



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TESIS

**ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA
INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO 28 DE JULIO, JAÉN- 2018**

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

Autora:

Bach. Balbuena Campos Kattia Stephany Nataly

<https://orcid.org/0000-0003-0268-4349>

Asesor:

Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique

<https://orcid.org/0000-0002-5002-572X>

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel - Perú

2019

Aprobación del jurado

**Estrategias Tributarias para reducir la informalidad de los comerciantes del
Mercado 28 de Julio, Jaén – 2018.**

Grado académico. Apellidos y nombres

Presidente del Jurado

Grado académico. Apellidos y nombres

Secretaria de Jurado

Grado académico. Apellidos y nombres

Vocal/Asesor del Jurado

Dedicatoria

A Dios por darme la vida, salud y fuerzas para mantenerme en pie en cada reto que se me presenta.

A mi hijo por ser mi motor y motivo ante todo lo que hago y por quien conocí mis más grandes deseos de superación.

A mis padres, a mi asesor y compañeros que influyeron con sus consejos y enseñanzas para el logro del presente trabajo.

Kattia Stephany Nataly

Agradecimiento

Agradezco ante todo a Dios todopoderoso por guiarme siempre en el camino del bien y permitirme hoy dar este importante paso en mi formación profesional.

Agradezco además a mis padres y a mi hijo por su paciencia y los sacrificios que hizo por mí en el transcurso de mi carrera.

Agradecer a mi asesor metodológico por compartir sus conocimientos y guiarme de manera correcta a la culminación del presente trabajo.

Kattia Stephany Nataly

Resumen

La presente investigación titulada “Estrategias tributarias para reducir la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, 2018”, es el esfuerzo de toda una investigación respecto a cada variable motivo del estudio.

El objetivo de la investigación fue: Determinar las estrategias tributarias que permitan la reducción de la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018, la misma que se fundamentó con teorías investigadas anteriormente.

El tipo de estudio utilizado es descriptivo, con diseño de investigación no experimental, transversal descriptivo, la población estuvo compuesta por 70 comerciantes del Mercado 28 de Julio y la muestra de la investigación fueron 40 comerciantes los mismos que fueron encuestados en un solo momento.

En los resultados se ha determinado que un alto porcentaje que bordea el 66% de los encuestados indica desconocimiento de los beneficios tributarios y un 71% desconoce los trámites para formalizarse, lo cual se debe a la falta de comunicación e información a cargo de la Administración Tributaria. Finalmente se llega a concluir que a pesar de la falta de conocimiento y la desconfianza del manejo de los recursos, existe la disposición en ellos de querer formalizarse, por lo cual se proponen en el presente estudio seis estrategias tributarias para reducir la informalidad en los comerciantes del Mercado 28 de Julio en la ciudad de Jaén.

Palabras Claves

Estrategias Tributarias, informalidad, comerciantes, formalización.

Abstract

The present investigation titled "Tax strategies to reduce the informality of the merchants of the market July 28, 2018", is the effort of a whole investigation with respect to each variable motive of the study.

The objective of the investigation was: To determine the tax strategies that allow the reduction of the informality of the Merchants of the market 28 de Julio de Jaen, 2018, the same one that was based on theories investigated previously.

The type of study used is descriptive, with a non-experimental, descriptive, cross-sectional research design, the population was composed of 70 merchants from the July 28 market and the research sample was 40 merchants who were surveyed at a single moment.

In the results it has been determined that a high percentage that borders 66% of the respondents indicates ignorance of the tax benefits and 71% ignores the formalities to be formalized, which is due to the lack of communication and information in charge of the Administration Tax. Finally, it is concluded that despite the lack of knowledge and distrust of resource management, there is a willingness to formalize them, which is why six Tax Strategies are proposed in this study to reduce informality in merchants from Mercado 28 de Julio in the city of Jaen.

Keywords

Tax Strategies, informality, merchants, formalization.

Índice

Aprobación del jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract.....	vi
Keywords.....	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de ilustraciones	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad Problemática.....	15
1.2. Trabajos Previos.....	24
1.3. Teorías relacionadas al tema	33
1.3.1. Estrategias tributarias.	33
1.3.2. Informalidad	38
1.4. Formulación del Problema	44
1.5. Justificación e importancia del estudio	44
1.6. Hipótesis.....	45
1.7. Objetivos	45
1.7.1. Objetivo General.....	45
1.7.2. Objetivos Específicos	45
II. MATERIAL Y MÉTODO	47
2.1. Tipo y diseño de la investigación.....	47
2.2. Población y muestra	48
2.3. Variables, Operacionalización	49
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	53
2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	53
2.6. Aspectos éticos.....	54
2.7. Criterios de rigor científico	55
III. RESULTADOS.....	57
3.1. Tablas y figuras.....	57
3.2. Discusión de Resultados	83

3.3. Aporte científico: Propuesta de estrategias.....	87
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
4.1 CONCLUSIONES	98
4.2 RECOMENDACIONES.....	99
REFERENCIAS	100
ANEXOS	105

Índice de tablas

TABLA 1 : Conoce los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicables en la provincia de Jaén	61
TABLA 2 : Existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente.	62
TABLA 3 : Es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país.....	63
TABLA 4 : El sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes.....	64
TABLA 5 : Los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente.....	65
TABLA 6 : El estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente	66
TABLA 7 : Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria	67
TABLA 8 : Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones.....	68
TABLA 9 : Como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT.....	69
TABLA 10 : No pagar sus impuestos a tiempo generan riesgos en su negocio.....	70
TABLA 11 : Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio	71
TABLA 12 : Los tramites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados.....	72
TABLA 13 : Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo	73
TABLA 14 : El estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente	74
TABLA 15 : La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio.....	75
TABLA 16 : Es beneficioso mantenerse en la informalidad.....	76
TABLA 17 : Tiene derecho al uso del espacio público.....	77
TABLA 18 : Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público	78
TABLA 19 : Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez	79
TABLA 20 : Mantenerse en la informalidad es adecuado	80

TABLA 21 : Sus aportes que realiza por el pago de impuestos cree que va a mejorar la infraestructura pública	81
TABLA 22 : Los aportes que realiza por el pago de impuestos cree que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno	82
TABLA 23 : Existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes	83
TABLA 24 : Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central	84
TABLA 25 : Resumen por dimensiones y variable.....	85

Índice de Ilustraciones

FIGURA 1 : Conoce los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicables en la provincia de Jaén	61
FIGURA 2 : Existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente.....	62
FIGURA 3 : Es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país	63
FIGURA 4 : El sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes.....	64
FIGURA 5 : Los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente.....	65
FIGURA 6 : El estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente	66
FIGURA 7 : Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria.....	67
FIGURA 8 : Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones	68
FIGURA 9 : Como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT	69
FIGURA 10 : No pagar sus impuestos a tiempo genera riesgos en su negocio	70
FIGURA 11 : Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio	71
FIGURA 12 : Los trámites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados.....	72
FIGURA 13 : Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo	73
FIGURA 14 : El estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente	74
FIGURA 15 : La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio.....	75
FIGURA 16 : Es beneficioso mantenerse en la informalidad	76
FIGURA 17 : Tiene derecho al uso del espacio público	77
FIGURA 18 : Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público	78
FIGURA 19 : Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez	79
FIGURA 20 : Mantenerse en la informalidad es adecuado.....	80

FIGURA 21 : Sus aportes que realiza por el pago de impuestos creen que va a mejorar la infraestructura pública	81
FIGURA 22 : Los aportes que realiza por el pago de impuestos creen que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno	82
FIGURA 23 : Existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes	83
FIGURA 24 : Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central	84

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

La recaudación tributaria en todo país es de suma importancia ya que del buen manejo que se le dé a la política tributaria depende la generación de ingresos para que el gobierno pueda trabajar con normalidad en el desarrollo de las ciudades y su población.

Por otro lado, la informalidad en el comercio genera en las ciudades atraso e inseguridad, así como al gobierno le genera desestabilidad al no haber mayor producción de donde se puedan recaudar los ingresos por aportes tributarios que provienen del desarrollo de las diferentes actividades comerciales o transformadoras que llevan a cabo los inversionistas.

De acuerdo a lo mencionado en los párrafos anteriores la presente investigación se torna importante en su desarrollo teórico y práctico, pues tiene el fundamento científico y humanista de conocer la situación actual de la informalidad en los comerciantes del Mercado 28 de Julio y proponer qué estrategias tributarias van a mejorar la situación que actualmente reina en el comercio del Mercado 28 de Julio.

El presente capítulo se ha basado en fundamentar la investigación, enfocando la problemática en sus niveles internacional, nacional y local; para posteriormente plantear la pregunta de investigación, así como los objetivos y la hipótesis que llevan a desarrollar los demás capítulos de la investigación de manera sustentada, para lo cual se detalla a continuación todo lo manifestado anteriormente.

1.1. Realidad Problemática.

1.1.1. Internacional

Vallejo (2010). Colombia. Hablar de impuestos, sanciones o registros ante la Dirección de Impuestos es tedioso para las empresas u organizaciones, por ello es necesario plantear *estrategias tributarias* a mediano y largo plazo; así como todos los temas tributarios que tienen que ver con el negocio a fin de no asumir pérdidas o sanciones innecesarias. Los impuestos en Colombia le dan una connotación de incertidumbre al contribuyente, como la falta de claridad en la norma sobre impuestos, la excesiva reglamentación y las deficiencias en la política fiscal. Por lo que se hace obligatorio propender por una planeación tributaria adecuada que permita un ambiente tranquilo, confiable y útil en materia de administración y cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Comentario:

Según lo mencionado por el autor, se infiere que es necesario informarle a la población sobre la importancia que tiene la recaudación de los tributos para el gasto público. Así mismo, los comerciantes del Mercado 28 de Julio deberían tener una mayor sostenibilidad en los recursos recaudados, de igual manera la planificación de los comerciantes en estrategias tributarias les permitiría a ellos evitar gastos mayores y administrar mejor sus recursos cumpliendo con sus obligaciones a tiempo.

Andrade (2012). México. Para muchos ciudadanos el *tributar* está relacionado desde su punto de vista, que puede ser positivo o negativo sobre el uso que se le da a los recursos obtenidos por funcionarios que de igual forma carecen de ética profesional, la cual es necesaria implementar en su formación académica. Además, la falta de conocimiento sobre la Constitución Política y las leyes establecidas conlleva a que los ciudadanos no comprendan la importancia que tiene el acto de no aportar con el gasto público de la nación mediante el pago de sus impuestos. A través de *estrategias* se logrará reducir los niveles de informalidad que se viene presenciando en los ciudadanos.

Comentario:

En este caso, la administración tributaria debe plantear estrategias que establezcan una política tributaria actualizada y entendible para el ciudadano; de esta manera se logre dar a conocer las acciones, las inversiones y el uso de lo recaudado por parte de la administración tributaria. De esta forma, el contribuyente acudirá con mayor seguridad a realizar cualquier trámite o pago tributario respecto a su negocio.

Servicio de Impuestos Internos (2016). Chile. Los cambios para recaudar los tributos se han realizado de manera perenne debido a que los procesos resultaban ser deficientes, de esta manera era posible lograr una mayor recaudación que permita satisfacer el gasto público y así tener una sostenibilidad de los recursos recaudados. Es decir, se están forjando *estrategias* que permitan tener una solvencia de manera permanente, orientando y educando sobre la importancia de los tributos para el Estado.

Comentario:

El autor señala que la administración tributaria tiene que ser eficiente y se debe crear estrategias tributarias a fin de que los contribuyentes tengan más confianza, evitando de esta manera la informalidad. Así mismo, se debe inculcar en ellos una conciencia tributaria que contribuya al cumplimiento voluntario de sus obligaciones en lugar de seguir caminos en los cuales existe resistencia que provoca informalidad y evasión de sus tributos.

Bowles (2014). Bolivia. La mayor parte de la ciudadanía boliviana incumple de alguna manera y en diverso grado con sus obligaciones tributarias. Desde esta perspectiva, resulta una cruel paradoja que unos pocos paguen para que muchos que no pagan sean beneficiados, lo interesante del asunto es que pagan impuestos los que se apegan a la legalidad y a la actividad económica formal, mientras que la inmensa mayoría se mantiene desarrollando actividades informales e ilegales. Ocurre que a los pocos que pagan impuestos se les aplica un seguimiento encarnizado y se les sanciona de manera dura cuando incumplen. Sin embargo, los que no pagan impuestos son los que se esconden tras la fachada de la *informalidad*, a sabiendas que con ese proceder están en óptimas condiciones para evadir el pago de los tributos que les corresponden.

Comentario:

En lo mencionado por el citado autor, es necesario crear estrategias tributarias con la finalidad que todos paguen sus impuestos y con ello se logre una mayor recaudación que permita el desarrollo de obras y servicios públicos, así mismo se evite la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio- Jaén, que genera gran evasión y que conlleva a que los que sí pagan sus tributos se vean afectados.

Rivera & Silvera (2012). Ecuador. Ser *informal* en teoría significa estar fuera de lo instituido o de lo legal. El problema radica que en Ecuador y otros países en vías de desarrollo lo establecido en el marco legal no ha funcionado de manera eficiente, razón por la cual a la informalidad se la considera como algo casi natural. Uno de los motivos de la existencia de un sector informal son los elevados costos de la formalidad, tanto para el acceso como para la permanencia (p. 2).

Comentario:

Según lo mencionado por el autor, señala que la informalidad sigue siendo un problema latente, ante lo cual administración tributaria no ha podido combatirlo, por lo que se debe plantear estrategias tributarias orientadas a los comerciantes y proporcionar de manera adecuada la orientación necesaria para el cumplimiento del pago de sus impuestos. Además, se debe reducir los costos de aportación de impuestos para que éstos sean más accesibles al comerciante y pueda formalizarse y cumplir con su obligación tributaria.

Rodríguez (2012), México. El número de ambulantes es tan preocupante para los orquestadores de la economía nacional que la Secretaría de Hacienda ha planteado el cobro de un gravamen que hace llamar Impuesto Contra la Informalidad (ICI), que si bien no frenará el comercio ambulante, por lo menos intentará ampliar la base de contribuyentes inscrita en el Registro Federal con el fin de obtener información de lo que está detrás del fenómeno y de las actividades ilícitas que encubre. Los líderes de los vendedores ambulantes reproducen fuera del gobierno y las instituciones las prácticas que por años caracterizaron al sistema político mexicano (p. 25).

Comentario:

Lo mencionado por el citado autor señala que la extensión excesiva de ambulantes provoca que haya un desbalance en la economía y se evidencie corrupción en los diferentes niveles de gobierno, ya que la informalidad siempre se ocasiona fuera del ámbito legal, lo que no permite el crecimiento apropiado de las ciudades y del país; pues la informalidad trae consigo el desorden y la inseguridad en la población, por lo que es importante que se formalicen todos los negocios, especialmente de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén.

Lopez (2012). Colombia. El nivel de exasperación que a diario viven los habitantes de distintas ciudades debido a la convivencia obligada con las ventas ambulantes y estacionarias que generan caos y desorden está causando estragos en su salud mental y física. Esto se debe a que el espacio público inajenable e imprescriptible que tiene un carácter constitucional de derecho colectivo, ha pasado a ser usufructuado por un puñado de invasores sin dios ni ley en perjuicio de todo un conglomerado ciudadano. Como quiera que a los gobiernos locales les ha faltado autoridad y decisión política para procurarles a los asociados espacios de calidad, la Corte Constitucional se ha pronunciado no para requerir a los trabajadores de la *informalidad* que devuelvan los escenarios invadidos, sino para instar a las autoridades a concertar fórmulas que permitan la convivencia con esta triste realidad.

Comentario:

Lo mencionado por el autor nos dice que la administración tributaria así como los otros organismos comerciales del país tendrán que buscar estrategias con la finalidad de reducir los índices de informalidad y ofrecer oportunidades de desarrollo para los comerciantes ambulantes que están operando en el mercado, en la vía pública o que vayan a iniciar algún negocio, de tal manera que mejore el control de la recaudación tributaria en el país.

