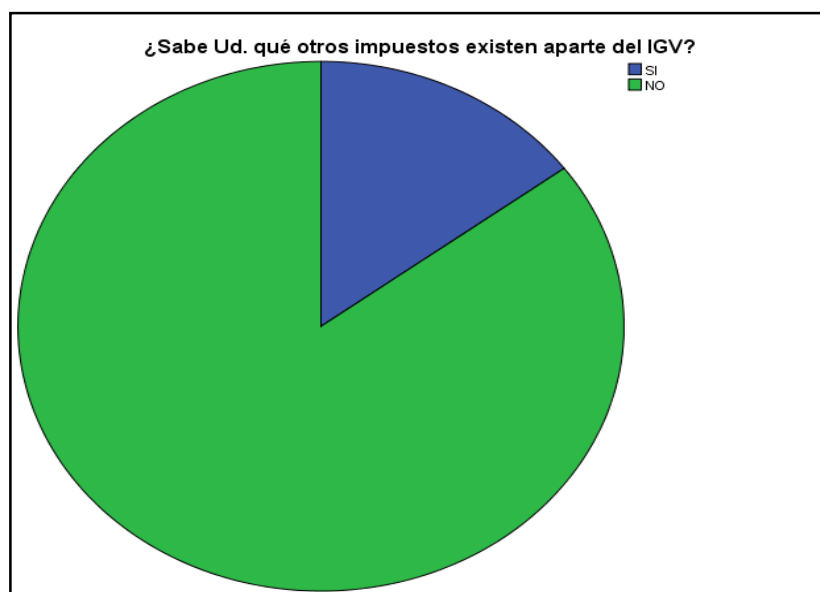
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Como el 88.3% de los comerciantes desconoce sobre el sistema tributario peruano, se evidencia que por desconocimiento no se está cumpliendo adecuadamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo que quiere decir que los comerciantes realizan sus actividades comerciales sin tener bien claro sus obligaciones o beneficios que tienen para con el Estado, esto impide el crecimiento y desarrollo económico de la ciudad y del país, por ende aún es difícil poder cubrir los costos para ofrecer obras, infraestructura y servicios de calidad para la población.

**Tabla 7:** ¿Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	14,8
Válidos NO	270	85,2
Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 9:** Sabe qué otros impuestos existen aparte del IGV

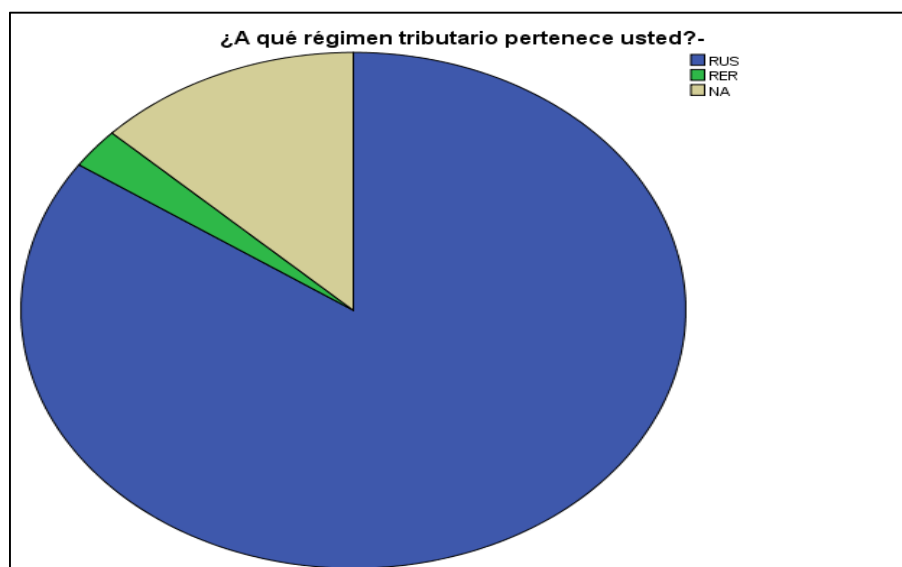
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Uno de los mayores problemas que existe en el Perú y que una vez más se ve reflejado en Chiclayo, es el desconocimiento que tienen los contribuyentes sobre los impuestos que existen y deben pagar por los ingresos que perciben con un 85.2%, por ejemplo, en su gran mayoría, los comerciantes han escuchado sobre el IGV, sin embargo, como se sabe, no es el único impuesto que se debe pagar, es así que para éstos muchas veces resulta complicado realizar las declaraciones o pagos por otros impuestos, ya que al final consideran que pagan mucho y no saben a dónde va ese dinero que recauda la Sunat u otras instituciones como las municipalidades.

**Tabla 8:** ¿A qué régimen tributario pertenece usted?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	RUS	268	84,5
	RER	8	2,5
	NA	41	12,9
	Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Figura 10:** Régimen tributario al que pertenece

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Se puede apreciar que un 84.5%, de 317 comerciantes, se encuentra inscrito en el RUS, por ello se sabe que sus ingresos oscilan de entre los S/ 5,000 hasta los S/ 8,000, sin embargo, en la realidad, estos comerciantes no emiten los respectivos comprobantes de pago por todas las ventas que realizan, es por ello que se hace necesario el incremento de fiscalizaciones para poder controlar estas actividades, asimismo, un 2.5% se encuentra en el RER, y un 12.9% no se encuentra en ningún régimen, para los cuales es necesario la implementación de estrategias tributarias que les ayude a formalizarse.

**Tabla 9:** ¿Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	299	94,3
NO	18	5,7
Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 11:** Es importante impartir temas tributarios en todos los niveles de educación

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Actualmente la Sunat está impartiendo campañas y charlas de educación tributaria en algunas instituciones educativas, lamentablemente la gran mayoría desconoce sobre esto ya que al parecer esta estrategia no logra calar lo suficiente en la población para generar en ellos conciencia tributaria, a pesar de ello, como se puede observar, un 94.3% de comerciantes reconocen la importancia de la educación cívica tributaria como instrumento para erradicar la evasión, pero esta estrategia debe permanecer en el tiempo, no solamente debe aparecer por temporadas, sino que debe ser un proceso continuo hasta que la población logre formar una cultura tributaria sólida.



**Tabla 10:** ¿Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	101
	NO	216
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 12:** Ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** A pesar de que la publicidad se ha convertido hoy en día en una herramienta que produce un gran impacto en la sociedad, es necesario que las instituciones públicas concentren sus esfuerzos e inviertan en propaganda y publicidad para brindar información tributaria, ya que puede ayudar a generar también conciencia tributaria, es así que el 68.1% de comerciantes indica que no ha escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos, por lo que este tema no los motiva en gran manera a cumplir con sus obligaciones tributarias.

**Tabla 11:** *¿Usted considera que formalizar un negocio es sencillo?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	55	17,4
	NO	262	82,6
	Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 13:** Considera que formalizar un negocio es sencillo.

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** El gran dilema que aparece a la hora de querer formalizar un negocio o empresa, es que no se sabe por dónde comenzar, cuánto se va a demorar ni cuánto va a costar, lo único que se conoce es que acarrea muchos gastos que en varias oportunidades los comerciantes o empresarios no están dispuestos a pagar, de ello nace la necesidad de establecer leyes, normas y políticas claras y sencillas, que sean de fácil acceso para el contribuyente; en este caso un 82.6% considera que formalizar un negocio no es sencillo, para lo cual se deben establecer estrategias de fácil acceso a la información y a los trámites.

**Tabla 12:** ¿Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	49	15,5
	NO	268	84,5
	Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 14:** Tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio

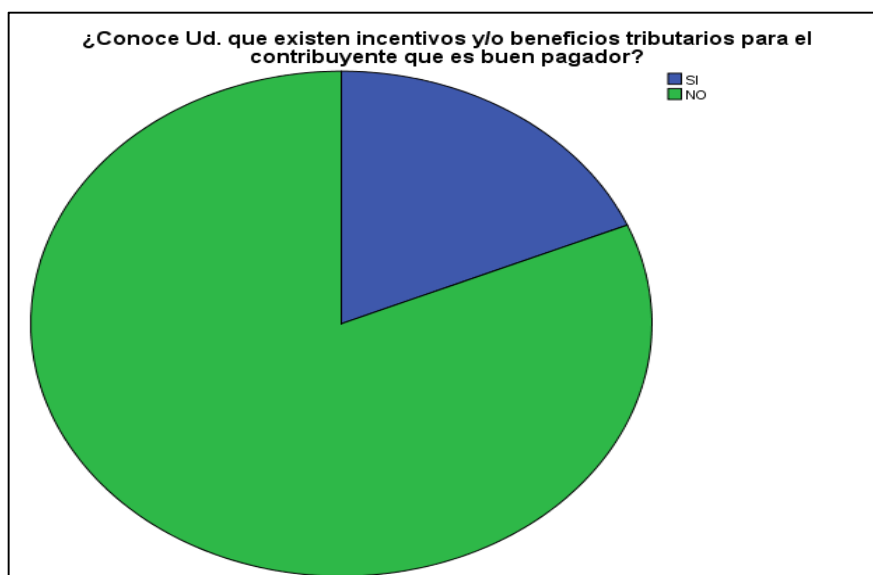
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Un 84.5% de comerciantes manifiestan que no conocen los requisitos para formalizar un negocio, por lo que se infiere que ellos han realizado sus trámites con ayuda de alguien más y que incluso se han registrado en el RUC, RUS y RER mediante la ayuda de alguna persona que pudo haberles cobrado por un asesoramiento, lo que significa un incremento en los gastos para formalizar un negocio o empresa, esta es una de las razones por las que se debe impartir educación cívica tributaria en todos los niveles de educación, para conocer temas tributarios que ayuden al crecimiento y desarrollo del ciudadano.