1.1.2. Nacional

Tarazona (2014). Trujillo. Cuatro de cinco contribuyentes deben a la SUNAT, aquí tenemos también el contrabando, subvaluación, la piratería informática, los paraísos fiscales, etc. El Estado se ha visto imponente para combatir con más agresividad a los defraudadores; por otro lado, la aparición de nuevas modalidades

para evadir los tributos ha generado perjuicio en la economía del país. Por ello, la generación de conciencia tributaria es un objetivo imprescindible en toda *estrategia* orientada a promover de manera sostenida el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de las empresas privadas, los cuales consideran que pagar tributos responde a una obligación impuesta por el Estado y que no los beneficiará.

Comentario:

Los contribuyentes tratan de cumplir con su obligación de declarar y pagar sus impuestos sin tener en consideración el total de sus operaciones e incluso muchos de ellos no cumplen con sus obligaciones por falta de conocimiento o por mantenerse en la informalidad. Esto se debe no solo porque el contribuyente quiera evadir su responsabilidad de declarar sus impuestos, sino por la falta de políticas de concientización por parte del gobierno, falta de fijación de estrategias tributarias que permitan lograr una mayor recaudación tributaria que sería un gran beneficio para todo los habitantes del país.

Centro Integral de Educación Continua (CIEC) (2016). Lima. Es necesario tener conocimiento acerca de los procesos respecto al aspecto tributario, de esta manera cuando se pongan en práctica se obtendrán mejores resultados, todo debe partir de una planificación adecuada donde se establezca *estrategias tributarias* que favorezcan a la empresa.

Comentario:

Según la revista CIEC, señala que es recomendable plantear estrategias tributarias a fin que se dé mayor orientación e importancia a las operaciones que realizan los comerciantes del Mercado 28 de Julio- Jaén, mediante la aplicación de operativos móviles de orientación que sean llevados a cabo en su mismo negocio, y así facilitar al comerciante para cumplir con su obligación de tributar.

Alva (2013). Lima. Desde hace tiempo atrás un número creciente de contribuyentes procuran estudiar la normatividad tributaria, con la finalidad de encontrar algunos elementos que permitan de algún modo aliviar la carga tributaria,

reducirla y en algunos pocos casos a eliminarla. Sin embargo, en la medida que el *planeamiento tributario* sea realizado en un estricto cumplimiento del marco legal y no signifique algún tipo de violación normativa o la presencia de algún ilícito, será perfectamente aceptable. La dificultad se presentaría cuando este planeamiento tenga algunas figuras elusivas o cuando se determinen maniobras que se basan exclusivamente en la simulación absoluta de las operaciones, toda vez que ello podría significar una revisión pormenorizada por parte del fisco a efectos de determinar la verdadera fiscalidad aplicable con la posibilidad de verificar la comisión de infracciones.

Comentario:

Las estrategias tributarias deben formar parte de la planificación y las políticas del gobierno para incrementar la recaudación de impuestos en el país. Particularmente en Jaén le corresponde a la Intendencia de SUNAT realizar un trabajo de concientización y aplicación de estrategias tributarias con los comerciantes del Mercado 28 de julio, con el fin de orientarlos en el proceso de formalización, pues desconocen las diferentes alternativas que pueden tener para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Mestanza & Obando (2014). Chiclayo. En la actualidad, la realidad de nuestro País muestra la persistencia de problemas comunes como son los altos niveles de informalidad, pobreza y la existencia de déficit público elevados. El fenómeno de la informalidad se manifiesta en todas las economías en distintas formas y niveles, surge como respuesta de los agentes económicos a contextos y sistemas económicos vulnerables que por lo general están ligados a países de ingresos medios y bajos, tal como el Perú. La *informalidad* es un fenómeno que se retroalimenta a través del tiempo y se encuentra intrínsecamente relacionado a la pobreza, reacciona (dependiendo de cómo se mida) de manera negativa y asimétrica a distintos niveles de crecimiento económico.

Comentario:

Según los autores, los comerciantes del Mercado 28 de Julio deben estar capacitados respecto a la obligación tributaria que tienen que cumplir, asimismo, la

administración tributaria debe seguir luchando contra la informalidad y buscar la forma de alcanzar un mayor margen de productividad para que los comerciantes se inclinen hacia la formalización de sus negocios.

Cuba (2016). Lima. La reducción de la *informalidad* ha sido escogida como una de las principales metas del gobierno. Pero la formalidad tiene varias dimensiones, dependiendo de qué transacciones se hacen de espaldas a las normas legales vigentes se habla de diversos tipos de informalidad. Existe informalidad empresarial, tributaria y laboral, a veces los tres tipos coinciden, otras no. Es decir, existen empresas que no operan bajo la normatividad de su sector, otras que sí lo hacen, pero evaden impuestos y tienen trabajadores dependientes al margen de las leyes laborales. Por lo que cada tipo de informalidad tiene sus propias causas. En general, si las empresas y las personas fuesen más productivas, las leyes menos rígidas y su cumplimiento menos flexible, habría menos informalidad empresarial y laboral.

Comentario:

Según el autor, la informalidad a pesar de ser un tema tratado por el gobierno y por la administración tributaria aún no ha podido ser resuelto, por lo que se deben crear propuestas relacionadas a la lucha contra el sector informal, y a la vez; se deben brindar facilidades a los comerciantes del Mercado 28 de Julio- Jaén, para que éstos formalicen sus negocios y aporten con el desarrollo económico del país.

Cotrina (2016). Lima. A lo largo de los últimos años hemos sido testigos que ya no se puede inferir que la *informalidad* se degenera en evasión tributaria, no solamente es un tema cultural que está ligado con el sentido de relación que tiene el ciudadano con el Estado, sino que también existen otros factores que propician esta informalidad o brecha de inscripción dentro del sistema tributario. Por ejemplo, en el Perú, uno de los principales factores lo tenemos relacionado a una cantidad significativa de requisitos formales necesarios para la inscripción al RUC (p. 3).

Comentario:

Según el mencionado autor, se deben crear estrategias relacionadas a la lucha contra el sector informal; es decir, aquel que bajo ningún sistema facilitador cambiaría su status quo, solo entonces se debería incluir un régimen sancionador especial para estos comerciantes dentro del Código Tributario con la finalidad de evitar más actos de evasión tributaria.

Camara de Comercio (2015). Lima. El Perú es un país con mucha *informalidad* y sobre esto, el actual gobierno ha emprendido una serie de medidas que para los expertos tendrían un leve impacto en inducir a las empresas hacia la anhelada formalidad. Y es que ello no sería del todo suficiente si las medidas o normas que se emiten no están armonizadas, es decir, que así como se prepararán medidas en materia tributaria también se dé un reenfoque al sector laboral que demanda medidas para elevar la empleabilidad y reducir el empleo informal. Se tienen que articular normas tributarias, abordar la simplificación administrativa e implementar normas laborales que promuevan el empleo.

Comentario:

Según el mencionado autor, se deben establecer estrategias donde se proponga hacer más competitivo el sector formal con relación al informal. Asimismo, se debe dar a conocer a los comerciantes del Mercado 28 de Julio los beneficios que les traería formalizar su negocio y para esto necesitarán de la orientación de la administración tributaria y de la Municipalidad Provincial de Jaén.

1.1.3. Local

En la ciudad de Jaén se ha podido apreciar que en los últimos años se padece un incontrolable comercio informal, esto se ha incrementado tanto que la autoridad municipal ha perdido el control. El comercio informal se ha transformado, dejando atrás lo tradicional, hasta llegar a un comercio ambulatorio desordenado y con rasgos de apropiación indefinida de ciertos sectores de la ciudad, ejemplo de ello es el Mercado 28 de Julio, donde en su mayoría reina el desorden y la informalidad.

La SUNAT y el Gobierno Local poco o nada han hecho para mejorar el problema de la informalidad. Los problemas que origina el comercio informal en una ciudad no sólo atentan contra la seguridad, el orden urbano y el control, sino también afecta al ecosistema; como se conoce se empieza con la informalidad y luego se genera el comercio ambulatorio que en la actualidad en la ciudad de Jaén está desbordado y descontrolado. Es por ello, que creemos necesaria la implementación de estrategias tributarias a fin de frenar el tema de la informalidad en los sectores del Mercado 28 de Julio, ya que esto no permite desarrollo y quita la voluntad de aporte de aquellos que están debidamente formalizados, generando al final inestabilidad y baja recaudación tributaria en la ciudad de Jaén.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Internacional

Bustamante & Moncayo (2011). Ecuador. En su tesis *“Diseño e implementación de estrategias para la consolidación de una efectiva cultura tributaria en el sector comercial de la bahía de Guayaquil- Cooperativa 4 de agosto”*, para optar el título de Diploma en Gestión tributaria empresarial, en la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

Concluye que, en promedio el 45% de los contribuyentes encuestados en la ciudad de Guayaquil han incumplido en el pago de sus impuestos en los últimos 3 años, lo cual se considera como un nivel de incumplimiento alto para la administración tributaria. Además, los contribuyentes alegan la falta de capacitación como una causa para el incumplimiento de sus declaraciones de impuestos (p. 50).

Comentario:

De acuerdo a lo establecido en la investigación, se debe concientizar a los contribuyentes para que cumplan con sus obligaciones que les corresponde tributar por realizar actividades empresariales. Mediante la implementación de políticas tributarias que contengan estrategias tributarias enfocadas de manera clara y precisa a los diferentes sectores donde se desempeñan los comerciantes, se podrá mejorar la recaudación tributaria y disminuir la informalidad que existe en nuestro país y especialmente en el Mercado 28 de julio de la ciudad de Jaén.

Salazar (2014). Venezuela. En su tesis *“Estrategias tributarias para la optimización de la recaudación del impuesto inmobiliario. Caso de estudio Alcaldía del Municipio los Guayos. EDO. CARABOBO”*, para optar el título profesional en Gerencia Tributaria, en la Universidad de Carabobo.

Concluye que, existen limitaciones en los procesos por falta de estrategias y políticas efectivas de recaudación, además de la falta de divulgación e información al contribuyente, lo que permitió afirmar que no existen definidas políticas y estrategias en materia de recaudación y que el estilo de gestión no favorece la ejecución de las reformas que se han realizado en los últimos años en materia de recaudación municipal

que le dan a los gobiernos municipales la autonomía para obtener de manera eficaz los recursos por vía impositiva (p. 94).

Comentario:

De acuerdo a lo establecido en la investigación, se debe concientizar a los contribuyentes para que éstos cumplan con el pago de sus obligaciones tributarias. Así mismo, se deben plantear estrategias para disminuir la posibilidad de eludir o evadir impuestos.

Lozada & Negrete (2013). Ecuador. En su tesis “*Diseño de estrategias tributarias que contribuyan a mejorar la recaudación de los impuestos directos y la distribución equitativa en el impuesto a la renta de personas naturales en el Ecuador*”, para la obtención del Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría, en la Universidad Estatal de Milagro.

Concluye que, las reformas aplicadas al Impuesto a la Renta de Personas Naturales han logrado mejorar la recaudación directa en un 43% hasta el año 2012, logrando un promedio del 40% recaudado por impuestos directos especialmente por el impuesto la renta, esto ha sido favorable para el país porque de esta manera vamos orientándonos hacia el Sistema Tributario Progresivo (p. 125).

Comentario:

De acuerdo a lo establecido en la investigación, el estado mediante reformas tributarias está logrando captar mayores ingresos por recaudación tributaria, para lo cual se diseñaron estrategias que logren incrementar la recaudación de los impuestos directos. Las mismas que han llevado a los contribuyentes a la formalización, disminuyendo así la informalidad en que se encuentran la mayoría de los comerciantes.

Pérez (2012). Venezuela. En su tesis “*Estrategia Tributaria para la optimización de la Recaudación del Impuesto sobre Actividades Económicas en el Comercio Informal del Sector Alimentos en la Urb. La Esmeralda, Municipio San*

Diego”, para optar al título de Especialista en Gerencia Tributaria, en la Universidad de Carabobo.

Concluye que existe carencia de interés en cumplir con sus obligaciones tributarias por parte de los comerciantes que inician sus actividades sin la debida preparación legal y tributaria, unido a la poca importancia tributaria que le dan a sus compromisos con la Alcaldía. Por lo tanto, se justifica la necesidad de una propuesta que les proporcione herramientas que sea de utilidad para optimizar la recaudación del tributo. (p. 97).

Comentario:

De acuerdo a lo establecido en la investigación se establece que se debe concientizar, orientar y preparar a los comerciantes en cuanto a conocimiento tributario para que cumplan eficientemente con sus obligaciones. Teniendo en consideración estas indicaciones tenemos que elegir las estrategias tributarias necesarias para ayudarlo a inscribirse bajo el régimen que mejor le convenga y mantenerlos así dentro de la formalidad; dirigiendo las estrategias tributarias elegidas hacia el sector informal.

Solano (2014); Guatemala. En su tesis “*Mecanismos legales que debe crear las Instituciones del Estado de Guatemala para controlar la Actividad de los Comerciantes informales*”, para optar el grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Concluye que en Guatemala el comercio informal es el producto final de una serie de problemas de diversa índole, que van desde los altos y elevados costos que representan para el comerciante informal establecer una empresa formal, así como las extremas exigencias tributarias a las que se vería sometido en caso de decidir formalizarse y dejar la clandestinidad (p. 93).

Comentario:

De la presente investigación se puede determinar que debido a la creciente informalidad que existe en nuestra ciudad hoy en día, la Administración tributaria

tendrá que emplear estrategias tributarias que permitan que los comerciantes informales que operan al margen de la ley cambien su manera de pensar. Para eso será necesario generar en ellos conciencia tributaria, lo cual les hará cumplir con sus obligaciones de manera voluntaria.

Mindiola (2015). Ecuador. En su tesis “*Análisis de Informalidad de Cultura Tributaria en los Comerciantes del Mercado Municipal del Cantón Simón Bolívar*”, para la Obtención del Título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría –CPA en la Universidad Estatal de Milagro.

Concluye que los aspectos económicos y sociales se ven afectados por la informalidad tributaria de los comerciantes del Mercado Municipal del Cantón Simón Bolívar, en donde los aspectos antes mencionados se deben a la falta de cumplimientos y por la falta de formación tributaria (p. 88).

Comentario:

En la investigación se puede determinar que la informalidad de los comerciantes afecta tanto a la economía como a la sociedad, y todo esto se debe a la falta de cultura tributaria y a la poca información recibida sobre tributación. Es ahí donde tiene que intervenir la Administración Tributaria y el Estado a través de la implementación de programas de orientación dirigido a los comerciantes para encaminarlos a la formalización de sus negocios.

Merida (2014). Guatemala. En su tesis “*Regulación de los Negocios del Microempresario Informal para su Inserción en el Marco Legal Fiscal Vigente en Guatemala*”, para la obtención del Grado de Maestro en Ciencias en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Concluye que es importante darle capacitación y orientación al sector informal, por ser el sector económico más grande del país, generando gran cantidad de negocios no regulados ni controlados. La capacitación debe ser permanente en materia económica, tributaria y en procesos de emprendimiento otorgando impulso socioeconómico que les permita un crecimiento auto sostenido (p. 64).

Comentario:

De la investigación se puede determinar que es recomendable capacitar a los comerciantes del sector informal, con la finalidad de que éstos conozcan un poco más sobre los temas de tributación y la importancia que implica que sus negocios se encuentren regulados por las normas tributarias vigentes.

1.2.2. Nacional

Béjar (2017). Tacna. En su tesis “*Estrategias Tributarias y su influencia en el nivel de recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Tacna, año 2015*”, para optar el Título Profesional de Contador Público, en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna.

Concluye que el nivel de recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Tacna ha ido incrementando en los últimos años hasta *alcanzar* un nivel medianamente aceptable como resultado de la aplicación regular de diferentes estrategias tributarias por parte del ente municipal durante varios periodos consecutivos, logrando tener cierto grado de autonomía con respecto a transferencias del gobierno central (p. 298).

Comentario:

De la investigación se puede determinar que es recomendable la aplicación de nuevas estrategias tributarias, previa planificación, tomando como referencia las estrategias ejecutadas por otras instituciones gubernamentales con el fin de conocer la aceptación por parte de la población y advertir en qué medida mejoraría la recaudación tributaria en la Municipalidad Provincial de Jaén.

Mori (2011). Trujillo. En su tesis “*Estrategias para generar conciencia tributaria en la recaudación tributaria en las Empresas Industriales en la Ciudad de Trujillo – Periodo 2011*”, para optar el Título de Contador Público, en la Universidad Nacional de Trujillo.

Concluye que una de las causas de incumplimiento tributario se debe a la carencia de conciencia tributaria que se traduce en un cambio de actitudes. Los encuestados en su totalidad (100%) reconocen que la educación y cultura actúan como estrategias para generar conciencia tributaria en los comerciantes (p. 65).

Comentario:

De la investigación se puede determinar que la educación y la cultura son importantes para lograr que el comerciante cumpla con sus obligaciones tributarias voluntariamente, guiando las decisiones de éste hacia la formalización y para ello se ha determinado en la investigación las causas que generan estos puntos como medidas para elegir y proponer estrategias tributarias enfocadas hacia fortalecer la conciencia tributaria del comerciante y eso es lo que se desea medir en los comerciantes del Mercado 28 de Julio para llegar a proponer las mejores estrategias tributarias que ayuden a reducir la informalidad y alcanzar mayor recaudación tributaria.

Santander (2013). Lima. En su tesis “*Estrategias para inducir la formalidad de la mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva*”, para optar el título de Magíster en Derecho de la Empresa con mención en Gestión Empresarial, en la Pontificia Universidad Católica Del Perú.

Concluye que, Organismos Estatales como: el Ministerio de la Producción, la SUNAT, el OSCE, entre otros; dictan y promueven normas y políticas públicas orientadas a la mejora de la competitividad y promoción de acceso a la formalidad, que van desde la implementación de un régimen especial tributario - laboral, asesorías, planes de negocio, programas de gestión, capacitaciones, premios, bonificación y preferencia al contratar con el Estado, y diferentes estrategias (p. 83).

Comentario:

De la investigación se puede determinar que es importante conocer al contribuyente para partir de este punto y plantear políticas que incluyan estrategias tributarias que influyan en el comerciante y lo orienten voluntariamente hacia el

camino de la formalidad. Esto servirá de mucha utilidad no solo para el usuario final y el contribuyente, sino para la sociedad en su conjunto y el gobierno local y central que logrará una mayor recaudación para la ejecución de obras públicas al servicio del pueblo.

Valverde (2015). Huaraz. En su tesis *“Influencia del plan estratégico en la reducción de la evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes de la Provincia de Huaraz - 2014”*, para optar el Título Profesional de Contador Público, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Concluye que el plan estratégico influye de manera positiva y significativa en la reducción de la evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes de la provincia de Huaraz en el año 2014. Asimismo, el 63.3% de encuestados opinaron que si se impulsa el cumplimiento de las leyes tributarias, esto ayudaría a combatir la evasión de tributos; el 60% de los comerciantes de abarrotes opina que implementar un plan estratégico sí ayudaría a combatir la evasión tributaria y a mejorar el vínculo entre el estado y la sociedad; mientras que el 78.3% de los comerciantes opinan que si se promueve el desarrollo de los recursos humanos del estado en base al conocimiento, esto ayudaría a combatir la evasión de los tributos (p. 94).

Comentario:

De la investigación se puede determinar que es importante brindarle orientación al comerciante y para ello las instituciones encargadas de la recaudación deben fijar planes de trabajo donde se incluyan estrategias tributarias, las mismas que deben ser transmitidas al comerciante para que le ayude a la elección de cumplir con sus obligaciones manteniéndose en la formalidad, disminuyendo así los niveles de informalidad e incrementando la recaudación tributaria.

Cotrina (2016), Lima. En su Tesis *“La Formalización del Comercio Ambulatorio como estrategia para ampliar la Base Tributaria en el Perú – Período comprendido entre 2015 y 2016”*, para optar el Grado Académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas en la Universidad San Martín de Porres.

Concluye que la carencia de una cultura tributaria en los comerciantes ambulantes afecta el aumento de nuevos inscritos, ya que se deja de identificar la necesidad de contribución al Estado a través del pago de los impuestos, buscando cualquier tipo de justificación para mantenerse en la informalidad.

Comentario:

Según la investigación hecha por el autor, la informalidad influye negativamente en los comerciantes que quieren ingresar al sistema tributario porque dejan de identificar la necesidad de cumplir con sus obligaciones tributarias y piensan que no están generando ningún problema económico al estado. Es por ello que será necesario capacitar a los comerciantes para que reconozcan la importancia que tiene el cumplimiento tributario para el desarrollo del país.

Cruzado & Remaycuna (2015). Chiclayo. En su Tesis “*Factores Asociados a la Informalidad de los Comerciantes Ambulantes del Sector Verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014*”, para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial en la Universidad Juan Mejía Baca.

Concluye que ser un comerciante informal reduce las posibilidades de acceder a un crédito financiero. Sin embargo, no imposibilita a los comerciantes informales a poder obtener un préstamo financiero, siendo que el 42% si tiene acceso a ellos ya sea mediante un aval o mediante alguna garantía hipotecaria (p. 75).

Comentario:

De la investigación podemos determinar que la Administración Tributaria junto con la Municipalidad deberían brindar charlas a los comerciantes en general acerca de los beneficios a los que accederán al optar por la formalización, como la obtención de mayores créditos financieros que ellos tendrían si formalizan su negocio o empresa. Estas charlas servirán para crear conciencia en los comerciantes informales del Mercado 28 de Julio.

Bravo (2014). Huacho. En su Tesis “*El comerciante informal como factor de origen y expansión del Emporio Gamarra, Lima - 2014*”, para optar el Título

Profesional de Licenciado en Sociología, en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Concluye que en el desarrollo del Emporio Gamarra el trabajador ambulante fue y es un factor importante en el origen y desarrollo de la misma. Sin embargo, también el Estado suele con mucha frecuencia maltratarlos sin considerar que el PBI es sostenido por ellos en más del 50% después de Bolivia. Esto indica que se tiene que desarrollar algunas estrategias específicas para afrontar de mejor manera su adecuación a la formalidad, dándoles ciertas facilidades para lograrlo (p. 88).

Comentario:

De lo antes señalado podemos inferir que el investigador establece que para combatir la informalidad el gobierno tiene que plantear estrategias tributarias claras, las mismas que deben ser implementadas a tiempo en los comerciantes para mejorar la recaudación tributaria y para que éstos se mantengan dentro de la formalización.

1.2.3. Local

Bautista (2017). Cajamarca. En su Tesis “*Microempresas Informales en el Mercado San Antonio de Cajamarca: Estrategias de Formalización 2017*”, para optar el Título Profesional de Economista en la Universidad Nacional de Cajamarca.

Concluye que la informalidad es una característica común en las microempresas del Mercado San Antonio, la cual influye significativamente en el desarrollo de las mismas siendo éstas en su mayoría administradas por mujeres con secundaria completa que carecen del conocimiento necesario para formalizar su microempresa (p. 75).

Comentario:

En la investigación se determina que la informalidad existente en el Mercado San Antonio se da por la falta de conocimientos y cultura tributaria, por lo que el gobierno local debe preocuparse en instruir a estos comerciantes con la finalidad de que formalicen sus negocios y puedan conocer las ventajas que se tiene al trabajar de manera formal, proporcionándoles un ahorro de tiempo y dinero al momento de tramitar los requerimientos necesarios para su formalización.

Chávez (2017). Cajamarca. En su Tesis “*El comercio informal de ropa y su repercusión en el pago de impuestos caso: Alrededores del mercado central de la ciudad de Cajamarca- periodo 2017*”, para optar el Título de Economista, en la Universidad Nacional de Cajamarca.

Concluye que el comercio informal de ropa en la ciudad de Cajamarca es un problema socioeconómico donde la gran mayoría carece de trabajo, lo que conlleva a no tener un ingreso suficiente como para que el comerciante informal pueda optar por formalizar su negocio. Asimismo, el factor educación influye en la informalidad del comerciante ambulante debido a que es uno de los principales indicadores que mide el grado de acceso a mejores oportunidades (p. 81).

Comentario:

En la investigación se determina que la Municipalidad debe reubicar de manera ordenada y en una zona geográfica estratégica a los comerciantes, donde éstos puedan desarrollar sus actividades comerciales de manera productiva y así se puedan despejar las calles y no seguir ocasionando el desorden público que termina afectando a los transeúntes y a los comerciales que sí son formales.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Estrategias tributarias.

A. Definición de estrategias tributarias

Según Chandler (1962), citado por (Béjar, 2017), nos dice que la estrategia se define como la determinación de objetivos a largo plazo, los lineamientos a ejecutar y la asignación de recursos necesarios para conseguir los objetivos planteados (p. 16).

Sánchez (2009), citado por (Nina, 2018), la estrategia busca establecer cursos de acción que permitan mantener o modificar la posición de la organización respecto a la de sus competidores de forma favorable y sostenida,

mediante la utilización óptima de sus recursos. Todo ello con la finalidad de crear una ventaja competitiva y así obtener resultados positivos (p. 15).

(Alva, 2013), cuando nos referimos al planeamiento tributario en la doctrina también se le conoce como planificación o estrategia tributaria. El autor menciona a Álvarez, Ballesteros y Fimbres, quienes señalan que la planeación fiscal es de suma importancia para los sujetos de la relación tributaria. Por un lado, el sujeto pasivo busca diseñar estrategias en el desarrollo de sus actividades para optimizar los costos fiscales de sus operaciones, puesto que es una actividad legal al permitir la Constitución elegir la figura jurídica que mejor convenga a sus intereses siempre y cuando sea lícita. Así mismo, las leyes en ocasiones presentan una deficiente formulación lingüística originando errores de redacción, omisión, exclusión, llamadas también lagunas de Ley; motivo por el cual se utilizarán los métodos de interpretación jurídica, llegando a obtener beneficios principalmente con el método de interpretación a *Contrario Sensum*, el cual parte del principio de que en materia fiscal lo que no está expresamente prohibido entonces sí está permitido (p. 1).

En su investigación, Salazar (2014), citado por (Béjar, 2017), considera que dentro del ámbito fiscal, los municipios deben la eficacia a las estrategias y a su cumplimiento cuando éstas se orientan a lograr la asistencia adecuada a los contribuyentes. Incluyendo esto como eje central de su funcionamiento, se puede aspirar a mejorar los niveles de recaudación y así poder contar con mayores recursos que permitan no solo cubrir gastos de funcionamiento sino también para la inversión en proyectos que eleven la calidad de vida (p. 19).

B. Importancia de aplicación de estrategias tributarias

Una buena planificación estratégica significa un mejor aprovechamiento de recursos, permitiendo que las actividades se realicen fluidamente y sin contratiempos. Tomando en cuenta que cada unidad orgánica tiene la experiencia suficiente para saber las actividades que van a llevar a cabo, los tiempos y los recursos que demandan para alcanzar los objetivos planteados (Béjar, 2017, p. 23).

Si bien el diseño de estrategias tributarias otorga a la empresa u organización resultados eficientes, se debe tener en cuenta también con qué frecuencia éstas deben ser adaptadas a la situación del negocio, ya que por desarrollarse en un mercado fluctuante se corre diversos riesgos y aquí es donde debe nacer la habilidad del análisis al estado de la empresa para que se pueda reaccionar a la brevedad posible. (Contreras, 2016).

Por lo tanto, podemos decir que los esfuerzos de la Administración Tributaria deben centrarse en generar estrategias, ya que éstas crearán condiciones necesarias para que el comerciante o contribuyente realice el pago voluntario y oportuno de sus obligaciones, considerando a la cobranza coactiva como última instancia.

C. Diseño de estrategias tributarias

Según Del Valle (2017) para el diseño de estrategias tributarias que sean efectivas y aplicables, se deben planificar los recursos financieros siguiendo los pasos que se detallan a continuación:

- a. Análisis de la empresa:** así como también se debe considerar el análisis del contexto legal y financiero que rige, en este punto se definen los objetivos que la empresa desea alcanzar y se estudia la legislación tributaria para detectar cuáles son las operaciones que la empresa debe realizar.
- b. Determinación de soluciones:** luego de realizar el diagnóstico interno y externo de la empresa, se deben considerar y analizar las opciones más eficientes en gestión tributaria, en función de la operación comercial que realice la empresa.
- c. Toma de decisiones:** en este punto ya se considera la implementación de las estrategias tributarias que se diseñaron, seleccionando las más

eficientes, teniendo en cuenta que no infrinjan las leyes tributarias y que tengan el menor costo administrativo.

D. Obligación Tributaria

Es aquella que engloba el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene como objetivo final el cumplimiento de la prestación tributaria con capacidad de exigibilidad coactiva o forzosa a cargo de la Administración Tributaria cuyo incumplimiento acarrea una sanción tributaria (Aldana & Paucar, 2014, p. 30).

García (2012) citado por (Quispe & Orellana, 2016), menciona que la obligación tributaria es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, pudiendo ser exigible coactivamente. Debemos tener presente que la Obligación es un vínculo de naturaleza jurídica, y la “prestación” es el contenido de la obligación, esto es, la conducta del deudor tributario. En este sentido, la conducta o prestación del deudor tributario es el “pagar la deuda tributaria”, la finalidad o el objeto de la obligación es que el deudor tributario pague la deuda tributaria, y si no lo hace, la Administración se encuentra facultada para exigirle coactivamente o forzosamente el cumplimiento de la misma (p. 31).

Aldana & Paucar (2014), clasifican las obligaciones de la siguiente manera:

- a. Obligación formal.** - obligaciones de carácter principal que tiene como objeto exigir la acción de brindar información y declararla oportunamente.
- b. Obligación sustancial.** - obligaciones de carácter secundario que tiene como objeto exigir la acción de dar, basada en la obligación de pago por parte del contribuyente una vez generado el hecho imponible.

E. Conciencia Tributaria

Ramos y Remigio (2015). Es un cambio de actitudes encaminadas al logro de una sociedad democrática más justa y solidaria, donde los ciudadanos se comprometen a actuar con responsabilidad y transparencia (p.28).

La conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo (Tarazona, y Veliz de Villa, 2016, p. 27).

La Conciencia Tributaria se genera en un proceso en el cual concurren varios eventos que le otorgan causa, justificación y diferenciación social al comportamiento del ciudadano. Respecto a la tributación, el resultado de este proceso de generación de Conciencia Tributaria es binario; es decir, una persona puede adoptar la posición de tolerar o no la evasión, dando lugar a personas con Conciencia Tributaria Positiva y personas con Conciencia Tributaria Negativa (Mogollon, 2014, p. 20).

F. Dimensiones de Estrategia Tributaria

Aldana & Paucar (2014) adaptan como estrategias tributarias las siguientes dimensiones:

- a) **Beneficios Tributarios:** Analizando al contribuyente desde los conocimientos y la forma de cómo aprovechar los beneficios tributarios emitidos en beneficios de la formalización.
- b) **Estructuración y definiciones tributarias:** Enfocado desde el punto de vista de los beneficios que genera en el contribuyente un sistema tributario eficiente, permanente y simple de ejecutar, entendible para cualquier contribuyente.
- c) **Cambios en la Normatividad Tributaria:** Se estudia a los conocimientos del contribuyente respecto al control mediante las aplicaciones contables y tributarias, ¿cómo éste los analiza? y ¿cómo los ve en beneficio de su formalización?.

- d) **Riesgos Tributarios:** Visto desde el punto de vista de los cambios que se presentan en la legislación tributaria, de cómo el contribuyente percibe los efectos que van a causar estos cambios en su formalización, de acuerdo a sus conocimientos de los aspectos tributarios importantes para su crecimiento.

1.3.2. Informalidad

A. Definición de Informalidad

El Banco Mundial citado por (Mendiburo, 2016), ha postulado que existe una intrínseca relación entre pobreza e informalidad debido a los múltiples perjuicios que ocasiona a los sectores económicos. Bajo esta perspectiva, Paredez Neyra nos indica que la informalidad se circunscribe a la economía de pobreza y al proceso de exclusión social; es decir, a actividades que representan un medio de supervivencia frente a los constantes cambios de la realidad peruana (p. 18).