**Tabla 13:** *¿Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador?*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	59
	NO	258
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 15:** Conoce que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador

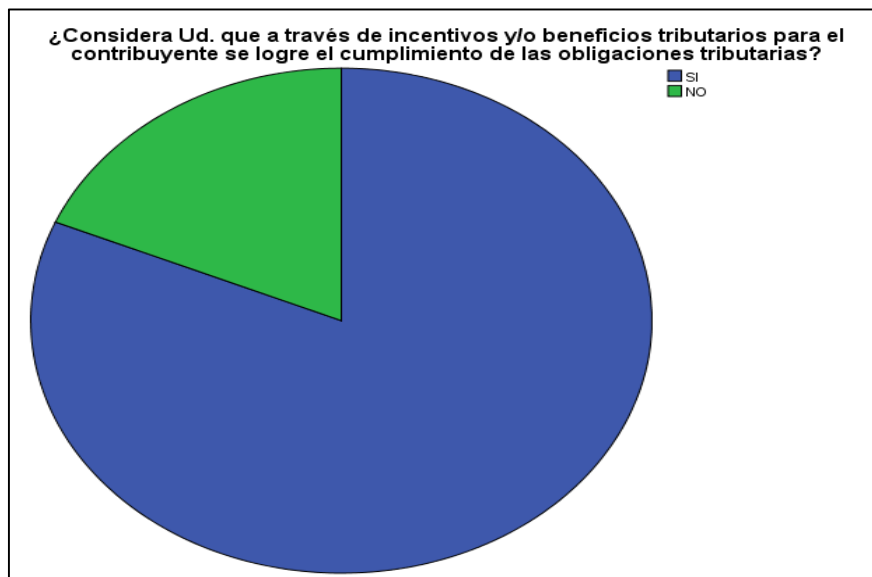
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** En la actualidad pocos son los que conocen los beneficios e incentivos tributarios que ofrece tanto la Sunat como las demás instituciones públicas para poder cumplir adecuadamente con las obligaciones tributarias. No obstante, también existen contribuyentes que esperan algún incentivo, descuento, perdón de la deuda para continuar con sus actividades, es por este motivo que se atrasan en sus pagos, lo que produce una escasa recaudación y desigualdad para con los contribuyentes que sí son puntuales. Un 81.4% de los comerciantes del mercado Modelo no conocen sobre estos incentivos tributarios.

**Tabla 14:** ¿Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logra el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	258	81,4
	NO	59	18,6
	Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 16:** Considera que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logrará el cumplimiento de las obligaciones tributarias

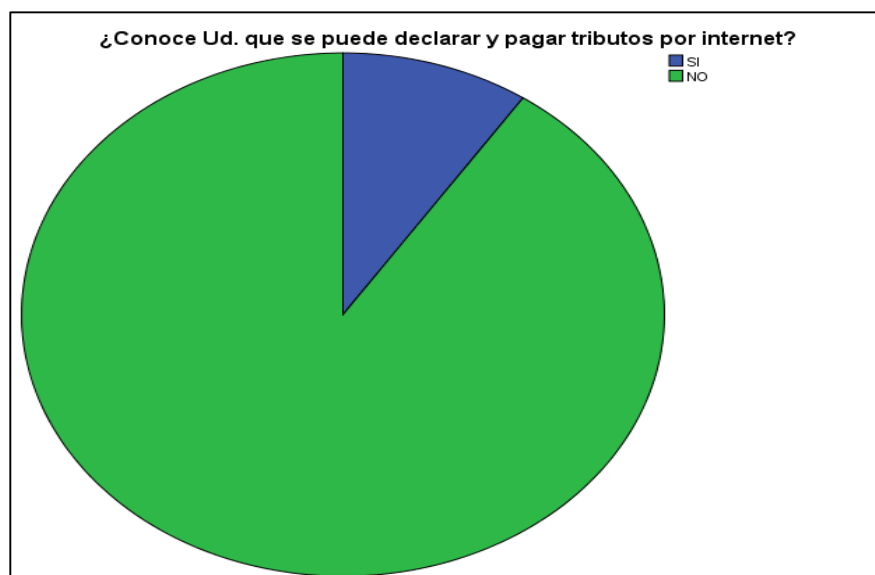
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Un alto índice de contribuyentes (81.4%) considera que mediante incentivos tributarios se puede mejorar e incrementar la recaudación por medio del cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo cual refleja que ellos esperan un beneficio a cambio de cumplir con sus deberes, por ello es necesario la aplicación de esta estrategia para promover el cumplimiento adecuado y fomentar la cultura tributaria.

**Tabla 15:** *¿Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet?*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	30
	NO	287
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 17:** Conoce que se puede declarar y pagar tributos por internet

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

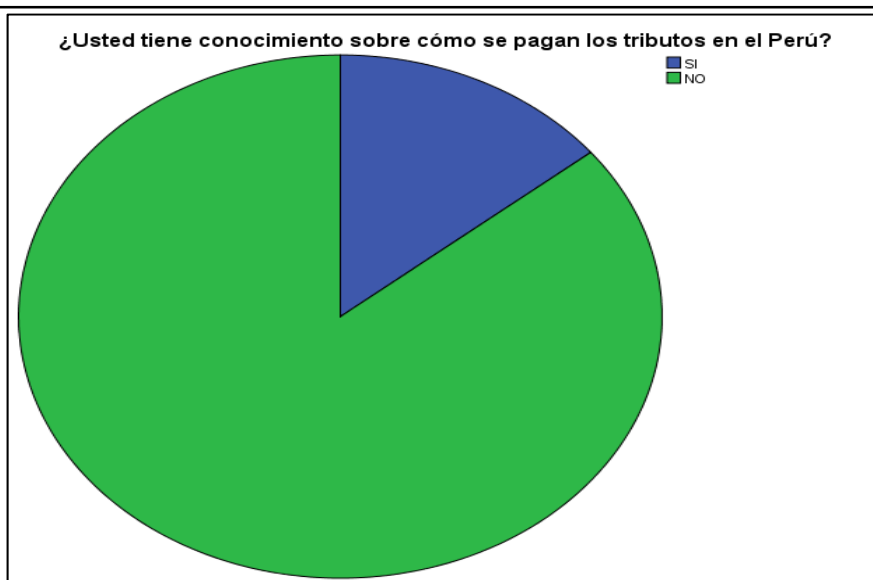
**Análisis:** Ya que en la actualidad la tecnología está siendo utilizada de una forma más continua, porque es más fácil acceder a la información por internet, además de poder hacer ciertos trámites como el pago de tributos, entre otros, es momento también de capacitar a los comerciantes sobre el uso adecuado de esta tecnología para optimizar recursos como tiempo y dinero, se hace hincapié sobre este tema por lo que el 90.5% de comerciantes manifestó que desconoce la utilidad del internet para temas tributarios.

#### 4.1.2. Análisis del cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019.

**Tabla 16:** ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos en el Perú?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	45
	NO	272
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 18:** Tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos en el Perú.

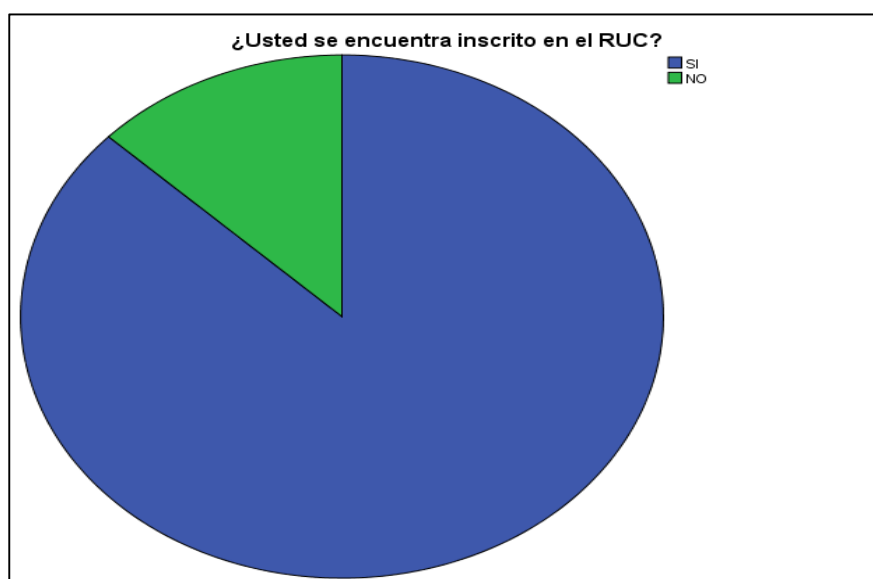
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Otro de los problemas que más aqueja a la recaudación en el Perú es el desconocimiento sobre cómo pagar los tributos (85.8%), ya que no todos conocen los diferentes tipos de tributos que existen, además no todos conocen los medios de pago y las facilidades que ofrece la Sunat para realizar dichos pagos, es por ello que se resalta la necesidad de orientar a los contribuyentes en estos temas de gran importancia para la recaudación.

**Tabla 17:** ¿Usted se encuentra inscrito en el RUC?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	276
	NO	41
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 19:** Se encuentra inscrito en el RUC

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Ya que un 87.1% sí se encuentra inscrito en el RUC, se infiere que en su mayoría están cumpliendo con sus obligaciones formales, mientras que un 12.9% no está cumpliendo, esto acarrea un problema para la recaudación, ya que lo ideal es que todos tributen para que el Estado de esa manera pueda ofrecer un mejor estilo de vida al ciudadano mediante obras y servicios públicos de calidad.



**Tabla 18:** ¿Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	33
	NO	284
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.



**Figura 20:** Emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Un 89.6% de contribuyentes manifiestan que no emiten sus respectivos comprobantes de pago por sus ventas, y esto se ve reflejado en la recaudación, ya que en la actualidad adeudan millones ante Sunat, este es un problema que se viene arrastrando durante décadas en la ciudad de Chiclayo, es por ello que urge la necesidad de aplicar estrategias que generen conciencia tributaria para cambiar la realidad de la recaudación.