Mendiburo (2016), nos dice que si la formalidad es el apego a la ley, entonces contrario a ello la informalidad es el no apego a la ley; basada en diversos factores influyentes que determinan que un sujeto realice actividades económicas clandestinamente, extralegalmente y por lo tanto su actividad será considerada como informal, trayendo consigo consecuencias que influirán negativamente en sus resultados (p. 20).

Cabronetto (1985), citado por (Bravo, 2014), nos dice que los llamados informales conquistan negativamente en su accionar diario espacios físicos y económicos, así como los vacíos de poder dejados por el aparato oficial. De esta manera, los espacios así ocupados son luego moldeados según su propia racionalidad en función de sus intereses y de la percepción del cambio social que ellos poseen (p. 34).

B. El comercio informal y el uso del espacio público

En la década del setenta se acuñó por primera vez el término “sector informal” para hacer referencia a todas las actividades que están excluidas de la legislación o se encuentran fuera del ámbito regulatorio e impositivo (CEPLAN, 2016, p. 9).

Céspedes (2012) citado por Cotrina (2016), nos explica que el comercio informal es un tipo de comercio no estructurado, no se rigen por leyes o normas que regulen las actividades comerciales.

Además, el comercio como actividad económica realizada por el hombre en sociedad tiene sus antecedentes en las primeras manifestaciones de la cultura, cuando se comprendió la necesidad de realizar el intercambio de objetos y productos para la satisfacción de necesidades humanas. Entre los modos históricos de realizar el intercambio se encuentran aquellos que no presentan espacios específicos, destinados por las normas socioculturales y económicas de la sociedad, en ellas se enmarcan el comercio ambulante o el comercio informal (p.31).

De Soto (1986) citado por (Bravo, 2014), afirma que todo el crecimiento del sector informal es fruto exclusivo de una legislación dura e inflexible y muestra que la informalidad se origina cuando las normas jurídicas exceden las normas socialmente aceptadas. Hernando de Soto perfila tipos de comerciantes informales y señala que el término comercio ambulante evoca a dos actividades definidas:

- La del comerciante que deambula por la ciudad ofreciendo productos y servicios sin un lugar fijo donde establecerse.
- La del comerciante que expende mercadería desde un puesto fijo en la vía pública.

El primer tipo de comercio ambulante es itinerante y el segundo se ubica en un lugar fijo dentro de la vía pública (p. 34).

C. La Economía Informal

(INEI, 2014), la economía informal se determina en relación a dos universos de la macroeconomía: los establecimientos de las unidades de producción y los empleos de los trabajadores. El sector informal se refiere al primer universo; el empleo informal, al segundo (p.46).

- a) **Sector informal.** - Un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo, en los casos en que existan - se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales.

El sector informal está constituido por establecimientos que pertenecen a los hogares, tienen producción de mercado y se encuentran al margen de las normas locales previstas para tener un reconocimiento administrativo. Además, se puede considerar que no llevan una contabilidad específica que permita distinguir sus gastos de los otros gastos de las familias que las albergan (p.46).

- b) **Empleo informal.** Son aquellos empleos que no cuentan con los beneficios estipulados por ley, como el acceso a planillas, acceso a la seguridad social pagada por el empleador, vacaciones pagadas, licencia por enfermedad o maternidad, utilidades, asignación familiar, etc. Son empleos informales los:
- a. Patronos y cuenta propia del sector informal.
 - b. Asalariados sin seguridad social (formal e informal).
 - c. Trabajadores familiares no remunerados (formal e informal) y trabajadores domésticos sin beneficios sociales (CEPLAN, 2016, p.10).

Peñaranda (2014), en el accionar de una economía informal se encuentran empresas que buscan eludir el control del Estado, manteniendo un tamaño inferior al óptimo para gozar de beneficios tributarios o laborales, empleando mecanismos irregulares para la compra de bienes y servicios e incluso destinando recursos financieros para encubrir actividades ilegales. Son unidades productivas que utilizan y congestionan la infraestructura pública sin haber contribuido a ella a través de impuestos, afectando negativamente el accionar de las empresas formales. Una de las consecuencias directas es que la informalidad resta efectividad a la política fiscal y monetaria (p. 6).

En una economía informal no solo existen empresas o unidades productivas informales, sino también trabajadores que laboran en condiciones de informalidad; por ello se expresa generalmente en términos de producción informal y empleo informal (CEPLAN, 2016, p. 11).

D. Negocios informales

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

- a) **Transacciones individuales:** Algunos negocios informales u operadores por cuenta propia intercambian bienes y servicios con empresas formales en lo que quizás se podría calificar como un intercambio abierto o puro en el mercado (como unidades independientes realizando transacciones entre ellos). En estos casos la empresa dominante en relación al conocimiento del mercado y al poder es la empresa formal y es la que controla el intercambio o la transacción.

- b) **Subsectores:** Muchos negocios informales u operadores por cuenta propia producen e intercambian bienes y servicios con empresas formales en lo que se denomina subsectores, es decir, redes de unidades independientes involucradas en la producción y distribución de un producto o una mercancía particular. En tales redes, las unidades individuales están involucradas en una serie de transacciones con proveedores y clientes. Las condiciones de estas transacciones están en gran parte reguladas por la empresa dominante en las transacciones específicas (como arriba), pero también por las “reglas del juego” para el subsector en conjunto, las cuales están determinadas normalmente por las empresas dominantes en la red.

- c) **Cadenas de valor:** Algunas empresas informales y operadores por cuenta propia y, por definición, todos los trabajadores subcontratados producen bienes dentro de una cadena de valor. Las condiciones de la producción en las cadenas de valor son determinadas en gran parte por la empresa líder: en las cadenas domésticas, una empresa nacional grande; y, en cadenas de valor globales, una empresa transnacional grande. Los proveedores principales de la empresa líder –y a menudo empresas formales– también ayudan a determinar las condiciones de los subcontratos con empresas y trabajadores informales más abajo en la cadena.

E. Incidencia del comercio informal en la alteración del orden público.

Cotrina (2016), se puede apreciar, que el comercio ambulatorio si tiene incidencia en la alteración del orden público; pues está asociado con escándalos y riñas callejeras, asaltos, robos y otros; lo cual pone en peligro no sólo la seguridad de la propiedad, sino que también la de las personas que son víctimas de éstos actos. Estos hechos, por tanto, exigen la intervención de la PNP como institución más caracterizada para mantener, proteger y asegurar el orden público (p. 48).

A modo de resumen, podemos decir que el comercio informal surge de una categoría en el sistema informal urbano. La mayoría de estos comercios informales son en la vía pública, categoría que a su vez comprende a los comerciantes informales ambulantes y a los comerciantes informales que están en puesto fijo. Este tipo de comercio existe porque está legitimado de manera implícita, tanto por los ciudadanos como por las autoridades del estado.

F. Dimensiones de la informalidad

Alter (2012), indicó que las empresas informales se les mide a través de las siguientes dimensiones:

- a) **Registro e impuestos:** El registro y la cobranza de impuestos a los negocios informales es el enfoque estrecho usado comúnmente en lo que se refiere a la formalización de la economía informal. Esto debería llevarse a cabo mediante la simplificación de los trámites burocráticos involucrados en el registro (procedimientos de registro simplificados), y mediante la oferta de beneficios e incentivos a cambio del pago de impuestos (cuotas de registro progresivas), (Alter, 2012, p. 17).
- b) **Marcos legales y regulatorios:** En la economía informal necesitan marcos jurídicos nuevos o más amplios para proteger sus derechos y beneficios como trabajadores y empresarios, incluidos el derecho al uso del espacio público (de vender en espacios públicos), (Alter, 2012, p. 19).
- c) **Beneficios por operar de manera formal:** Es importante resaltar que las medidas para incentivar la formalización a partir de la asignación de beneficios a grupos específicos deben considerar la temporalidad óptima, la gradualidad del tránsito al régimen general y el alcance de la regulación. Por lo que debemos tener en cuenta la vinculación a la formalidad empresarial (registro, impuestos), aproximaciones específicas (normas de formalización, acuerdos específicos, etc.), el acceso a infraestructura y servicios públicos, el acceso a subsidios e incentivos gubernamentales, entre otros (Alter, 2012, p. 19).

1.4. Formulación del Problema

¿Qué estrategias tributarias influyen en la reducción de la informalidad de los Comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018?

1.5. Justificación e importancia del estudio

La presente investigación se justifica:

Teóricamente, porque durante el proceso de la investigación se tiene que hacer búsqueda y selección de información de diversos autores que se relacionen con las variables del presente estudio. Esta información puede ser sobre tesis, revistas, artículos, libros y otros que guarden relación con la investigación y que sirvan de sustento y fundamento para la presente, con la finalidad de establecer estrategias tributarias que ayuden a reducir el nivel de informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio en la ciudad de Jaén- Cajamarca.

De manera metodológica, porque en la presente investigación estamos haciendo uso del método científico. Para poder lograr el uso del método científico tenemos que seguir la metodología que tiene como actividad principal la recolección de datos para luego analizar y obtener información que posteriormente nos llevó a conocer resultados que nos permitieron plantear una posible solución al problema. Se considerará los diferentes métodos, instrumentos y mecanismos que se utilizaron en nuestra investigación durante todo el tiempo de su desarrollo, así como las formas de aplicación de encuestas, consulta de base de datos y revisión estadística.

Social, porque la presente investigación va a servir como aporte para mejorar la formalización de los contribuyentes, generando así mayor orden y mayor aporte al desarrollo de las ciudades y el país.

La importancia de la presente investigación radica en el estudio teórico y práctico que se va a desarrollar, el mismo que va a servir como consulta para otros estudios que necesiten realizar los estudiantes de la Universidad Señor de Sipán como de otras universidades, así como también docentes, especialistas en la Investigación y público en general. Servirá como guía para la implementación de estrategias tributarias a fin de reducir la informalidad comercial.

1.6. Hipótesis

Hi: $p \neq 0$ (Existe relación): Si planteamos estrategias tributarias adecuadas entonces, se reducirá la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.

Ho: $p \neq 0$ (No existe relación): Si planteamos estrategias tributarias adecuadas entonces, no se reducirá la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General:

Proponer estrategias tributarias que permitan la reducción de la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos:

- a) Identificar las estrategias tributarias que conocen los comerciantes del Mercado 28 de Julio.
- b) Conocer las actitudes de los comerciantes del Mercado 28 de Julio frente a la formalización.
- c) Establecer qué estrategias tributarias permiten reducir la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén.

CAPÍTULO II
MATERIAL Y MÉTODO

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

El tipo de estudio que se aplicó en este trabajo de investigación es de tipo Descriptiva – Propositiva.

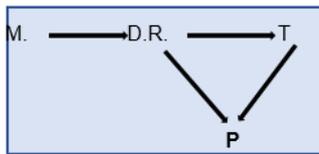
Descriptivo: porque con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 92).

Propositiva: porque la investigación desarrollada “va más allá de una simple descripción de sólo conceptos o hechos; es decir, esta investigación se expande hasta responder las causas que lo originan, los eventos y hechos físicos o sociales que ocurren” (Hernández, et al., 2017, p. 78).

Diseño de la investigación

Según Hernández, Méndez, Mendoza y Cuevas (2017). Indican que: en la investigación referente se utilizan un conjunto de proposiciones coordinadas de manera lógica, las mismas que se ven fundamentadas por un conjunto de evidencias, con la capacidad de explicar ¿por qué? y ¿cómo? sucede un hecho; es decir, darle sentido, además sustenta las bases para futuras investigaciones.

No Experimental, porque la investigación se efectuó sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar o medir fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos siguiendo siempre el planteamiento del problema (Hernández, et al., 2017, p. 107).



Dónde:

M: Representa la muestra del estudio.

D.R: Diagnostico de la Realidad

T: Análisis teórico de estudio de las variables

P: Propuesta

2.2. Población y muestra:

Población:

“Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernandez, et al., 2014, p. 174).

La población la constituye el número total de los comerciantes Asociados del Mercado 28 de Julio de la provincia de Jaén, cuyo número de acuerdo a lo empadronado en la asociación son 70.

Descripción	Cantidad
Comerciantes	70
TOTAL	70

Muestra:

“Una muestra es un subgrupo de la población o universo que nos interesa, sobre el cual se recolectarán los datos pertinentes y deberá ser representativo de dicha población” (Hernández, et al., 2017, p. 128).

Cuando es una población amplia se debe considerar esta fórmula para obtener una muestra.

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

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población= 70

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

$p = 0.5$ Proporción de individuos de la población que tiene las características que se desean estudiar.

$q = 0.5$ Proporción de individuos de la población que no tienen las características de interés.

$e =$ Margen de error permisible establecido por el investigador = 10%

Reemplazando:

n =	$(1.96)^2 (0.5) (0.5) (70)$
	$(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (70-1)$

$n = 40$ Comerciantes.

Entonces podemos notar que la muestra estuvo conformada por 40 personas para el objeto de investigación, con los que se realizará las encuestas respectivas.

2.3. Variables, Operacionalización

Variable Independiente:

Estrategia Tributaria: Es el conjunto de acciones planificadas sistemáticamente por la Administración Tributaria que se llevan a cabo para lograr ampliar la base tributaria e incrementar la recaudación. (Aldana & Paucar, 2014).

Variable Dependiente:

Informalidad: Si la formalidad es el apego a la ley, entonces contrario a ello la informalidad es el no apego a la ley. Basada en diversos factores influyentes que determinan que un sujeto realice actividades económicas clandestinamente, extralegalmente y por lo tanto su actividad será considerada como informal, trayendo consecuencias negativas que influirán en sus resultados (Mendiburo, 2016, p. 20).

Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e instrumento de recolección de datos
Independiente: Estrategia Tributaria	Es el conjunto de acciones planificadas sistemáticamente por la administración tributaria que se llevan a cabo para lograr ampliar la base tributaria e incrementar la recaudación. (Aldana & Paucar, 2014).	Compuesta por las Dimensiones Beneficios tributarios, Estructuración y definiciones tributarias; Cambios en la normativa tributaria. Compuesto por los indicadores: Aprovechamiento de los beneficios tributarios, Sistema tributarios con mayor eficiencia, permanencia y simplicidad; Por menores contables y tributarios; Cambios en la legislación tributaria; y, Conocimiento de los aspectos tributarios. .	Beneficios tributarios	✓ Aprovechamiento de los beneficios tributarios	1. ¿Conoce usted los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicable en la provincia de Jaén? 2. ¿sabe usted que existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente?	Cuestionario
			Estructuración y definiciones tributarias	✓ Sistema tributario con mayor eficiencia, permanencia y simplicidad.	3. ¿Para usted es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país? 4. ¿Cree usted que el sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes?	
			Cambios en la normatividad tributaria	✓ Pormenores contables y tributarios.	5. ¿Para usted los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente? 6. ¿Cuándo el estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente?	
			Riesgos tributarios	✓ Cambios en la legislación tributaria	7. ¿Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria?	

					8. ¿Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones?	
				✓ Conocimiento de los aspectos tributarios	9. ¿Sabe usted como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT? 10. ¿Tiene conocimiento que no pagar sus impuestos a tiempo generan riesgos en su negocio?	
Dependiente: Informalidad	Si la formalidad es el apego a la ley, entonces contrario sensu la informalidad es el no apego a la ley, basada en diversos factores influyentes que determinan que un sujeto realice actividades económicas clandestinamente, extralegalmente y por lo tanto su actividad será considerada como informal, trayendo consecuencias que influirán	Compuesta por las dimensiones: Registro e impuestos; Marcos legales y regulatorios y beneficios para operar De manera formal Compuesto por los indicadores: Simplificación de los trámites burocráticos en el registro; Recursos beneficios e incentivos a cambio del pago de impuestos; Proteger sus derechos y beneficios; Derecho al uso del espacio público; Vinculación a la formalidad empresarial; Acceso a	Registro e impuestos	✓ Simplificación de los trámites burocráticos involucrados en el registro.	11. ¿Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio? 12. ¿Los trámites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados?	Cuestionario
				✓ Recursos Beneficios e incentivos a cambio del pago de impuestos.	13. ¿Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo? 14. ¿El estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente?	
				✓ Proteger sus derechos y beneficios.	15. ¿La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio? 16. ¿Para usted es beneficioso mantenerse en la informalidad?	

	en sus resultados (Mendiburo, 2016, p. 20).	infraestructura y servicios públicos y Acceso a subsidios e incentivos gubernamentales.	Marcos legales y regulatorios	✓ Derecho al uso del espacio público	17. ¿Cree que tiene derecho al uso del espacio público? 18. ¿Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público?
			Beneficios por operar de manera formal	✓ Vinculación a la formalidad empresarial.	19. ¿Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez? 20. ¿Para usted mantenerse en la informalidad es adecuado?
				✓ Acceso a infraestructura y servicios públicos.	21. ¿Sus aportes que realiza por el pago de impuestos cree que va a mejorar la infraestructura pública? 22. ¿Los aportes que realiza por el pago de impuestos cree que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno?
				✓ Acceso a subsidios e incentivos gubernamentales.	23. ¿Sabe usted que existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes? 24. ¿Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central?

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnicas e Instrumentos:

La técnica utilizada en la presente investigación fue la encuesta.

El instrumento empleado fue el cuestionario, el cual estuvo conformado por 24 preguntas (Anexo N° 03).

La validación del instrumento se llevó a cabo por 02 expertos con experiencia en la especialidad y relacionados con la presente investigación (Anexo N° 02).

La consistencia interna se fundamentó en las teorías empleadas para sustentar cada variable en función a la bibliografía empleada, compuesta en su mayoría por contenidos de investigaciones previas.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

Los procedimientos que se utilizaron para el análisis de los datos correspondientes a la toma de información de los comerciantes a través de la encuesta fue primero ordenarlas, para posteriormente hacer el vaciado de datos en el programa Excel con la finalidad de realizar la presentación de la información en cuadros estadísticos, los cuales posteriormente mediante el uso del programa Word fueron analizados de manera fundamentada y consistente, determinando con ellos la discusión de la investigación, las conclusiones y recomendaciones del caso.

Trabajo de campo

Se realizó en las instalaciones del Mercado 28 de Julio, donde se aplicó la encuesta a los comerciantes componentes de la muestra, encuesta elaborada en función a los indicadores y dimensiones de las variables, las mismas que han sido elaboradas de acuerdo al objetivo de la investigación, el cual busca dar respuesta al problema planteado.

Trabajo de gabinete

Se trata de realizar trabajo en casa, posterior a la aplicación de la encuesta, en donde primero se ha ordenado la información obtenida para posteriormente proceder con el ingreso de los datos al programa Excel de manera ordenada en función a cada respuesta realizada en la encuesta a los comerciantes, para posteriormente realizar el

procesamiento de datos que permitió llegar a los resultados presentados en el capítulo III, los mismos que hacen referencia a cada componente, indicador, dimensión y variable, que finalmente alimentan con información a las discusiones, conclusiones y recomendaciones.

Análisis estadísticos de datos

Las técnicas que se utilizaron fueron las siguientes de acuerdo a (Aguirre & Silva, 2013, p.65):

- 1. Tablas estadísticas:** Utilizados para presentar los resultados de cada uno de los Ítems presentados en el cuestionario, de manera ordenada y uniforme que permitan ser entendidos por todo individuo que realice consultas a la presente investigación. Las tablas fueron elaboradas en el sistema informático de procesamiento de datos Excel y su análisis documental en Word.
- 2. Gráficos estadísticos:** Posterior a la elaboración de las tablas estadísticas, usando el mismo programa Excel se procesó la información en gráficos estadísticos con una única presentación para toda la información, los mismos que fueron analizados en el programa Word para tener un mayor entendimiento de su contenido, información que además sirvió para llegar a determinar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

2.6. Aspectos Éticos

Como criterios éticos utilizados tenemos:

Consentimiento informado, referido al conocimiento previo que se le ha dado a cada uno de los comerciantes que participaron en la aplicación del cuestionario, explicándoles el propósito e importancia de la presente investigación y haciéndoles resaltar que lo manifestados por ellos sólo es para efectos de estudio y se mantendrá la reserva del caso.

La confidencialidad, desde el punto de vista de mantener en reserva la identidad del informante, pues sólo es para efectos de estudio la aplicación de la encuesta, además dentro del esquema entregado a cada comerciante para que brinde sus respuestas no tiene identificación del informante.

2.7. Criterios de rigor científico

Se consideraron los siguientes:

Credibilidad; por la información que contiene la investigación, la cual ha sido tomada en el caso de la descripción de la realidad problemática y los antecedentes de la investigación de investigaciones previas realizadas por otros autores, el marco teórico por investigadores que se dedican a escribir libros y artículos del contenido de cada variable y respecto a los resultados y demás información es el aporte del investigador que tienen como sustento y fundamento el contenido de las respuestas dadas por los comerciantes en el cuestionario realizado.

Aplicabilidad, por la veracidad de la información que contiene la investigación, el proceso desarrollado durante el transcurso del tiempo utilizado, información que puede ser utilizada por otros investigadores como referencia a sus estudios realizados.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Resultado de tablas y figuras.

A. Análisis de la aplicación de la Encuesta a los comerciantes del Mercado 28 de Julio.

Tabla 1

Conoce los beneficios tributarios aprobados por el gobierno, aplicables en la provincia de Jaén.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	32	80%
Casi Nunca	0	0%
A veces	3	8%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	5	12%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

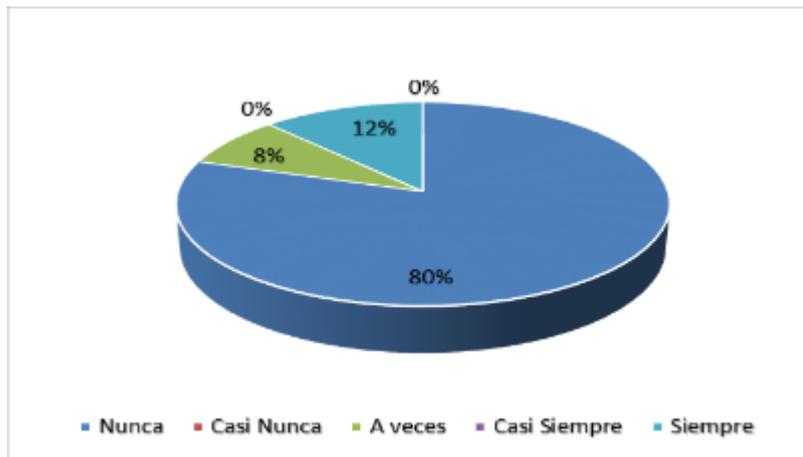


Figura 1: Según la tabla 1 y la figura 1; podemos indicar que el 80% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que NUNCA han conocido los beneficios tributarios aprobados por el gobierno, lo cual nos refleja el gran vacío en cuanto a beneficios tributarios se refiere. Tan sólo el 12% de los encuestados nos indicó SIEMPRE conocer sobre los beneficios tributarios, mientras que el 8% dijo que A VECES conocen sobre los beneficios tributarios aprobados por el gobierno, aplicados en la provincia de Jaén.

Tabla 2

Existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	21	53%
Casi Nunca	8	20%
A veces	0	0%
Casi Siempre	1	3%
Siempre	10	24%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

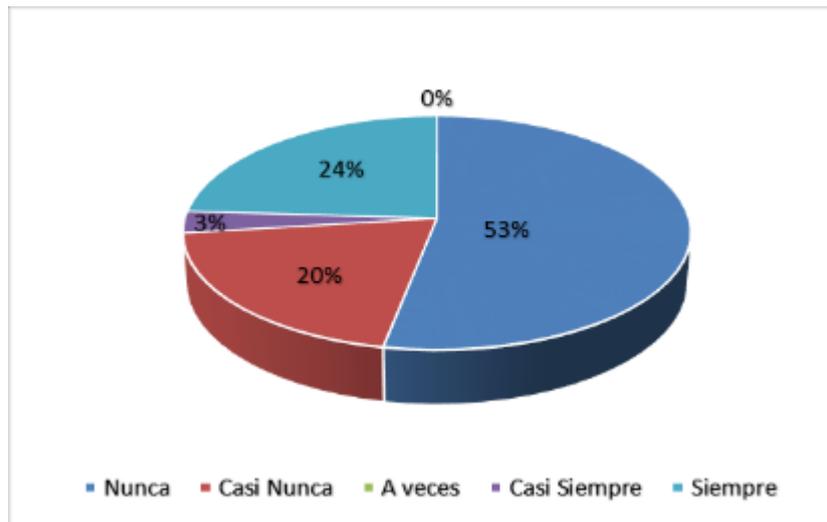


Figura 2: Según la tabla 2 y la figura 2; podemos señalar que el 53% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que NUNCA existen regímenes tributarios que brinden beneficios al contribuyente, reflejándose nuevamente un alto nivel de desconocimiento en temas tributarios por parte de los comerciantes del Mercado 28 de Julio. El 24% indicó que SIEMPRE existen regímenes tributarios que brindan beneficios, el 20% dijo que CASI NUNCA, mientras que el 3% respondió que CASI SIEMPRE existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente.

Tabla 3

Es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	25	62%
Casi Nunca	6	14%
A veces	3	8%
Casi Siempre	3	8%
Siempre	3	8%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

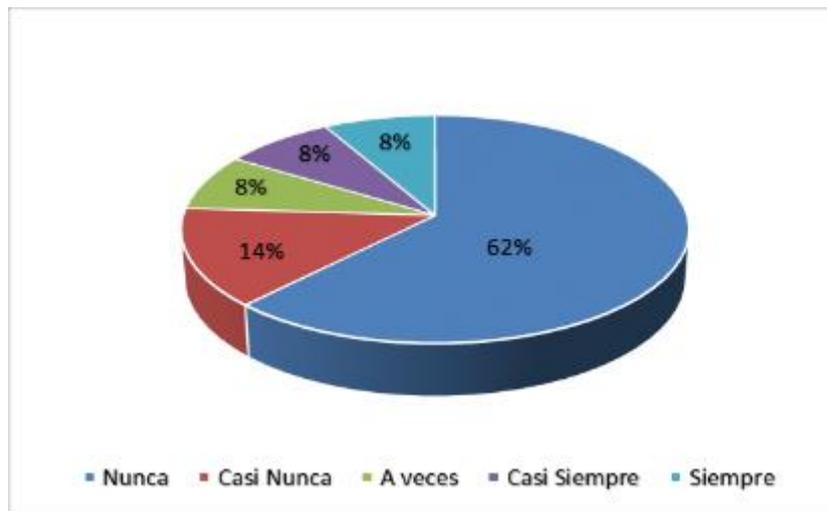


Figura 3: Según la tabla 3 y la figura 3; podemos demostrar que el 62% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados dieron a conocer que NUNCA es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país, lo cual indica la necesidad de manejar una comunicación más clara y sencilla para que pueda ser entendible fácilmente por los comerciantes. El 14% dijo que CASI NUNCA es entendible el sistema tributario, evidenciando con esto una de las causas que conllevan a la informalidad. El 8% contestó A VECES es entendible el sistema tributario, mientras que el 8% indicó que CASI SIEMPRE y el otro 8% SIEMPRE es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país.

Tabla 4

El sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	37	93%
Casi Nunca	1	3%
A veces	2	4%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

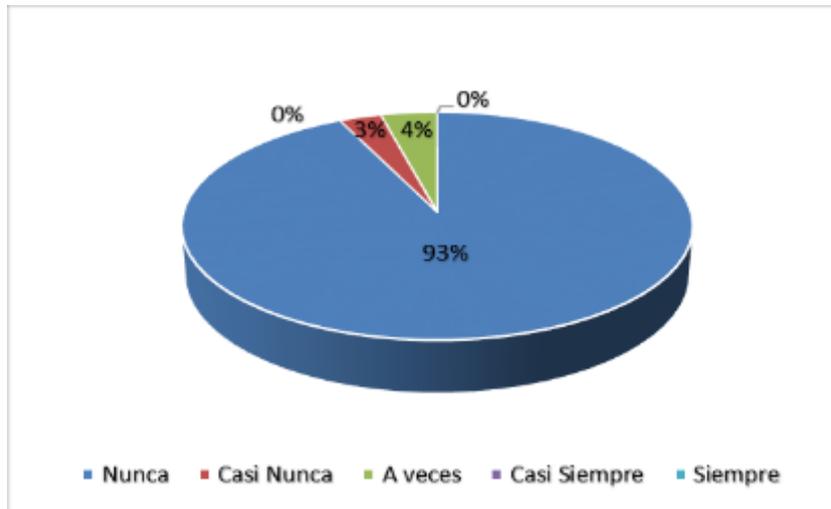


Figura 4: Según la tabla 4 y la figura 4; podemos señalar que el 93% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que NUNCA el sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia la norma, con lo que podemos inferir que no se está manejando equitativamente las normas para todos los contribuyentes. El 3% contestó CASI NUNCA, mientras que el 4% indicó que A VECES el sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes.

Tabla 5

Los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	9	22%
Casi Siempre	9	23%
Siempre	22	55%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

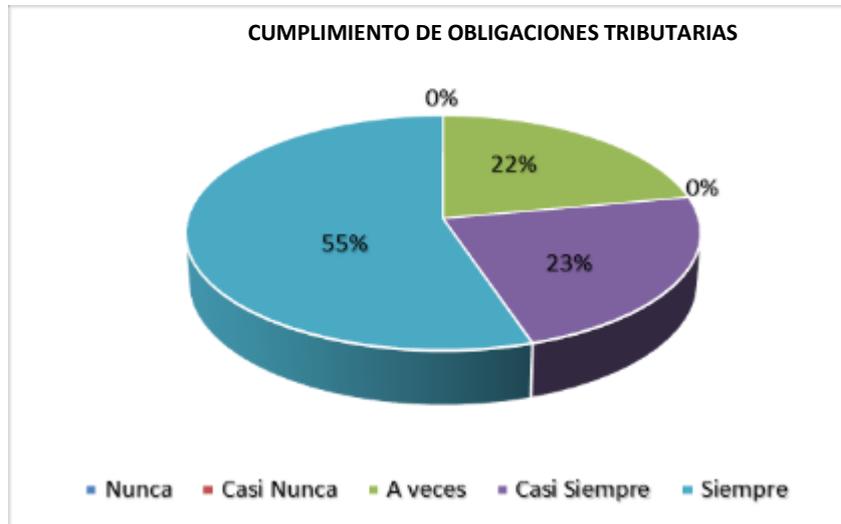


Figura 5: Según la tabla 5 y la figura 5; podemos señalar que el 55% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados dieron a conocer que SIEMPRE los cambios constantes que dan las normas influyen en la informalidad, lo que nos evidencia inestabilidad en el ámbito tributario en nuestro país. El 23% respondió CASI SIEMPRE y el 22% indicó que A VECES los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente.

Tabla 6

El estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	32	80%
Casi Nunca	4	10%
A veces	2	5%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	2	5%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

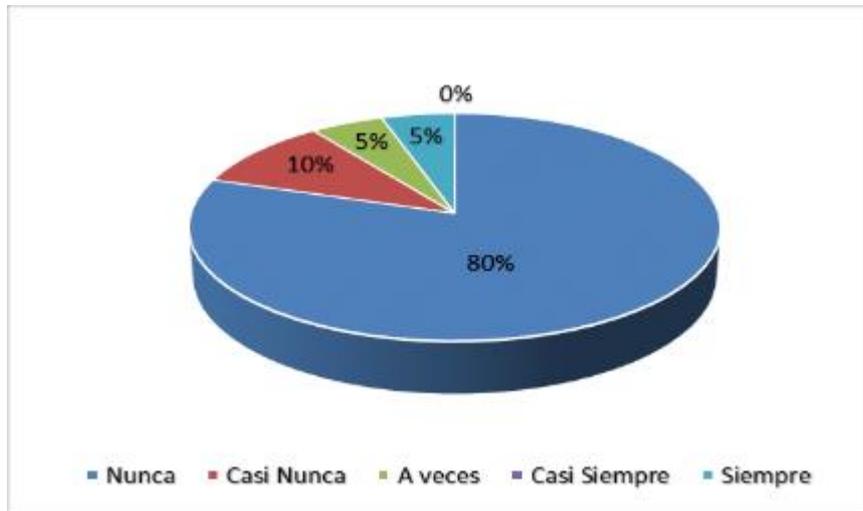


Figura 6: Según la tabla 6 y la figura 6; se indica que el 80% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que NUNCA el Estado comunica sus cambios tributarios, lo cual afecta a los comerciantes generando en ellos desactualización y con ello informalidad que muchas veces es involuntaria. Así mismo, el 5% señaló que SIEMPRE el estado comunica los cambios, siendo éste un nivel muy bajo. Mientras que otro 5% indicó A VECES son informados por el Estado sobre los cambios de las normas tributarias.