**Tabla 19:** *¿Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat?*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	89
	NO	228
	Total	317
		100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 21:** Paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo

**Análisis:** Diversos son los motivos por lo que los contribuyentes no pagan sus tributos dentro de los plazos establecidos, dentro de los cuales se encuentran: falta de liquidez, falta de tiempo, falta de conocimiento en la forma de pago y los plazos asignados para las declaraciones y pagos, poco incentivo por tributar, percepción negativa ante la recaudación, entre otros. Y los comerciantes del mercado en estudio no están excluidos de esta problemática, ya que un 71.9% no realiza sus pagos de acuerdo a las fechas asignadas.

**Tabla 20:** *¿Ud. paga sus tributos de manera voluntaria?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	87	27,4
	NO	230	72,6
	Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 22:** Paga sus tributos de manera voluntaria

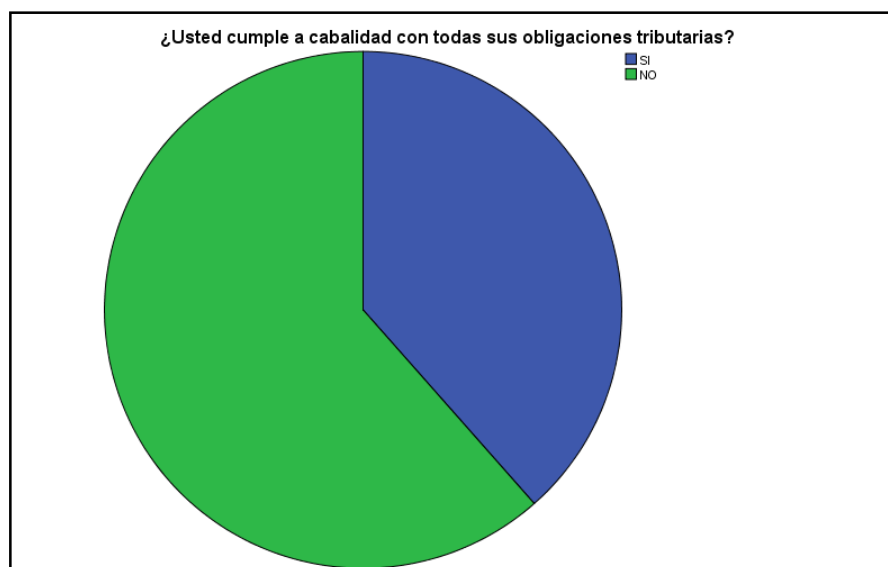
**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** El pagar tributos se considera como una obligación más que como un compromiso para con el Estado, lamentablemente el contribuyente muchas veces no conoce el destino del dinero que se recauda por tributos, es por ello que pocas veces paga sus tributos de manera voluntaria, tal como lo indican los comerciantes del Mercado Modelo, quienes representan un 72.6% del total de la muestra que no cumplen de manera voluntaria con pagar. Por ende se asume que lo hacen por obligación, esto es perjudicial para la sociedad porque todos se benefician de los servicios que ofrece el Estado, sin embargo pocos son los que asumen su responsabilidad.

**Tabla 21:** *¿Usted cumple a cabalidad con todas sus obligaciones tributarias?*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	122	38,5
	NO	195	61,5
	Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 23:** Cumple a cabalidad con todas sus obligaciones tributarias

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Aunque un 61.5% de los comerciantes reconozca que no está cumpliendo adecuadamente con sus deberes tributarios, es importante resaltar que son conscientes de que no están actuando correctamente. Este reconocimiento probablemente se produzca porque ellos alguna vez escucharon que se debe pagar impuestos, entonces se debe prestar una especial atención a los sistemas de orientación y capacitación al contribuyente para mejorarlos e implantarlos desde otra perspectiva en los mercados.

**Tabla 22:** *¿Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat?*

	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	1,3
Válidos NO	313	98,7
Total	317	100,0

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Figura 24:** *Alguna vez ha sido fiscalizado por la Sunat*

**Fuente:** Software SPSS y encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Modelo.

**Análisis:** Pocos son los comerciantes que manifiestan que hayan sido fiscalizados por la Sunat, representados por solo un 1.3%, lo que significa que existen deficiencias en la estrategia de control, la mayoría de comerciantes temen ser fiscalizados, pero prefieren esperar a que esto suceda para que recién cumplan con sus obligaciones, lo que no promueve una conciencia ni una cultura tributaria. Aunque los contribuyentes consideran a las fiscalizaciones como abusivas, esto debe tomar otro enfoque, ya que es mejor primero instruir, orientar, educar a los contribuyentes para luego poder controlar el cumplimiento de sus obligaciones.

#### **4.1.3. Definición de las estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019.**

Las estrategias tributarias que se propondrán en el Capítulo IV de este trabajo de investigación han sido tomadas en cuenta de acuerdo a la realidad del entorno evaluado, como es el caso del Mercado Modelo de Chiclayo, ya que es un lugar muy concurrido por la población chiclayana y los alrededores, además porque es un mercado que alberga a muchos comerciantes, entre formales e informales, y porque las actividades comerciales que se llevan a cabo en este lugar generan grandes cantidades de dinero. Los ingresos que perciben los contribuyentes, no están siendo declarados conforme manda la ley, ya sea por desconocimiento o falta de interés, entre otros motivos, es por ello que resulta preocupante saber que no se está tributando adecuadamente.

Para plantear una solución ante la problemática expuesta, se presentan las siguientes estrategias que ayudan a formar una cultura tributaria sólida:

- Estrategias de información y orientación al contribuyente, aparte de que una de las funciones de la Administración Tributaria es orientar a los contribuyentes, se debe informar a la población en general sobre el destino de lo recaudado con la finalidad de incentivarlos e impulsarlos a trabajar conjuntamente con el Estado por el desarrollo de la ciudad y del país.
- Estrategias de educación cívica tributaria, es necesario implementar una educación tributaria sólida, basada en principios, que se imparta gratuitamente, dicha información debe ser clara y accesible para todos los contribuyentes, es aquí donde se invoca a profesionales, funcionarios, docentes, etc., comprometidos con el desarrollo de su país, para impartir enseñanza de una forma más dinámica, que incentiven la participación de más y más ciudadanos.
- Estrategias de simplicidad, un gran problema encontrado es la dificultad con la que se presenta las leyes y normas que regulan el tema tributario, ya que existen constantes modificaciones, además el poco interés por este tema hace que resulte más difícil comprender los distintos tipos de regímenes a los que puede acceder un contribuyente según sus

necesidades, es por ello que se debe trabajar más en simplificar las normas y presentarlos de una forma más clara y accesible para todos.

- Estrategias de incentivos tributarios, si bien es cierto que existen regímenes tributarios que intentan adecuarse a la necesidad y realidad de los contribuyentes, y que a su vez ofrecen beneficios tributarios con la finalidad de incentivar el cumplimiento tributario, es necesario darlos a conocer con mayor énfasis, ya que a pesar de que existen, en muchos casos hay un completo desconocimiento sobre el tema.

#### **4.2. Discusión**

La discusión de los resultados consiste en la comparación de la teoría con la información y los resultados obtenidos durante la investigación del objeto de estudio. Es por ello que a continuación se expone la información más relevante que da solución a la hipótesis y objetivos planteados.

Al analizar la situación actual de la tributación de los comerciantes del Mercado Modelo, se puede indicar lo siguiente:

El 94.3% de los comerciantes, al ser informados sobre una de las estrategias como son las charlas para el conocimiento de cómo se declara y tributa, y que encima son gratuitas, manifestaron que están de acuerdo en invertir su tiempo en ellas y un 5.7% no muestra interés por aprender y mejorar su situación, aun conociendo las consecuencias, como cierre temporal o permanente de su negocio, imposición de multas más intereses propuestas por SUNAT, entre otros. El resultado es muy positivo ya que los comerciantes muestran un interés por querer aprender y hacer las cosas bien, esto influye ya que algunos comerciantes además fueron visitados y orientados por colaboradores de la SUNAT, manifestando que un 36.6% ha sido orientado y un 63.4% desconoce en su totalidad sobre las orientaciones que brindan los expertos en la materia.

García (2016), manifiesta que los comerciantes llevan a cabo sus actividades antes informarse sobre los temas legales y tributarios a los que están obligados, no existe conciencia

tributaria, y muchas veces trabajan bajo la incertidumbre de ser fiscalizados, y si así fuera, ahí recién actúan para cumplir con sus obligaciones tributarias, de lo contrario no lo harían.

De acuerdo con lo que manifestó García en su investigación, se afirma que las medidas o estrategias ayudan a promover la cultura tributaria, teniendo como objetivo la formalización de los puestos de negocio como el cumplimiento de las obligaciones tributarias, la gran parte de comerciantes del Mercado Modelo desconoce qué es tributar, por lo tanto, se tomará en cuenta la estrategia de informar y dar a conocer los beneficios que pueden obtener cada uno de ellos por cumplir con SUNAT, la falta de información es una de las desventajas para la formalización y cumplimiento de las obligaciones propuesta por la SUNAT, por lo tanto se tomarán en cuenta las charlas, orientaciones, capacitaciones, entre otras medidas, para promover el cumplimiento tributario.

Apaza y Bonifacio (2017), manifiestan que los comerciantes en el mercado de su estudio de investigación no tienen una eficiente cultura tributaria, esto genera el incumplimiento tributario, sus resultados reflejaron que un 97.2% de los comerciantes poseen una deficiente conciencia tributaria y un 61.1% tienen poca formación tributaria, asimismo un 88.8% evaden, eluden o cometen infracciones tributarias en mayor o menor grado. (p. 60)

Se evidencia la falta de conocimiento sobre las obligaciones tributarias que tienen los comerciantes del Mercado Modelo, representados por un 88.30%, es por ello que, como lo manifiestan Apaza y Bonifacio, la cultura tributaria va de la mano con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, al conocer cómo tributar, los contribuyentes podrán realizar sus actividades comerciales de una manera más adecuada y sin preocupaciones de ser fiscalizados y sancionados.

Respecto a la formalización de un negocio, el 82.6 % de los comerciantes considera que formalizar su negocio resulta difícil, ello se convierte en un obstáculo para poder ser formal, sin embargo un 17.4% cree que no es tan difícil constituir una empresa o formalizar su negocio, pero, lamentablemente la gran mayoría no se formaliza. Por otro lado, el 15.5% de los comerciantes tienen conocimiento sobre los requisitos necesarios para la creación o formalización de sus negocios y el 84.5% desconoce dicho tema, no obstante, por una percepción negativa y por el entorno corrupto que se presenta a diario, a los contribuyentes no



les entusiasma tributar de manera correcta, sin conocer los beneficios que pueden obtener por tener un negocio al día con la SUNAT.

Según Balcázar (2018), indica que una de las posibles causas para que se produzca la evasión tributaria es la falta de comunicación en dichos temas, como los procedimientos estipulados en las normas tributarias para formalizar un negocio y cumplir con las obligaciones tributarias, ya que el comerciante por lo general realiza sus actividades comerciales de manera cotidiana y sin los conocimientos fundamentales sobre temas legales y tributarios, buscando el beneficio propio, sin interesarle lo demás. Por ello, la informalidad es un problema latente que se busca contrarrestar mediante estrategias tributarias para cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes.

Por lo que manifestó Balcázar, la reducción de la evasión tributaria se llevará a cabo mediante estrategias tributarias; una de las causas para que se produzca la evasión de impuestos es la falta de comunicación en temas tributarios, de acuerdo a lo investigado, la falta de conocimiento permite que el contribuyente crea que solo pagará impuestos sin obtener beneficio alguno, un 81.4% desconoce sobre los beneficios o incentivos que puede obtener, y un 18.6% sí los conoce.

La mayor parte de los comerciantes cuentan con tecnología de punta (Smartphone), pero no cuentan con la información para poder declarar y pagar tributos de manera sencilla mediante el formulario virtual, el resultado obtenido es que un 90.5% desconoce el medio virtual por donde se puede pagar, pensando que es una pérdida de tiempo formar largas colas en los bancos y el 9.5% de los comerciantes conoce algunas de las medidas para declarar y pagar por internet, aunque algunos desconfían pagar por medios electrónicos ya que manifiestan cierto temor por los tipos de hacker de tarjetas que se presentan a diario.

Al analizar el cumplimiento tributario de los comerciantes del Mercado Modelo, se pudo constatar que de la encuesta realizada a los 317 comerciantes, se pudo observar y analizar mediante el cuestionario, el desconocimiento que existe y el miedo que tienen los comerciantes, por esas razones además no quieren tributar. También se observó que existen casos en los que los comerciantes tributan, sin embargo no lo hacen por la totalidad de sus ingresos; en otros casos, no entregan boletas o facturas, o que incluso entregando los respectivos comprobantes de pago, desconocen sobre el pago que deberían realizar por concepto de impuestos.

Otra de las razones para el incumplimiento tributario es que los comerciantes desconocen a dónde se destina el dinero por el pago de sus tributos, un 85.8% desconoce sobre la utilización del dinero recaudado, y solo un 14.2% conoce a detalle dicho tema, aunque no consideran que la tributación en el Perú ayude al crecimiento y desarrollo por temas de corrupción que se conoce hoy en día.

Lo antes expuesto, ayudó a analizar y plantear estrategias que no están llevándose a cabo de forma adecuada en el Mercado Modelo; de acuerdo a la realidad problemática encontrada y con la ayuda de las teorías relacionadas al tema es que se logró proponer estrategias tributarias para promover e impulsar el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias.

## **CAPÍTULO V: Propuesta**

### **Título de la propuesta**

Estrategias Tributarias para promover el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo.

### **Descripción de la propuesta**

Para el adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias, se proponen ciertas medidas o estrategias que promuevan y desarrollen una cultura tributaria sólida, que incentiven a que los comerciantes se sientan identificados y comprometidos a colaborar con el desarrollo de su ciudad y de su país, ya que el dinero que se recauda por tributos sirve para futuras obras y servicios públicos de calidad que el Estado podrá ofrecer a toda la población para tener un mejor estilo de vida.

El campo de estudio es el Mercado Modelo; según la muestra identificada, se trabajó con 317 comerciantes para poder determinar las deficiencias en la implementación de estrategias por parte de la Sunat y así poder conocer y proponer las estrategias idóneas para este caso, por lo que se conoce que una estrategia tributaria consiste en tomar acciones para buscar un resultado óptimo. En este caso, se comprobó que existen negocios que se encuentran dentro del régimen del NUEVO RUS y RÉGIMEN ESPECIAL, para ellos se tomará las medidas necesarias para que tengan en cuenta los múltiples beneficios que se obtiene por tributar, por otro lado existe la informalidad dentro del grupo de estudio, por lo que también forma parte de la investigación, esto motivó a tomar medidas específicas para inducir hacia la formalidad y promover la cultura tributaria.

### **ESTRATEGIA N° 1: Informar y orientar al contribuyente**

De acuerdo al estudio realizado, existen deficiencias en el conocimiento que tienen los comerciantes sobre temas tributarios y el trabajo de la SUNAT, y desde allí nace un punto de vista negativo y su percepción es de rechazo hacia la tributación, sin tener la noción de lo que puede ocurrir tributando de manera correcta.

Para promover la cultura tributaria mediante la información y orientación hacia los comerciantes se tomarán las siguientes medidas:

- Convocar a estudiantes universitarios a capacitarse en la Sunat, con la finalidad de que se preparen para que ellos también puedan capacitar en temas tributarios a los comerciantes.
- Realizar pequeñas conferencias o tutorías para explicar los diferentes conceptos de la tributación en el mismo mercado, previa invitación a los comerciantes.
- Visitar a los comerciantes uno por uno para explicarles sobre los diferentes regímenes tributarios a los que se pueden acoger y avisarles sobre posibles fiscalizaciones futuras.
- Realizar charlas motivacionales para informar a los comerciantes sobre los beneficios a los que pueden acceder si tributan de manera adecuada.
- Realizar campañas de difusión de la información, mediante videos didácticos para capacitar a los comerciantes e incentivarlos mediante obsequios por su asistencia.

Las conferencias deben contener información necesaria, clara y precisa, con el fin de no complicar más al contribuyente, explicando a detalle sobre lo que debe hacer para trabajar en su negocio de forma legal, sin la necesidad de temer a las fiscalizaciones u operativos por parte de la Sunat o de la Municipalidad. Otra de las medidas es invitar al comerciante a charlas gratuitas que SUNAT y EL MINISTERIO DE TRABAJO ofrecen, pero éstas deben llevarse a cabo en el mismo mercado, con el propósito de facilitar el acceso a dicha información. También se debe informar sobre los beneficios que pueden obtener al cumplir con sus obligaciones tributarias, y sobre las consecuencias que pueden asumir si permanecen en la informalidad.

**Lema:** “Si el contribuyente no viene a la Sunat, la Sunat va al contribuyente”

## **ESTRATEGIA N° 2: Educación cívica tributaria**

En esta estrategia se pueden presentar varias funciones positivas, como se sabe, todas las personas que tengan un negocio o generen alguna fuente de ingreso dentro del territorio peruano están obligadas a tributar, por tal motivo parte de la estrategia es el desarrollo de la colaboración social, esto significa una revolución para la tributación ya que existe una gran cantidad de informalidad en el Perú, ya sea en los mercados, puestos de tiendas y galerías de los centros comerciales. Esta estrategia consiste en hacer un convenio con las instituciones educativas, tanto universidades privadas como públicas e incluso con el mismo Estado para fomentar la tributación como parte del mecanismo de la sociedad.

Esta estrategia propone un convenio que consiste en que las universidades públicas o privadas instauren como una de sus políticas, un requisito para culminar la carrera satisfactoriamente, de modo que cada estudiante de la carrera de contabilidad debe apoyar e incentivar al contribuyente o comerciante a poder cumplir con sus obligaciones tributarias, este requisito debe formar parte de su currícula universitaria, proponiéndoles ciertas metas como requisitos para graduarse y considerarlo como un plus para las empresas que los contratarán a futuro.

**Lema:** “La primera obligación de todo ser humano es ser feliz, la segunda es tener cultura tributaria”

### **ESTRATEGIA N° 3: Simplicidad en temas tributarios**

Esta estrategia cumple con acompañar, mediante la suministración de una información clara y sencilla al contribuyente o comerciante para encaminarlo hacia la formalización, mostrándole de primera mano lo fácil que puede ser tributar en el RÉGIMEN UNICO SIMPLIFICADO - NUEVO RUS (ya que es el que más se adecúa a sus necesidades, con las excepciones del caso), cumpliendo simples pasos y siendo muy beneficioso el ahorro de tiempo para llevar a cabo sus trámites de formalización, así también se les puede enseñar y orientar a los contribuyentes sobre los requisitos necesarios para acogerse al RÉGIMEN ESPECIAL, y enseñarles los diferentes métodos de pago que existen para facilitarles la información necesaria sobre las obligaciones tributarias. Por otro lado, respecto al pago de la merced conductiva, que todos los comerciantes están obligados a realizar a la municipalidad, se debe proporcionar la información y facilidades del caso para que éstos puedan realizar el pago oportuno, y de ser el caso que estén atrasados en sus obligaciones, proporcionarles el beneficio del pago fraccionado de una manera más equitativa y que vaya acorde con la realidad del entorno del mercado.