Tabla 7

Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria.

Categoria	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	14	35%
Casi Nunca	3	8%
A veces	4	10%
Casi Siempre	2	5%
Siempre	17	42%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

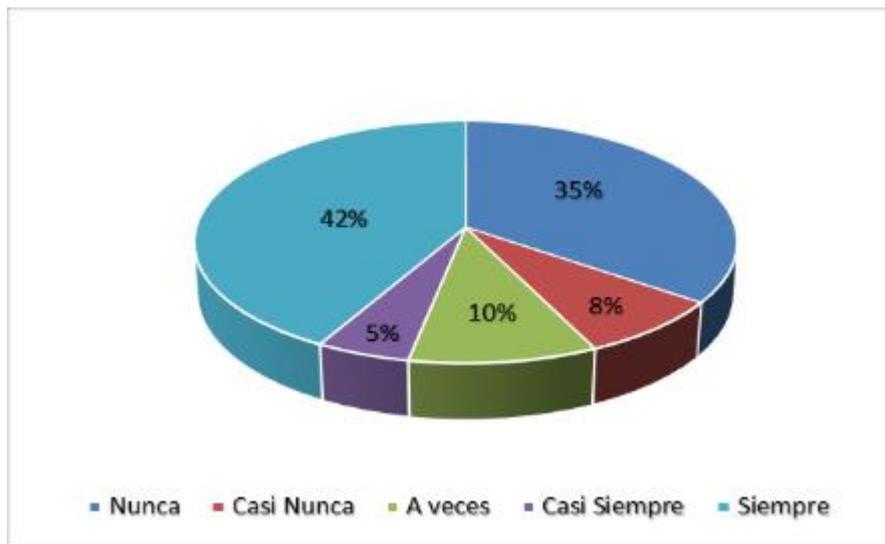


Figura 7: Según la tabla 7 y la figura 7; podemos señalar que el 42% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que SIEMPRE han optado por la informalidad debido a los constantes cambios en la legislación tributaria, lo que les genera inestabilidad y desconocimiento para poder formalizarse y tributar. El 35% respondió NUNCA es informal por los cambios de legislación, el 10% A VECES y el 8% CASI NUNCA, mientras que el 5% CASI SIEMPRE es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria.

Tabla 8

Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	5%
Casi Nunca	2	5%
A veces	13	32%
Casi Siempre	3	8%
Siempre	20	50%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

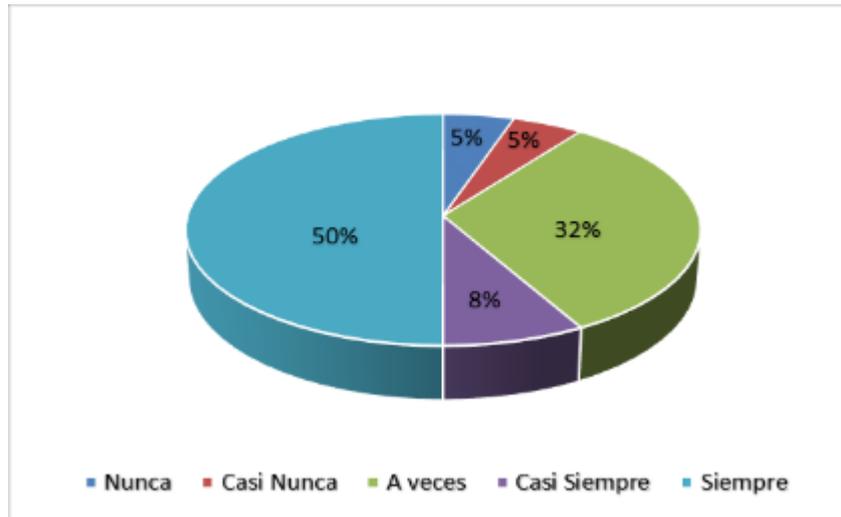


Figura 8: Según la tabla 8 y la figura 8; podemos señalar que el 50% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados dieron a conocer que SIEMPRE los cambios de legislación generan riesgos, el 32% A VECES estos cambios de legislación pueden generar riesgos, el 8% CASI SIEMPRE indico que los cambios de legislación generan riesgos, mientras que el 5% dijo que NUNCA y el otro 5% señaló que CASI NUNCA los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones.

Tabla 9

Como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	22	54%
Casi Nunca	1	3%
A veces	3	8%
Casi Siempre	1	3%
Siempre	13	32%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

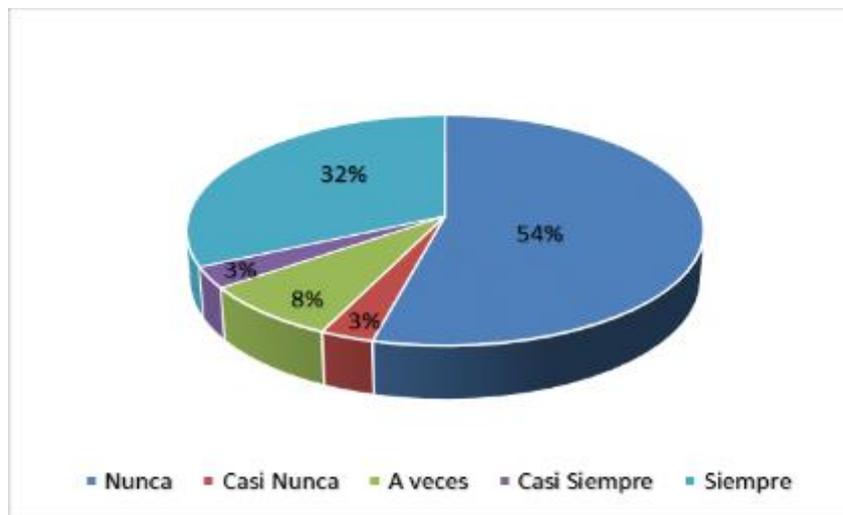


Figura 9: Según la tabla 9 y la figura 9; podemos demostrar que el 54% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que NUNCA saben presentar sus declaraciones y pagos de liquidación debido a la falta de conocimiento y orientación por parte del ente recaudador. Sólo el 32% respondió SIEMPRE saber cómo presentar sus declaraciones y pagos. El 8% contestó A VECES, el 3% CASI NUNCA y el otro 3% CASI SIEMPRE saben cómo presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT.

Tabla 10

No pagar sus impuestos a tiempo generan riesgos en su negocio

Categoria	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	17%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	3%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	32	80%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

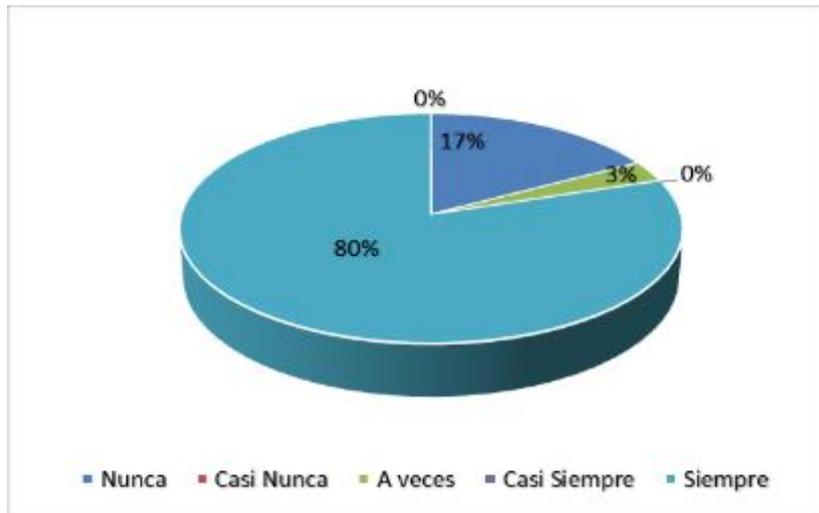


Figura 10: Según la tabla 10 y la figura 10; tenemos que el 80% de los comerciantes encuestados contestó SIEMPRE, con lo cual podemos demostrar que existe un elevado índice de comerciantes que sí son conscientes de los riesgos que pueden tener en su negocio por laborar de manera informal. Mientras que el 17% dijo NUNCA saber que pagar sus impuestos a tiempo generará riesgos y el otro 3% contestó A VECES saber.

Tabla 11

Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	22	55%
Casi Nunca	0	0%
A veces	7	18%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	11	27%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

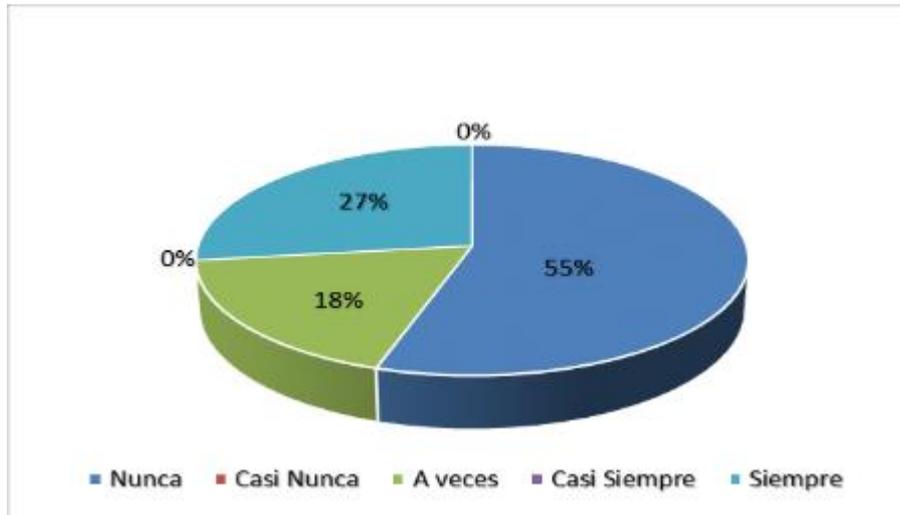


Figura 11: Según la tabla 11 y la figura 11; podemos demostrar que el 55% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que NUNCA conocen de los trámites que deben realizar para formalizarse, lo cual nos indica un índice muy elevado de comerciantes que no están informados en cuanto a trámites y sería éste un factor fundamental que conlleva a la informalidad; el 27% SIEMPRE conocen de los trámites para formalizar su negocio, mientras que el 18% A VECES conocen de los tramites que debe realizar para formalizar su negocio.

Tabla 12

Los trámites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	11	28%
Casi Nunca	2	5%
A veces	5	13%
Casi Siempre	2	5%
Siempre	20	49%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

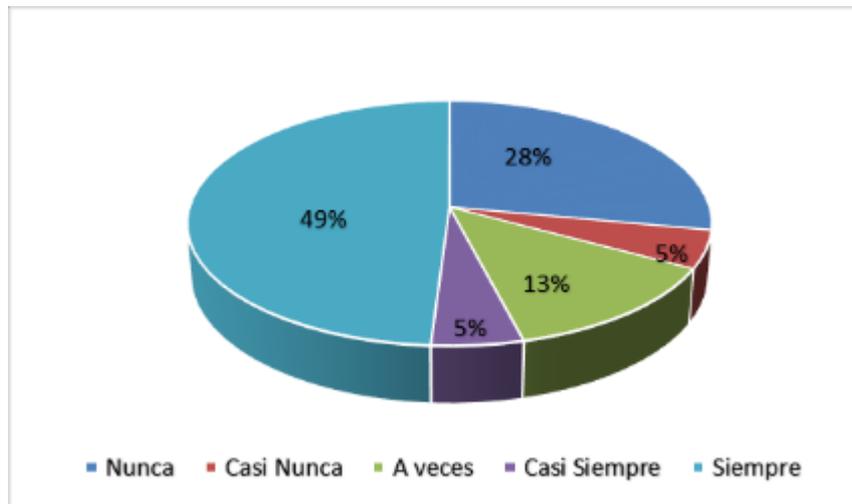


Figura 12: Según la Tabla 12 y la Figura 12; podemos demostrar que el 49% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que SIEMPRE los tramites que tiene SUNAT para formalizar su negocio es complicado, al 28% NUNCA le parece complicado los tramites de SUNAT para formalizar su negocio, al 13% A VECES les parece complicado los tramites, mientras que al 5% CASI SIEMPRE y al otro 5% CASI NUNCA les parece complicados los tramites que tienen que hacer en SUNAT para formalizar su negocio. Observamos que existe la necesidad de simplificar los trámites para que no resulte tan tedioso para los comerciantes el hecho de formalizarse.

Tabla 13

Ha sido beneficiado por alguna institución del Estado por pagar sus impuestos a tiempo.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	40	100%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

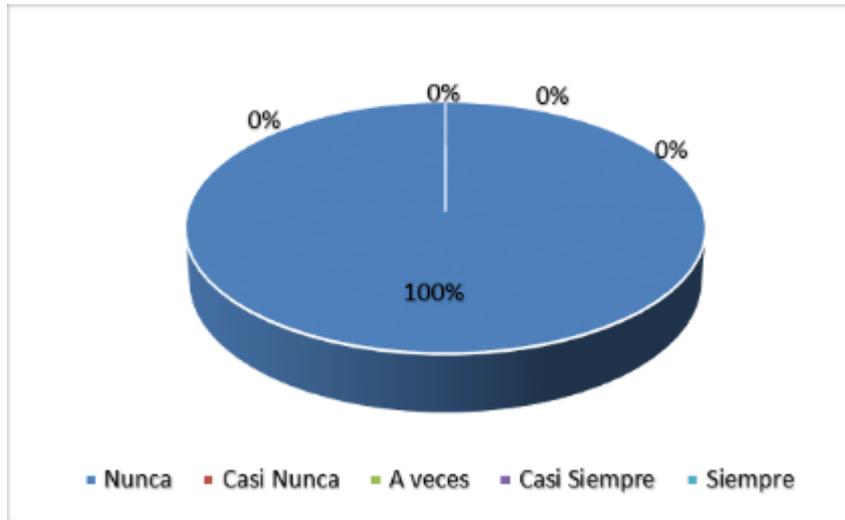


Figura 13: Según la Tabla 13 y la Figura 13; podemos indicar que el 100% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados dieron a conocer que NUNCA han sido beneficiados por ninguna institución del Estado por pagar sus impuestos a tiempo, lo cual nos indica que por parte del estado no existe un plan de incentivos para aquellos contribuyentes que cumplen puntualmente con su obligación tributaria.

Tabla 14

El Estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	40	100%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

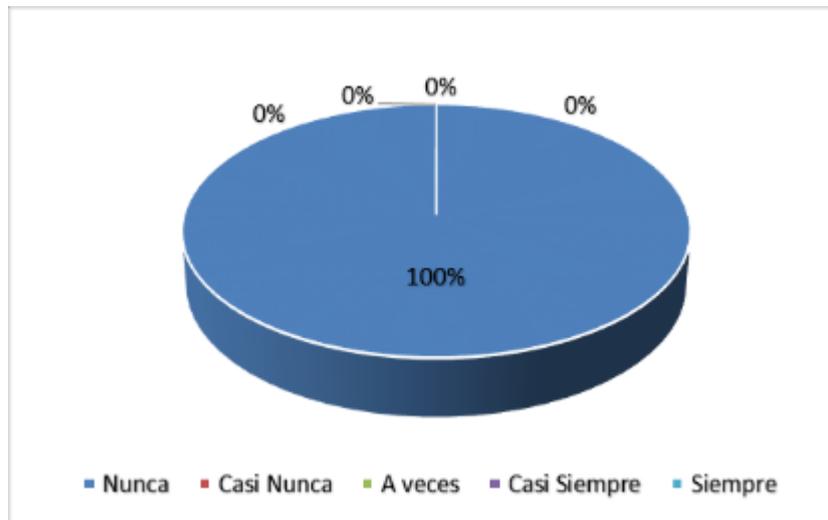


Figura 14: Según la Tabla 14 y la Figura 14; podemos señalar que el 100% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que NUNCA el estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente, con este indicador observamos que la totalidad de los encuestados manifestaron que el estado NUNCA premia a aquellos contribuyentes que son responsables con sus pagos.