**Lema:** “Sé tú, e intenta ser feliz, pero sobre todo, formaliza tu negocio en simples pasos”

### **ESTRATEGIA N° 4: Incentivos tributarios**

La gran parte de comerciantes y contribuyentes del Mercado Modelo, pierden el ánimo en tributar por los rumores y puntos en contra de los contribuyentes negativos. En esta estrategia se busca recopilar información y rescatar opiniones positivas de los buenos contribuyentes para que promuevan sus experiencias como parte de su función de cumplir con sus obligaciones tributarias, al recopilar y propagar esta información ayudará a contrarrestar la

negatividad del contribuyente indeciso y promoverá el pago y cumplimiento de sus obligaciones. Además de ello resulta interesante ofrecer premios, descuentos y demás beneficios a los contribuyentes que cumplen tanto con las obligaciones para con la Sunat como para con la Municipalidad.

**Lema:** “El conocimiento te dará poder, pero los incentivos tributarios te darán aun más”

### **Desarrollo de la propuesta**

Para lograr alcanzar el objetivo de promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, y motivarlos mediante la información oportuna y una eficiente orientación para promover así una cultura tributaria sólida, se plantean las siguientes estrategias:

#### **Estrategias N° 1: Informar y orientar al contribuyente**

En esta estrategia se complementará la información mediante capacitaciones, charlas y conferencias a los comerciantes del Mercado Modelo (Plataforma).

##### **Objetivo**

Informar y orientar a los contribuyentes sobre temas tributarios y sus correspondientes obligaciones con el Estado.

##### **Meta**

Orientar al 100% de comerciantes acerca de las obligaciones tributarias que deben cumplir como contribuyentes ante la Sunat y la Municipalidad.

##### **Actividades:**

1. Impulsar campañas de orientación y charlas sobre las obligaciones que tienen los contribuyentes, dentro de los primeros seis meses de haber inscrito a los comerciantes en el RUC, con el propósito de ayudarlos poco a poco a acostumbrarse a realizar sus declaraciones y pagos de forma voluntaria, por ello es necesario realizar convenios con universidades, la municipalidad y la Administración Tributaria. Toda información debe ser manifestada en forma presencial, escrita, por medios electrónicos y la radio.

2. Constatar el cumplimiento de los comerciantes en cuanto a sus deberes tributarios, a través de visitas amigables, también aprovechar dichas visitas para continuar informando sobre las novedades en temas tributarios de su interés y ayudar a aclarar sus dudas. Asimismo los trabajadores de la municipalidad que están a cargo de recolectar el pago por merced conductiva deben estar capacitados en temas de atención al cliente para poder acercarse al comerciante y poder informarle de la importancia que tiene el pago de su deuda para seguir mejorando dicho mercado.
3. Después de hacer un seguimiento a cada contribuyente, enfocarse en llevar a cabo retroalimentaciones que le permitan desenvolverse sobre los conocimientos adquiridos, esto se puede realizar mediante concursos con sus respectivos premios (que pueden ser solicitados a la Aduana), y con la ventaja de seguir aprendiendo, se recomienda que esta enseñanza se haga de forma dinámica y en horarios flexibles para los comerciantes.
4. Finalmente incentivar a los comerciantes a buscar información sobre temas tributario para obtener más ventajas para su negocio y hacerles la entrega de obsequios que les permitan recordar lo aprendido.

### **Recursos necesarios**

Recurso humano: Personal de la Sunat, de la Municipalidad de Chiclayo, de la radio, de los medios de comunicación electrónica más famosos y alumnos de las universidades invitadas.

Equipos: Proyector, Laptop y micrófonos.

Materiales: Volantes, regalos, hojas bond y lapiceros, obsequios.

### **Tiempo estimado**

Esta labor se realizará durante los primeros 6 meses de haber iniciado campañas de formalización, antes de realizar las fiscalizaciones y operativos.

### **Indicadores**

Se evalúa con los indicadores de índice de comerciantes informados, porcentaje de comerciantes que cumplen adecuadamente sus obligaciones tributarias, índice de cobertura de orientación, índice de comerciantes que pagan deudas atrasadas.

Los temas a tratar se proponen a continuación:

- SUNAT
- FORMALIZACIÓN DE UN NEGOCIO
- ¿QUÉ ES TRIBUTAR?
- ¿QUÉ ES TRIBUTOS?
- ¿QUÉ ES IMPUESTO?
- ¿POR QUÉ HAY QUE PAGAR IMPUESTOS?
- ¿PARA QUÉ SIRVEN LOS IMPUESTOS?
- ¿TODOS DEBEMOS PAGAR IMPUESTOS?
- REGIMENES TRIBUTARIOS
- DESTINO DE LOS TRIBUTOS
- BENEFICIOS POR TRIBUTAR
- CONSECUENCIAS POR NO TRIBUTAR
- FISCALIZACIONES
- LEGALIZACIÓN DE LIBROS CONTABLES
- TRIBUTACIÓN EN EL ESTADO
- FACILIDAD DE PAGOS - FRACCIONAMIENTO

### **Estrategia N° 2: Educación cívica tributaria**

Crear vínculos laborales y académicos con universidades privadas y públicas para la implementación de un curso en el que un estudiante tenga, como requisito para egresar, el objetivo de ayudar a formalizar a los comerciantes o empresarios y/o brindar capacitaciones a los puestos informales, previa certificación de la Sunat para poder brindar capacitaciones, para ello los universitarios deben asistir a charlas informativas que la Sunat ofrece gratuitamente y así estén preparados para guiar a los demás.

### **Objetivo**

Fomentar la cultura tributaria para declarar y pagar los tributos correspondientes y tener conocimiento sobre los objetivos de la recaudación.



**Meta**

Educar al 100% de comerciantes sobre tributación para impulsar la cultura tributaria.

**Actividades:**

1. Reclutar a jóvenes que estén cursando educación superior de la carrera de contabilidad para capacitarlos previamente en Sunat y enviarlos a educar en temas tributarios a los comerciantes, esto debe ser un requisito para que el estudiante pueda graduarse y por ende recibir un certificado por el trabajo realizado.
2. El estudiante que logre formalizar por lo menos a un comerciante, ayudándolo paso a paso a conocer y realizar sus trámites, enseñándole todo acerca de obligaciones y beneficios, debe recibir un reconocimiento especial por parte de la Sunat, la Municipalidad y la respectiva casa de estudios.
3. Solicitar a los estudiantes involucrados en la capacitación que presenten informes, proyectos, críticas y demás información relacionada a la experiencia vivida dentro del mercado para la mejora de estrategias.
4. Realizar sketch motivacionales dentro del mercado para promover en los contribuyentes el cumplimiento voluntario de sus obligaciones, reflejando en gran medida los beneficios y ventajas que implica ser puntual y estar comprometido con el desarrollo de la ciudad.

**Recursos necesarios**

Recurso humano: Alumnos de las universidades invitadas, personal de la Sunat y de la Municipalidad de Chiclayo,

Equipos: Sonido, Laptop y micrófonos.

Materiales: Volantes, hojas bond y lapiceros.

**Tiempo estimado**

Esta labor se realizará durante un año y dentro de los últimos ciclos de la carrera de contabilidad para los estudiantes.

### **Indicadores**

Esta estrategia se evalúa con los indicadores de índice de comerciantes informados y formalizados, porcentaje de comerciantes que cumplen adecuadamente sus obligaciones tributarias, índice de cobertura de orientación.

### **Estrategia N° 3: Simplicidad en temas tributarios**

Antes de tributar se debe tener en cuenta la formalización de un negocio, para ello es necesario conocer los trámites y requisitos para acogerse a los diferentes regímenes, en este caso se tomará como muestra el RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (Nuevo Rus) y el RÉGIMEN ESPECIAL (RER). Asimismo, se debe realizar un diagnóstico sobre las razones para no estar al día en el pago de la merced conductiva para poder ofrecer las facilidades del caso.

### **Objetivo**

Orientar a los comerciantes de una manera sencilla y clara sobre los trámites a realizar para formalizar su negocio y acceder a ocupar un puesto en el mercado, optimizando los recursos: tiempo y dinero.

### **Meta**

Informar al 80% de los comerciantes acerca de los trámites que tienen que realizar para formalizarse, acompañándolos en el proceso a seguir.

### **Actividades:**

1. Realizar una visita a los comerciantes (en cada establecimiento) para motivarlos a que se formalicen, como estrategia de desarrollo para su negocio, enseñándoles sobre las ventajas y beneficios que ofrece la Sunat y la municipalidad por ser formal y estar al día con sus pagos, esta visita puede estar conformada por personal de la municipalidad de Chiclayo, de la Sunat y estudiantes universitarios de la carrera de contabilidad.
2. Luego de la primera visita, se debe comunicar a los comerciantes, mediante dípticos o volantes, que se realizará una actividad de formalización, previa comunicación sobre los procedimientos que deben seguir para obtener un RUC y el tiempo y requisitos para obtenerlo de forma sencilla.

3. En una tercera visita, y después de haber brindado las charlas informativas, se convocará a una reunión a todos los comerciantes informales y deudores de la merced conductiva, para luego invitarlos a inscribirse en el RUC en las mismas instalaciones del mercado, y evitar así contratiempos y desánimo para formalizarse. Allí mismo se informará, mediante la entrega de copias, sobre la Ordenanza Municipal N° 017-2005-GPCH del 28 de Julio del 2005 que aprueba el cierre temporal o clausura de un puesto en el mercado por no cumplir con los pagos correspondientes ante la municipalidad.
4. Ofrecer las facilidades de fraccionamiento para que los comerciantes puedan acceder a un pago continuo de la merced conductiva hasta saldar la deuda por completo, ya que los comerciantes acarrean deudas de varios años atrás y se les es más difícil pagar elevados montos, lo que impide que se pongan al día a corto plazo.
5. Finalmente consultar a los comerciantes si existe alguna duda sobre temas tributarios y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ofreciéndoles la orientación concerniente para dar solución a sus dudas.

### **Recursos necesarios**

Recurso humano: Personal de la Sunat, de la Municipalidad de Chiclayo y estudiantes universitarios de la carrera de contabilidad.

Equipos: Proyector, micrófonos, laptops e impresora.

Materiales: Volantes, folletos, copias de resoluciones, hojas bond y lapiceros.

### **Tiempo estimado**

Esta labor se realizará entre los 6 primeros meses y un año de la implementación de estas estrategias.

### **Indicadores**

Para evaluar la eficacia de esta estrategia se utiliza los indicadores de nivel de comerciantes inscritos en el RUC, cobertura de formalización, índice de morosidad de la merced conductiva e índice de pagos mensuales en tributos y merced conductiva.

Para desarrollar esta estrategia y acogerse a los regímenes mencionados, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

#### NUEVO RUS

- Ir a SUNAT
- Tener RUC activo o sacar RUC
- DNI en físico
- Sunat autoriza para que sea PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
- Autorización para imprimir boletas físicas (Autorización VIA CLAVE SOL)
- Sacar Licencia de funcionamiento y otros permisos de acuerdo a la actividad económica que realiza.

#### RER

- Ir a SUNAT
- Tener RUC activo o sacar RUC
- DNI en físico
- Sunat autoriza para que sea PERSONA NATURAL CON NEGOCIO (Registro de tributo afecto: Renta de tercera categoría del impuesto a la renta)
- Legalizar libros contables: Libro de compras y ventas.
- Contratar los servicios de un profesional contable.
- Empezar a emitir, boletas, facturas, notas de crédito entre otros, de manera electrónica.

#### MERCED CONDUCTIVA

- Acercarse a la oficina que se encuentra al lado de la Oficina de Administración del Mercado Modelo.
- Informarse sobre las deudas contraídas.
- Conocer los montos que cobran diariamente
- Informarse sobre la finalidad de este pago.

#### **Cómo tributar:**

RUS:

CATEGORIA 1: Sus ventas y compras entre S/ 1.00 a 5000.00 soles

- Sumar ventas mensuales (Boletas o tickets) que no superen los cinco mil soles.
  - Sumar compras mensuales que no superen los cinco mil soles.
  - Archivar documentación (Compras y Ventas)
  - Llenar la guía de pago del nuevo rus.
- \*Tener en cuenta el margen de utilidad.

CATEGORIA 2: Sus ventas y compras entre S/ 5001.00 a 8000.00 soles

- Sumar ventas mensuales (Boletas o tickets) que no superen los ocho mil soles.
  - Sumar compras mensuales que no superen los ocho mil soles.
  - Archivar documentación (Compras y Ventas).
  - Llenar la guía de pago del nuevo rus.
- \*Tener en cuenta el margen de utilidad.

RER: Sus ventas no deben superar los S/ 525 000.00 soles al año.

- Contratar un contador o asistente contable externo.
- Emitir comprobantes electrónicos con clave sol o un sistema o software contable.
- Registrar las ventas y compras en los libros contables.
- Declarar sus compras y ventas en el DECLARA FÁCIL
- Llenar las guías de pagos varios

MERCED CONDUCTIVA

- Realizar el pago sobre este concepto que recauda la municipalidad: que oscila entre S/ 1.00 y S/1.50.

### **Formas de pago**

RUS:

- Categoría 1: Llenar su guía de pago, monto S/ 20.00 soles.  
Se puede pagar en bancos, agentes y vía internet.
- Categoría 2: Llenar su guía de pago, monto S/ 50.00 soles.  
Se puede pagar en bancos, agentes y vía internet.

RER:

- Llenar sus guías de pago varios de IGV y RENTA. Con códigos 1011 para IGV y 3111 para renta.

Se puede pagar en bancos, vía internet o con cuentas corriente (Deducciones)

MERCED CONDUCTIVA:

- Pagar en efectivo en el Mercado Modelo al lado de la Oficina de Administración.

#### **Estrategia N° 4: Incentivos tributarios**

Los incentivos tributarios ya están dados por la Sunat para cada régimen, según las necesidades de los contribuyentes y según su capacidad contributiva, sin embargo, hoy en día, pocos son los comerciantes que conocen sobre este tema, y se considera como una estrategia que puede lograr impulsar la tributación, ya que a veces se tiene una percepción de que se paga muchos impuestos, pero no se sabe qué se obtiene a cambio ni para qué sirven, ni mucho menos saben cuáles son sus beneficios como contribuyentes o cómo pueden ser incentivados a seguir siendo buenos contribuyentes. Por otro lado, respecto al pago de merced conductiva que los comerciantes tienen por obligación ante la municipalidad, se debe considerar el hecho de premiar a los comerciantes que estén al día con sus pagos como forma de incentivar a los demás a seguir el mismo camino.

#### **Objetivo**

Mantener informados a los comerciantes sobre los incentivos que ofrece la Sunat y la Municipalidad a los que son buenos contribuyentes.

#### **Meta**

Informar al 80% de los comerciantes acerca de los incentivos tributarios a los que pueden acceder si cumplen con sus obligaciones tributarias e incentivar a todos los comerciantes que hayan pagado puntualmente a la municipalidad, mediante descuentos y/o premios.

#### **Actividades:**

1. Realizar una encuesta para medir el nivel de conocimientos de los comerciantes sobre los incentivos que ofrece el Estado a los contribuyentes para impulsar el desarrollo y crecimiento del país.

2. Luego de haber identificado los puntos claves en donde se debe trabajar más para informar a los comerciantes sobre dichos beneficios, promover estos incentivos con la finalidad de motivarlos a cumplir con sus obligaciones y así ellos también puedan ser beneficiados tributariamente.
3. Asimismo, informar a los comerciantes sobre las facilidades de fraccionamientos que ofrece la municipalidad de Chiclayo para pagar la merced conductiva, así como la finalidad de este pago.
4. Por otro lado, realizar campañas de premiación y descuentos de entre el 10% y el 20% para todos aquellos contribuyentes que estén al día con sus pagos de merced conductiva en el mercado, estos premios que puede otorgar la municipalidad pueden ser previamente solicitados ante la Aduana.
5. Premiar al 10% de contribuyentes que estén realizando sus actividades dentro del ámbito legal, de forma tal que así puedan ser ejemplo para los demás contribuyentes y promuevan el cumplimiento voluntario de sus obligaciones; estos incentivos pueden realizarse según el criterio de la Sunat y por un tiempo determinado hasta implantar una cultura tributaria adecuada en dicho mercado.

**Recursos necesarios**

Recurso humano: Personal de la Sunat y de la Municipalidad de Chiclayo

Equipos: Micrófonos, laptops e impresora.

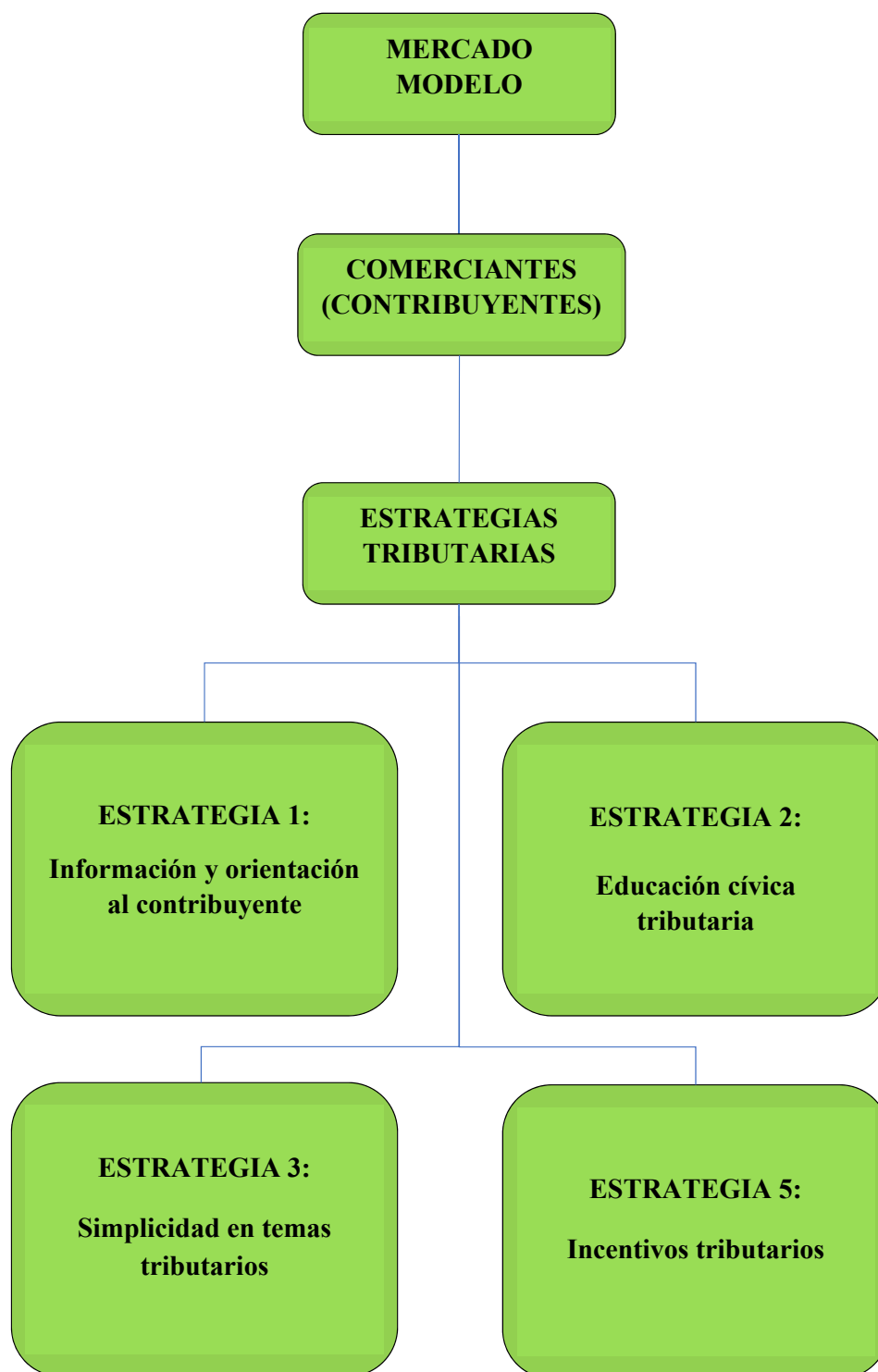
Materiales: Volantes, premios, hojas bond y lapiceros.