Tabla 15

La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	22	54%
Casi Nunca	3	8%
A veces	13	33%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	2	5%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

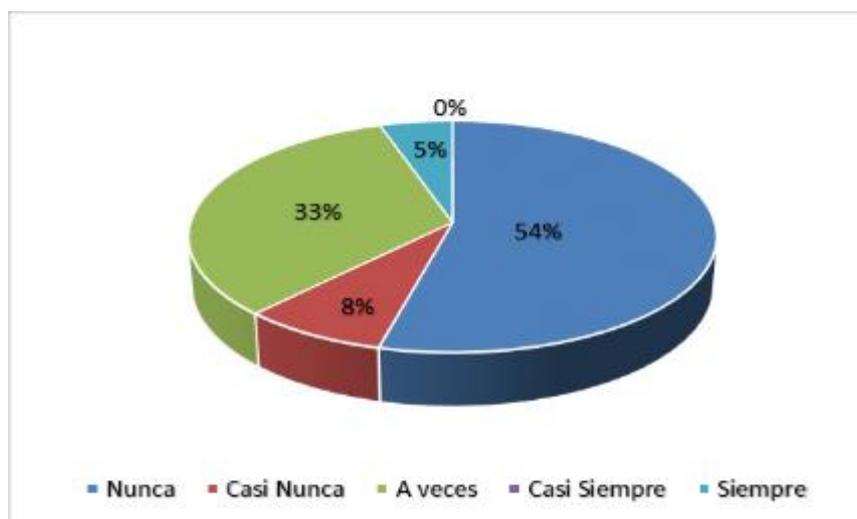


Figura 15: Según la Tabla 15 y la Figura 15; podemos indicar que el 54% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que NUNCA la política tributaria aprobada por el gobierno protege sus derechos, el 32% A VECES cree que la política tributaria protege sus derechos, el 8% CASI NUNCA creen que la política tributaria aprobada por el gobierno proteja sus derechos, mientras que el 5% SIEMPRE creen que la política tributaria aprobada por el gobierno de turno protege sus derechos de generar negocio.

Tabla 16

Es beneficioso mantenerse en la informalidad.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	13	32%
Casi Nunca	0	0%
A veces	9	23%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	18	45%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

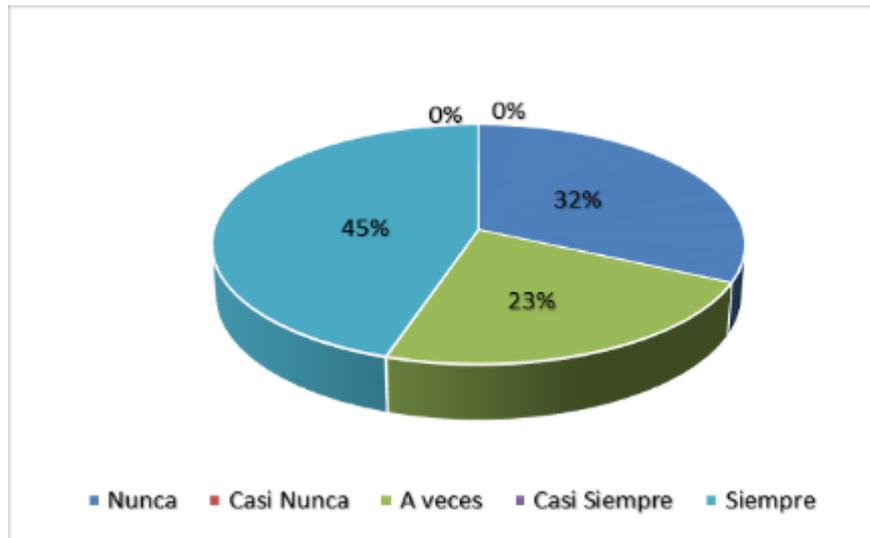


Figura 16: Según la Tabla 16 y la Figura 16; podemos demostrar que el 45% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que SIEMPRE es beneficioso mantener la informalidad ya que evaden el pago de sus impuestos por lo que les parece más rentable, el 32% indicó que NUNCA es beneficiosa la informalidad ya que podría tener como consecuencia el cierre de sus locales o la multa por el incumplimiento de sus obligaciones tributarias, mientras que el 23% señaló que A VECES es beneficioso mantenerse en la informalidad.

Tabla 17

Tiene derecho al uso del espacio público.

Categoria	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	8	20%
Casi Nunca	0	0%
A veces	10	25%
Casi Siempre	2	5%
Siempre	20	50%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

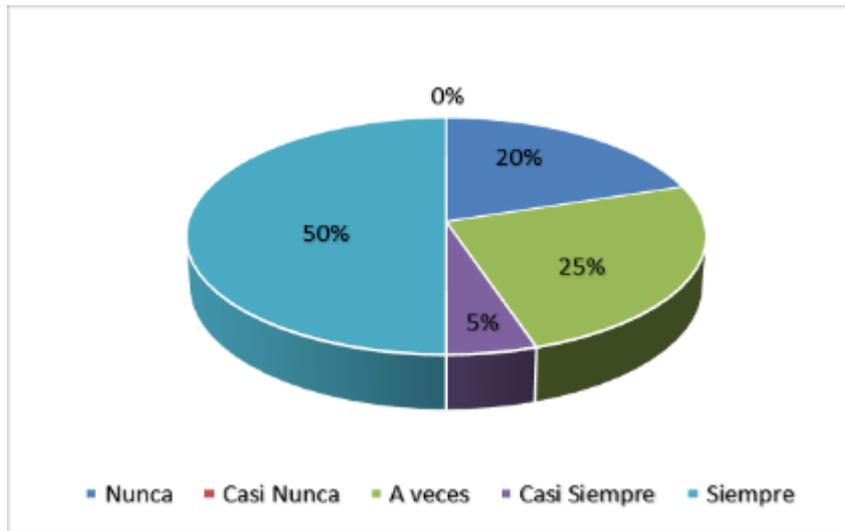


Figura 17: Según la Tabla 17 y la Figura 17; podemos indicar que el 50% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados dieron a conocer que SIEMPRE tienen derecho al uso del espacio público aunque indicaron que muchas veces éste espacio público no es respetado y es tomado por la mayoría de ambulantes que deliberadamente invaden por doquier generando desorden e incomodidad en los transeúntes, el 25% indicó A VECES creer que tienen derecho al uso del espacio público, el 20% creen que NUNCA tienen ese derecho, mientras que el 5% señaló que CASI SIEMPRE tienen derecho al uso del espacio público.

Tabla 18

Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	17%
Casi Nunca	0	0%
A veces	7	17%
Casi Siempre	11	28%
Siempre	15	38%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

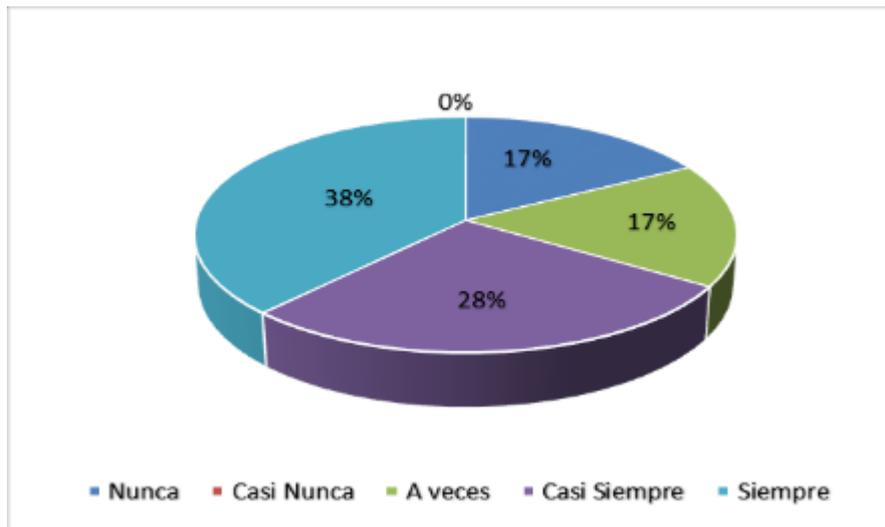


Figura 18: Según la Tabla 18 y la Figura 18; podemos indicar que el 38% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que SIEMPRE mantienen orden y limpieza cuando usan el espacio público, el 28% indicó que CASI SIEMPRE mantiene orden y limpieza, el 17% contestó que A VECES y el otro 17% señaló que NUNCA mantienen orden y limpieza cuando hacen uso del espacio público.

Tabla 19

Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	12	29%
Casi Nunca	0	0%
A veces	9	23%
Casi Siempre	12	30%
Siempre	7	18%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

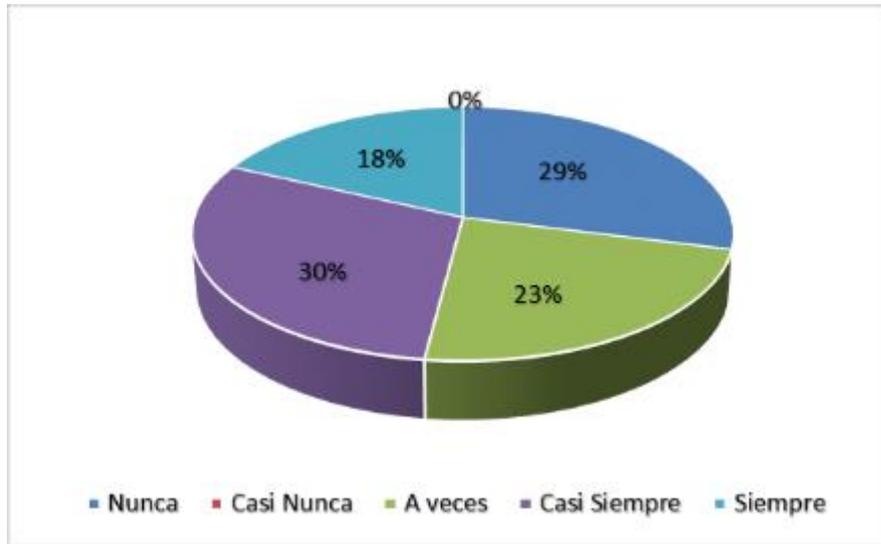


Figura 19: Según la Tabla 19 y la Figura 19; se señala que el 30% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que CASI SIEMPRE han tenido iniciativa de formalizar pero por motivos de falta de información y orientación no han podido formalizarse, el 29% dijeron que NUNCA han tenido intenciones de formalizarse, lo cual refleja la falta de motivación al comerciante por parte de la Administración tributaria; el 23% de encuestados señaló que A VECES tienen esa iniciativa, mientras que el 18% indicó que SIEMPRE han tenido la iniciativa de formalizar su negocio.

Tabla 20

Mantenerse en la informalidad es adecuado.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	11	27%
Casi Nunca	9	23%
A veces	14	35%
Casi Siempre	6	15%
Siempre	0	0%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

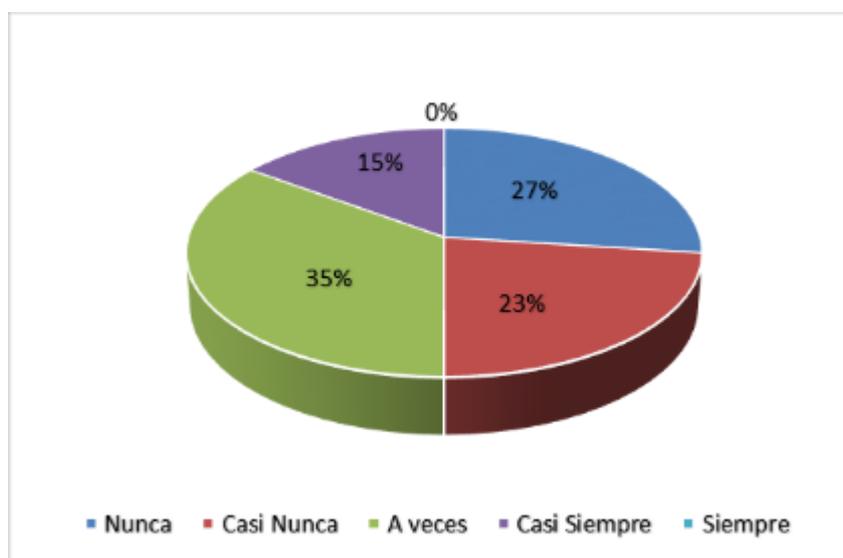


Figura 20: Según la Tabla 20 y la Figura 20; se demuestra que el 35% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que A VECES es adecuado mantener la informalidad, el 27% indicó que NUNCA es adecuado mantenerse en la informalidad ya que podría ser perjudicial para sus negocios más adelante; y el 23% indicaron CASI NUNCA creer que mantenerse en la informalidad sea adecuado, mientras que el 15% CASI SIEMPRE creen que mantenerse en la informalidad es adecuado ya que les parecía económicamente rentable para ellos no pagar sus impuestos.

Tabla 21

Sus aportes que realiza por el pago de impuestos creen que va a mejorar la infraestructura pública.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	22	55%
Casi Nunca	8	20%
A veces	2	5%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	8	20%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

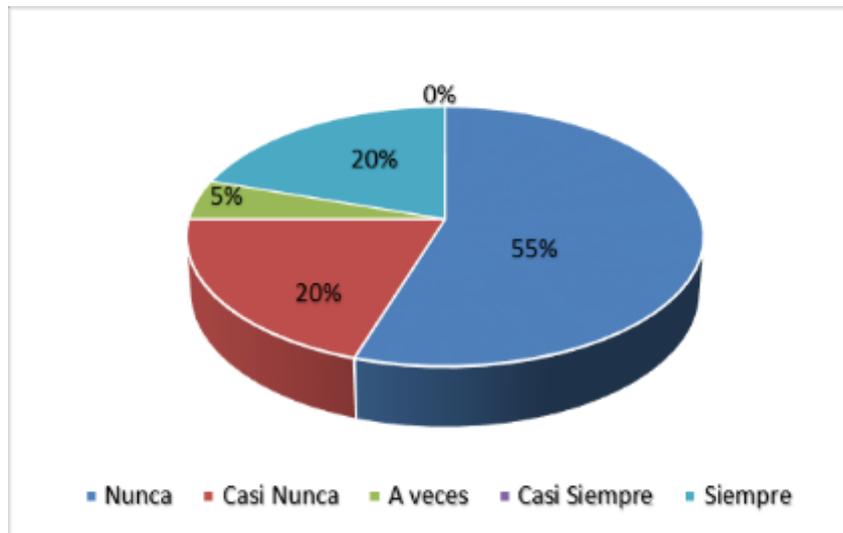


Figura 21: Según la Tabla 21 y la Figura 21; se indica que el 55% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados dieron a conocer que NUNCA creen que sus aportes van a mejorar la infraestructura pública con lo cual observamos un elevado índice de desconfianza por parte de los comerciantes ya que ellos mencionan que el mal manejo que se le da a los recursos es uno de los factores que los desanima a pagar sus impuestos, el 20% indicó que SIEMPRE creen que sus aportes realizados mejoraran la infraestructura, mientras que el 20% respondieron que CASI NUNCA y el 5% A VECES creen que sus aportes que realizan por el pago de impuestos van a mejorar la infraestructura pública.