**Tiempo estimado**

Esta labor se realizará durante un año a partir de la implementación de estas estrategias.

**Indicadores**

Para evaluar esta estrategia se mide a través de los indicadores de nivel de comerciantes inscritos en el RUC, índice de morosidad de merced conductiva y cobertura de formalización.



**Figura 25.** Estrategias tributarias propuestas

**Fuente:** Elaboración propia



## CONCLUSIONES

Después de haber obtenido y expuesto los resultados correspondientes a los objetivos propuestos, se exponen las siguientes conclusiones:

1. Se pudo identificar y analizar la situación de la tributación de los comerciantes del Mercado Modelo, que actualmente tiene deficiencias, por lo que gran parte de los comerciantes desconocen sobre las estrategias que se utilizan para mejorar dicha tributación, es por ello que hasta la fecha el nivel de informalidad sigue creciendo y no se puede erradicar la evasión tributaria en este mercado, asimismo surgen deficiencias en la estrategia: información y orientación al contribuyente para promover una correcta cultura tributaria ya que los contribuyentes en su mayoría no conocen sobre las estrategias que emplea la Sunat para mejorar la recaudación (63.4% no conocen sobre el tema).
2. Después de analizar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes (317 encuestados), se pudo evidenciar que existen deficiencias ya que un 61.5% no cumplen con sus deberes, asimismo no se tiene conocimiento sobre las obligaciones tributarias que tienen para con el Estado. Además no solo no cumplen con sus obligaciones sustanciales, sino con las formales también, es por ello que se constató que un 71.9% paga sus tributos fuera del plazo estipulado y un 88.3% no tienen conocimiento sobre cultura tributaria.
3. Se diseñó una propuesta de estrategias tributarias en base a los resultados obtenidos en la presente investigación, con la finalidad de brindar una solución para impulsar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, y para ser de apoyo como método de estudio para futuros investigadores o micro y pequeños empresarios.

## RECOMENDACIONES

Después de haber expuesto los resultados obtenidos en la presente investigación, se proponen las siguientes recomendaciones dirigidas a la Sunat:

1. Se debe implantar un estudio sobre las estrategias tributarias utilizadas en los mercados, de acuerdo a la realidad del entorno social, para poder conocer los puntos débiles en donde se debe contrarrestar la evasión, las estrategias más interesantes para los comerciantes pueden ser: capacitaciones, talleres, charlas informativas, simplicidad en los trámites tributarios, mayores fiscalizaciones, etc.
2. Se debe buscar convenios con las universidades públicas y privadas para ser acreditadas como centros para ofrecer talleres, beneficiando académicamente al estudiante e incentivando a los comerciantes a cumplir con sus obligaciones, además de fortalecer los sistemas de educación tributaria, también se debe comunicar veraz y oportunamente sobre la rendición de cuentas por el dinero recaudado por concepto de tributos. Asimismo, más que sancionar a los comerciantes, se debe ayudar y orientar para que así sientan confianza en el sistema tributario.
3. Se recomienda implementar las estrategias tributarias propuestas en la presente investigación, con la finalidad de incentivar a los ciudadanos a que cumplan de manera voluntaria con sus obligaciones tributarias, para cooperar con el desarrollo de la ciudad de Chiclayo y del Perú, ya que con el dinero que se recauda se podrá beneficiar a más personas proporcionándoles un mejor estilo de vida.

## REFERENCIAS

- Aldana, S., & Paucar, E. (2014). *Análisis de estrategias tributarias aplicadas para la recaudación de tributos en la Intendencia Regional – Junín*. (Tesis de grado). Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3319/Aldana%20Gomez-Paucar%20Tovar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accounting power for business*, I(1), 73-90. Obtenido de [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_apfb/article/view/898/866](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898/866)
- Anhuamán, Y. (2014). *La aplicación de estrategias para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en la ciudad de Trujillo*. (Tesis de pregrado). Obtenido de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2877/anhuaman\\_yesabella.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2877/anhuaman_yesabella.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Apaza, M., & Bonifacio, R. (2017). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017*. (Tesis de pregrado). Obtenido de [http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1081/Mar%C3%ADDa\\_Tesis\\_Bachiller\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1081/Mar%C3%ADDa_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aquino, M. (s.f.). *La evasión fiscal: Origen y medidas de acción para combatirlas*. Obtenido de <http://www.iefer.org.ar/trabajos/evasionfiscal.htm>
- Balcázar, E. (2018). *Estrategia tributaria basada en la dinámica del proceso para la disminución de la evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes, Moshoqueque*. (Tesis de maestría). Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4629/Balcazar%20Paiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boetsch, C. (2016). *La norma general anti elusión: Análisis desde la perspectiva del Derecho Privado*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=b-1TDwAAQBAJ&pg=PA15&dq=elusi%C3%B3n+tributaria&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjdoof23NjgAhWBk1kKHaa4A\\_oQ6AEITTAH#v=onepage&q=elusi%C3%B3n%20tributaria&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=b-1TDwAAQBAJ&pg=PA15&dq=elusi%C3%B3n+tributaria&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjdoof23NjgAhWBk1kKHaa4A_oQ6AEITTAH#v=onepage&q=elusi%C3%B3n%20tributaria&f=false)

- Campos, G., & Lule, N. (Enero-Junio de 2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 45-60. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Carrillo, J. (2017). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del Mercado "Modelo" Chiclayo – 2017*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4407/Carrillo%20Pariacuri.pdf?sequence=1>
- Centro de Gestión Tributaria. (14 de Junio de 2018). *CGT Chiclayo viene realizando operativos permanentes en mercados que administra MPCH*. Obtenido de <http://www.cgtch.gob.pe/portada/noticias/detalle.php?codNoticia=1838>
- Código Tributario D.S. N° 133-2013-EF. (2016). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/>
- Constitución Política del Perú. (1993). Obtenido de <http://www.constitucionpoliticadelperu.com/>
- Corral, A. (02 de Marzo de 2015). ¿Qué es el Análisis Documental? [Mensaje en un blog]. Obtenido de <https://archivisticafacil.wordpress.com/2015/03/02/que-es-el-analisis-documental/>
- Cruzado, Y., & Remaycuna, R. (2015). *Factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el Mercado Moshoque de la Región Lambayeque Agosto del 2014*. (Tesis de pregrado). Obtenido de [http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/47/1/Cruzado\\_Yesmery\\_y\\_Remaycuna\\_Rosa.pdf](http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/47/1/Cruzado_Yesmery_y_Remaycuna_Rosa.pdf)
- Cyberclick. (s.f.). *La Publicidad ¿Qué es la publicidad? Descubre para qué sirve y cómo puede ayudar a tu empresa*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/publicidad>
- Decimavilla, C. (2017). Análisis del Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Empresa Delicias S.A. en el periodo fiscal 2016. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24268/1/TESIS%20Decimavilla%20Rios%20Analisis%20del%20Cumplimiento%20de%20las%20Obligaciones%20Tributarias%20de%20la%20Empresa%20Declias%20SA%20en%20el%20periodo%202~1.pdf>

- Díaz, G. (2015). *Comercio Informal en México, posibilidad de encausamiento hacia la aportación tributaria*. (Tesis de doctorado). Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2016/gdt/#indice>
- EcuRed. (s.f.). *Tecnologías de punta*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Tecnolog%C3%ADas\\_de\\_punta](https://www.ecured.cu/Tecnolog%C3%ADas_de_punta)
- Elera, L. (2018). Cultura y nivel del Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias en las empresas Hoteleras Tres Estrellas de la Ciudad de Jaén, periodo 2016. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21347/elera\\_el.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21347/elera_el.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- En 2016, IVA fue la mayor fuente de ingresos tributarios en la región. (27 de Marzo de 2018). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/estadisticas-tributarias-en-america-latina-y-el-caribe-2018-por-la-ocde-198886>
- Galán, M. (27 de Abril de 2009). El cuestionario en la investigación. [Mensaje en un blog]. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>
- García, J. (2016). *Estrategia tributaria para mejorar el proceso de recaudación del Impuesto sobre Actividades Económicas en el comercio informal no ambulante del Municipio Libertador del Estado Aragua*. (Tesis de grado). Obtenido de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/5742/jgarcia.pdf?sequence=1>
- Gerencie. (19 de Octubre de 2017). *Diferencia entre obligación sustancial y formal*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-obligacion-sustancial-y-formal.html>
- Giarrizzo, V., & Brudersohn, S. (2013). Premiar al buen contribuyente: Un recorrido por los «incentivos positivos» aplicados en Argentina para mejorar el cumplimiento fiscal. *Documentos y aportes en administración pública y gestión estatal*(20), 7-48. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/daapge/n20/n20a01.pdf>
- Gómez, H. (19 de Junio de 2017). *Economía informal: ¿causa o efecto de la pobreza?* Obtenido de <http://www.unitedexplanations.org/2017/06/19/economia-informal-causa-efecto-la-pobreza/>

- Hernández, D. (2015). *Estrategias para incrementar la recaudación de impuestos municipales sobre actividades económicas en la Alcaldía del Municipio San Diego*. (Tesis de grado). Obtenido de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3352/dhernandez.pdf?sequence=5>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Informalidad en el Perú: ¿Cómo combatirla, según la OCDE? (04 de Diciembre de 2017). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/informalidad-peru-combatirla-ocde-noticia-479034>
- Mamani, M. (2017). *Estrategias que incrementan el nivel de cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilaye, periodos 2015 – 2016*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8508>
- Ministerio de Economía y Finanzas - MEF. (2015). *Manuales para la mejora de la recaudación del impuesto predial*. Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_publ/migl/metas/2\\_Atencion\\_al\\_contribuyente.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/migl/metas/2_Atencion_al_contribuyente.pdf)
- Montano, J., & Vásquez, F. (17 de Mayo de 2016). Causas de la evasión tributaria y su efecto en la economía del Perú 2014 - Rubro Servicios. In *Crescendo. Institucional*, 7(1), 39-49. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5607244>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (30 de Abril de 2018). *La economía informal emplea más de 60 por ciento de la población activa en el mundo, según la OIT*. Obtenido de [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_627202/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_627202/lang--es/index.htm)
- Orjuela, G. (05 de Noviembre de 2017). Elementos de la obligación tributaria. [Mensaje en un blog]. Obtenido de <https://www.gerencie.com/elementos-de-la-obligacion-tributaria.html>

- Padua, R., Tacuche, P., & Quispe, N. (2017). *La fiscalización tributaria como estrategia de control para el cumplimiento de obligaciones tributarias en las Empresas Hoteleras de la Provincia de Huánuco*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/2790/TCO%2001002%20P14.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palacios, A. (2017). *Obligaciones y derechos tributarios que tienen los contribuyentes personas naturales obligadas a llevar contabilidad pertenecientes a los segmentos de Micro Empresas y Pequeñas Empresas en el Ecuador*. (Tesis de maestría). Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/123456789/13015/TESIS%20ANA%20LUCIA%20PALACIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, L. (2017). *El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias*. (Tesis de maestría). Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4620/1/TESIS-LUZ%20CARMITA%20PEREZ%20BUENA%C3%91O.pdf>
- R&C Consulting. (11 de Mayo de 2015). *Conoce los conceptos básicos sobre el Sistema Tributario peruano*. Obtenido de <https://rc-consulting.org/blog/2015/05/sistema-tributario-peruano-conceptos/>
- Ramírez, L. (9 de Agosto de 2009). La obligación tributaria. [Mensaje en un blog]. Obtenido de <http://liliaeramirez.blogspot.com/2009/08/la-obligacion-tributaria.html>
- Riquelme, M. (01 de Septiembre de 2016). *Encuesta: ¿Que Es Y Como Hacerla?* Obtenido de <https://www.webyempresas.com/encuesta-que-es-y-como-hacerla/>
- Roca, C. (2008). Estrategias para la formación de la cultura tributaria. Obtenido de [https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42\\_2008\\_tema1\\_Guatemala.pdf](https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42_2008_tema1_Guatemala.pdf)
- RPP. (03 de Diciembre de 2015). *Nueve pasos para formalizar tu negocio*. Obtenido de <https://rpp.pe/lima/actualidad/nueve-pasos-para-formalizar-tu-negocio-noticia-918952>
- Salazar, D. (2017) *Cultura Tributaria para el cumplimiento de las Obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Cercado de Lima, 2017*. Recuperado de:

- <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1455/TITULO%20-%20%20Salazar%20D%C3%ADaz%2C%20Diany.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Silva, A. (2018). Estrategias Tributarias para mejorar la recaudación de arbitrios en la Municipalidad de Lambayeque 2016. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4523/Silva%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Silvestri, C., & Silvestri, K. (2011). Estrategias de aprendizaje de la cultura tributaria en el marco de los estudios a distancia. *Núcleo LUZ COL*. Obtenido de [http://sed.luz.edu.ve/jornadas/wp-content/uploads/ESTRATEGIASDE-APRENDIZAJE-DE-LA-CULTURA-TRIBUTARIA\\_C\\_SILVESTRI\\_K\\_SILVESTRI.pdf](http://sed.luz.edu.ve/jornadas/wp-content/uploads/ESTRATEGIASDE-APRENDIZAJE-DE-LA-CULTURA-TRIBUTARIA_C_SILVESTRI_K_SILVESTRI.pdf)
- Sunat: ¿Cuánto suma la evasión tributaria en el Perú? (21 de Setiembre de 2017). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sunat-suma-evasion-tributaria-peru-144009>
- Superintendencia de Administración Tributaria - SAT. (s.f.). *Cultura tributaria*. Obtenido de <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. (2017). *Regímenes Tributarios*. Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (2016). *Sistema Tributario Nacional*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (s.f.). *Nacimiento de la Obligación Tributaria - IGV*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas/3105-03-nacimiento-de-la-obligacion-tributaria#>
- Vargas, S. (2016). *Nivel de evasión tributaria del nuevo RUS y su efecto en la recaudación de impuestos en la Intendencia Regional de Lambayeque*. (Tesis de pregrado). Obtenido



de

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/668/1/TL\\_Vargas\\_Villafuerte\\_SaritadelRosario.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/668/1/TL_Vargas_Villafuerte_SaritadelRosario.pdf)

Vásquez, M., & Jimenez, L. (2015). *Análisis del comportamiento tributario de los comerciantes en el sector del Mercado Público de la Ciudad de Ocaña Norte de Santander*. (Tesis de grado). Obtenido de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/624/1/26922.pdf>

Yáñez, J. (1 de Abril de 2010). Reforma Tributaria y Simplicidad. *Diario Estrategia*. Obtenido de <http://econ.uchile.cl/es/opinion/reforma-tributaria-y-simplicidad-diario-estrategia>

## ANEXOS

### ANEXO N°: 01

#### GUÍA DE OBSERVACIÓN

**Objetivo:** Obtener información de la cantidad de comerciantes que laboran dentro del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019.

**Fecha:** 17 de Mayo del 2019

**Dirigido a:** Área administrativa del Mercado Modelo, Chiclayo

N°	ITEMS	DESCRIPCION
1	Información de la población.	Nos dirigimos al área administrativa del Mercado Modelo para poder obtener el padrón de los comerciantes y determinar cuál era la cantidad exacta de cada puesto existente, del cual no tuvimos una respuesta satisfactoria ya que para ellos es información estrictamente reservada por los diferentes problemas que se vienen suscitando, según información de la persona encargada.
2	Información para la obtención de la muestra.	A pesar de que no nos proporcionaron el padrón en físico, nos comentaron que son un promedio de 3000 comerciantes que laboran dentro del Mercado Modelo entre formales e informales, tanto en plataforma como en los exteriores. De los cuales 1815 figuran dentro del padrón de inscritos.
3	Distribución de los comerciantes, inscritos y no inscritos.	Existen cuatro plataformas: plataforma de Juan Cuglievan, Plataforma de Manuel Pardo, Plataforma Balta, Plataforma Arica, con exteriores, de los cuales los inscritos en el padrón se encuentran ubicados dentro de su respectivo puesto o stand. El resto de no inscritos se encuentran ubicados por los pasillos, pasajes, suelos, veredas, playa de estacionamiento de Arica, y hasta parte de las pistas que corresponden a cada plataforma o como ambulantes, circulando por todo el Mercado Modelo, Chiclayo.

**ANEXO N°: 02**  
**CUESTIONARIO DE ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS**

**ENCUESTA DE ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS**  
 Dirigida a los comerciantes del Mercado Modelo de Chiclayo



**Instrucciones:** Lea con atención cada una de las preguntas formuladas y marque con "X" la opción que Ud. Considera.

Ítems		SI	NO
<b>Estrategias de información y orientación al contribuyente</b>			
1	¿Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios?		
2	¿Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación?		
3	¿Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios?		
<b>Estrategias de educación cívica tributaria</b>			
4	¿Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano?		
5	¿Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV?		
6	¿A qué régimen tributario pertenece usted?		
	a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)		
	b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)		
	c) Régimen MYPE Tributario (RMT)		
	d) Régimen General (RG)		
	e) Ninguna de las anteriores		
7	¿Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación?		
<b>Estrategias de publicidad</b>			
8	¿Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación?		
<b>Estrategias de simplicidad</b>			
9	¿Usted considera que formalizar un negocio es sencillo?		
10	¿Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio?		
<b>Estrategias de incentivos tributarios</b>			
11	¿Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador?		
12	¿Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias?		
<b>Estrategias de uso de tecnología de punta</b>			
13	¿Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet?		

Andrés Cusipí Terrano Malca  
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO  
 Mat. 04-1513

**ANEXO N°: 03**  
**CUESTIONARIO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

**ENCUESTA DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**  
**Dirigida a los comerciantes del Mercado Modelo de Chiclayo**



**Instrucciones:** Lea con atención cada una de las preguntas formuladas y marque con "X" la opción que Ud. Considera.

Ítems	SI	NO
<b>Obligaciones sustanciales</b>		
1 ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos en el Perú?		
<b>Obligaciones formales</b>		
2 ¿Usted se encuentra inscrito en el RUC?		
3 ¿Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza?		
<b>Cumplimiento de las obligaciones tributarias</b>		
4 ¿Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat?		
5 ¿Ud. paga sus tributos de manera voluntaria?		
6 ¿Usted cumple a cabalidad con todas sus obligaciones tributarias?		
<b>Fiscalizaciones</b>		
7 ¿Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat?		

**Andrés Escobedo Domiano Malca**  
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO  
 Mat. 04-1813



## ANEXO N°: 04

## EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