Tabla 22

Los aportes que realiza por el pago de impuestos creen que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	28	69%
Casi Nunca	5	13%
A veces	5	13%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	2	5%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

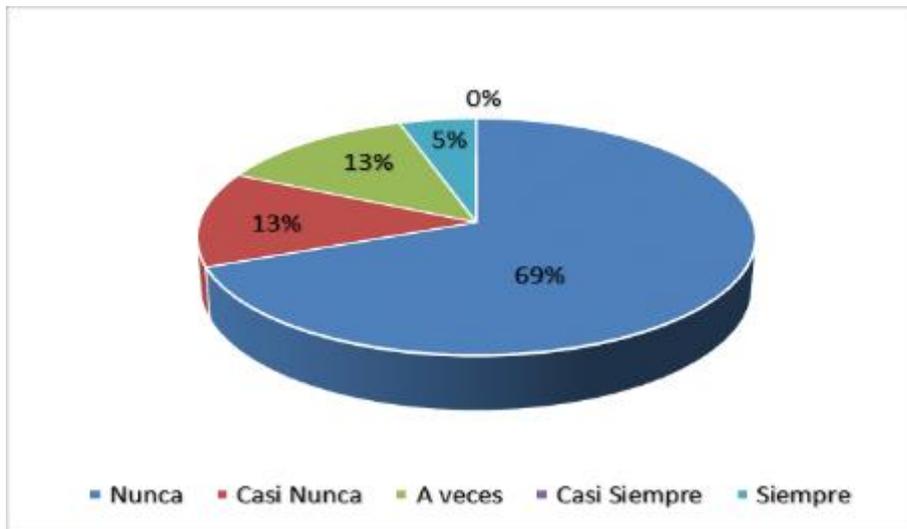


Figura 22: Según la Tabla 22 y la Figura 22; podemos señalar que el 69% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que NUNCA creen que sus aportes van a mejorar los servicios públicos ya que hasta ahora no se ha visto una mejoría en cuanto a servicios por parte del estado, el 13% indicó CASI NUNCA y el otro 13% respondieron A VECES creen que sus aportes mejoraran los servicios públicos, mientras que sólo el 5% SIEMPRE creen que los aportes que realizan por el pago de impuestos mejoran los servicios públicos que nos brinda el gobierno.

Tabla 23

Existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	17	42%
Casi Nunca	4	10%
A veces	11	28%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	8	20%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

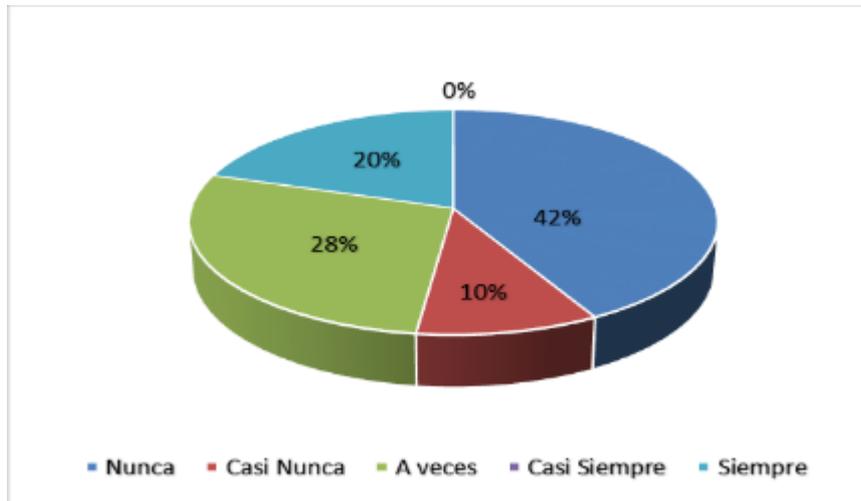


Figura 23: Según la Tabla 23 y la Figura 23; podemos indicar que el 42% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados manifestaron que NUNCA creen que existan normas aprobadas en beneficio de los contribuyentes debido a la falta de información que tiene en cuando a términos tributarios, el 28% dijeron que A VECES existen normas aprobadas en su beneficio, el 20% SIEMPRE creen que existen normas aprobadas en beneficio del contribuyente, mientras que el 10% dijo CASI NUNCA creer que existan normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes.

Tabla 24

Al formalizar su negocio creen que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central.

Categoría	Frecuencia	
	Cantidad	Porcentaje
Nunca	40	100%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
	40	100%

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 17/07/2018

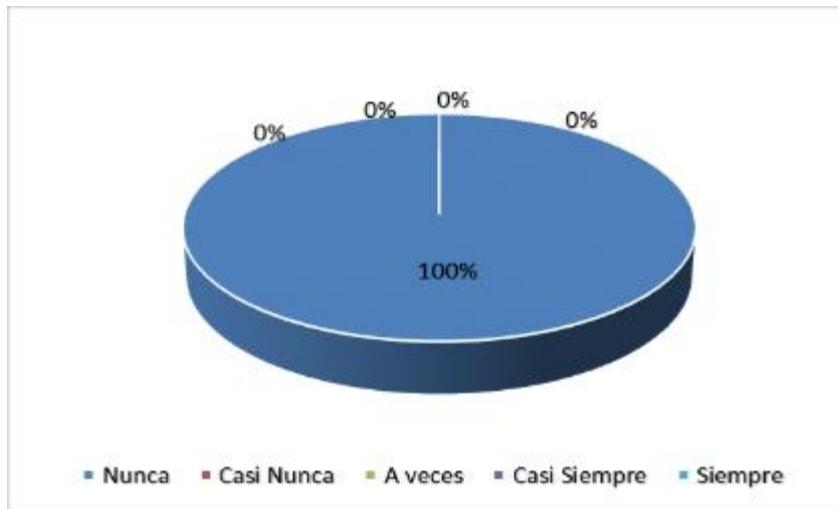


Figura 24: Según la Tabla 24 y la Figura 24; podemos señalar que la totalidad de los encuestados, o sea el 100% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio dieron a conocer que NUNCA al formalizar su negocio van a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central, lo cual nos muestra ese vacío por parte del Estado en cuanto a programas de incentivos para motivar a los comerciantes al pago puntual de sus impuestos.

Tabla 25*Resumen por dimensiones y variable*

Variable	Dimensiones	Categorías				
		nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
Estrategias Tributarias	Beneficios Tributarios	66,0	10,0	4,0	1,0	19,0
	Estructura y Definiciones Tributarias	78,0	9,0	6,0	3,0	4,0
	Cambio en la normativa	40,0	5,0	14,0	11,0	30,0
	Riesgos Tributarios	28,0	4,0	13,0	4,0	51,0
	Promedio	53,0	7,0	9,0	5,0	26,0
Informalidad	Registro e Impuestos	71,0	1,0	8,0	1,0	19,0
	Marcos legales y regulatorios	31,0	2,0	24,0	8,0	35,0
	Beneficios para Operar de Manera formal	54,0	11,0	17,0	8,0	10,0
	Promedio	52,00	5,00	16,0	6,00	21,0

Fuente: resultados del software SPSSv22 en base a encuesta aplicada

En la Tabla N° 25 se observan los promedios de las Dimensiones por cada categoría de las Variables Estrategias Tributarias e Informalidad.

Para la variable Estrategias Tributarias de las respuestas otorgadas a sus dimensiones, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado 28 de Julio tienen conocimientos bajos de los principales aspectos tributarios establecidos por el gobierno; así mismo podemos observar los resultados presentados en la Tabla N° 25, donde se puede ver los escasos conocimientos en las dimensiones de la variable estrategias tributarias, donde el 78,0% de los comerciantes manifestaron que la dimensión de estructuras y definiciones tributarias se ubica en la categoría NUNCA, el 66,0% en promedio respondieron NUNCA a los conocimientos de la dimensión de estructura y definiciones tributarios, el 40,0% en promedio de los comerciantes del mercado 28 de julio señalaron NUNCA a la dimensión de cambio en la normativa, por lo que se puede afirmar que carecen de conocimientos de la normativa tributaria aprobada por el gobierno respecto

a las modalidades de generar empresa. Solo la dimensión Riesgos tributarios con el 51,0% en promedio genera algunos aspectos positivos a la variable estrategias tributarias, así como el 30,0% en promedio de los encuestados que dieron a conocer que SIEMPRE el cambio en la normativa influye en mejorar a entender y mejorar algunos fundamentos estratégicos tributarios que tienen que saber para lograr formalización en sus negocios.

Para la variable Informalidad, el 71,0% en promedio de los comerciantes del mercado 28 de julio indicaron que NUNCA tienen conocimiento sobre los aspectos relevantes a tener en cuenta en la dimensión registros e impuestos para formalizar su negocio; el 54,0% en promedio de los encuestados señalaron que NUNCA han tenido conocimientos de los beneficios que pueden tener si operan de manera formal su negocio. Solo en la dimensión marcos legales y regulatorios el 35,0% en promedio de los comerciantes manifestaron que SIEMPRE los marcos legales y regulatorios tienen incidencia en sus negocios y en el pago de sus impuestos.

También podemos observar en la Tabla N° 25 que en promedio el 53,00% de los comerciantes encuestados indicaron que NUNCA conocen de los aspectos principales de la tributación respecto a beneficios tributarios, regímenes tributarios, normas tributarias, sistema tributario peruano, declaraciones y pagos de impuestos, riesgos tributarios. Por lo que se ha podido determinar que los conocimientos de los comerciantes del Mercado 28 de Julio con respecto a la tributación es bajo, teniendo que trabajar en mejorar sus conocimientos estableciendo estrategias que ayuden a cambiar en parte la idea del contribuyente para sacarlo de la informalidad en que se encuentra. Del resultado podemos recatar que el 26,00% en promedio de los comerciantes tienen conocimiento de algunos aspectos positivos relacionados con aspectos tributarios que pueden facilitar realizar esos cambios de mejora en el contribuyente, pues hay predisposición por aprender y buscar los medios necesarios para formalizar sus negocios haciendo uso de las estrategias tributarias.

Finalmente en la Tabla N° 25 también podemos observar que en promedio el 52,00% de los comerciantes del Mercado 28 de Julio encuestados respondieron que NUNCA han tenido conocimiento porque nadie les ha informado que pueden formalizar sus

negocios y que esta formalización traerá consigo mayores beneficios para ellos y la sociedad en su conjunto. Además, se ha determinado que existe la predisposición a la formalización por parte de los comerciantes encuestados para mejorar su situación empresarial, tal y como lo establece el 21% y el 16% en promedio de los encuestados. Todo depende de que alguna institución lidere la orientación y guía que necesita el comerciante para formalizar su negocio

3.2. Discusión de Resultados

Teniendo en cuenta los objetivos materia de estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación, los resultados obtenidos y el análisis de los resultados de la encuesta, puedo indicar lo siguiente:

1.- El Objetivo Específico: “Identificar las estrategias tributarias que conocen los comerciantes del mercado 28 de Julio”.

De los resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, podemos indicar que el conocimiento sobre estrategias tributarias que tienen los comerciantes tal y como se visualiza en la Tabla N° 25 referente a la variable Estrategias Tributarias está en **Nivel Medio**, pues en sus tres dimensiones (beneficios, estructura y definiciones, cambio en la normativa y riesgos tributarios) los resultados están distribuidos en mayor proporción entre las categorías Nunca (53,0%), Siempre (26,00%) y A Veces (9,00%) , influenciados estos resultados por el alto porcentaje obtenidos en las preguntas referentes a la dimensión de Beneficios Tributarios, siendo: Para la Pregunta 1 – *Conoce usted los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicables en la provincia de Jaén*, 80% Nunca (Tabla 1), Pregunta 2 - *sabe que existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente*. 53% Nunca (tabla 2), en el caso de la dimensión de estructura y definiciones en la Pregunta 4 - *El sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes*. 93% Nunca (Tabla 4), la dimensión cambio a la normativa, la parte negativa está en los cambios constantes que se dan en la normatividad que tienen efectos en la informalidad (55% - Tabla 5) y la falta de comunicación de los cambios en la normativa tributaria (80% - Tabla 6); en la dimensión Riesgos Tributarios sucede lo contrario, acá los puntos más

relevantes son que: los comerciantes tienen conocimiento que no pagar sus impuestos genera riesgos en su negocio (80% - Tabla 10), el comerciante es informal por los constantes cambios que existen en las normas tributarias (42% - Tabla 7), los cambios en la legislación generan riesgos para cumplir con sus obligaciones (50% - Tabla 8), y el desconocimiento en la presentación de sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT (54% - Tabla 9).

2.- El Objetivo Específico N° 2: “Conocer las actitudes de los comerciantes del Mercado 28 de Julio frente a la formalización”.

De los resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, podemos observar que en mayor proporción los comerciantes tienen **actitudes negativas** y eso podemos verlo en la Tabla 25 donde las dimensiones Registro e impuestos, Marcos legales – regulatorios, y Beneficios para operar de manera formal muestran en mayor proporción resultados negativos en la categoría más baja (nunca), pudiendo afirmar también de los mismos resultados que el 21% de los comerciantes en promedio también muestran **actitudes positivas** hacia la formalización, siendo la dimensión marcos legales y regulatorios la que mayor efecto genera en el comerciante para formalizar su negocio con el 35%. Las actitudes negativas con mayor claridad las podemos observar en las siguientes respuestas: Pregunta 11 - *Conoce qué trámites debe realizar para formalizar su negocio.* 55% Nunca (Tabla 11); Pregunta 12 - *Los trámites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados.* 49% Siempre (Tabla 12); Pregunta 13 - *Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo.* 100% Nunca (Tabla 13); Pregunta 16 - *Es beneficioso mantenerse en la informalidad* 45% Siempre (Tabla 16); Pregunta 20 - *Mantenerse en la informalidad es adecuado* 35% A Veces (Tabla 20); Pregunta 21 - *Sus aportes que realiza por el pago de impuestos cree que van a mejorar la infraestructura pública* 55% Nunca (Tabla 21), Pregunta 22 - *Los aportes que realiza por el pago de impuestos cree que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno* 69% Nunca y el 13% Casi Nunca (Tabla 22); Pregunta 24 - *Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central.* 100% Nunca (Tabla 24), por lo que

se tienen que trabajar en cambiar las actitudes que se ven reflejadas de los comerciantes para orientarlos correctamente hacia la formalización.

3.- El Objetivo Específico N° 3: “Establecer qué estrategias tributarias permiten reducir la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén”.

De los resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, podemos observar que las estrategias tributarias pueden reducir la informalidad generando efectos positivos en los negocios de los comerciantes, tal como se visualiza en la dimensión riesgos tributarios de la variable estrategias tributarias en la pregunta 10, donde el 80% de los encuestados respondieron que al no pagar sus impuestos a tiempo genera un riesgo en su negocio, por lo que este resultado se ve relacionado con la respuesta a la pregunta 19 donde el 30% de los encuestados manifestaron que *han tenido la iniciativa de formalizar su negocio alguna vez*, por lo que de las repuestas otorgadas por los comerciantes se pueden establecer las siguientes estrategias tributarias como una medida para reducir la informalidad comercial en el Mercado 28 de Julio de Jaén:

- i. Realizar campañas periódicas de sensibilización y orientación al comerciante donde se le dé a conocer en su mismo lugar de trabajo aspectos relevantes de la tributación nacional que lo beneficie al formalizar su negocio.
- ii. Comunicar oportunamente al comerciante los cambios en la normatividad tributaria y de formalización aprobada por el gobierno.
- iii. Comunicar al comerciante de manera clara, sencilla y entendible los diferentes regímenes tributarios aprobados en el país y orientarlos a ubicarse en uno de ellos para que su negocio se mantenga en la formalidad.
- iv. Mayor publicidad en formalización y tributación sea a través de la prensa escrita o televisiva, utilizándolos como canales de comunicación que acerquen al gobierno con el contribuyente.
- v. Participación de todas las instituciones públicas y la sociedad para generar en los comerciantes actitudes positivas hacia la formalización.
- vi. Diseñar e implementar un programa educativo que permita orientar hacia la formalización al comerciante explicando de manera clara y didáctica todos los beneficios que va a obtener al formalizar su negocio.

- vii. Campañas de Información a la población en general y los comerciantes formales e informales sobre los fundamentos que existan, sobre los tributos y los servicios que mejora el gobierno con la recaudación de ellos, así como la forma en que se determinan sus impuestos y cuál es su finalidad en el desarrollo de las ciudades y en general en el país.
- viii. Implementar una oficina especial de orientación al comerciante para que con el personal especializado en tributación y comercio ayuden a los interesados en generar negocio y mantener siempre un negocio formal, para evitar el desorden e inseguridad que se genera al tener negocios informales.

4.- Referente a los antecedentes planteados en los estudios referenciales relacionados con las variables de la presente investigación se puede afirmar que los resultados a los que se ha llegado en el presente trabajo de investigación se relacionan con lo fundamentado por Salazar (2014), quien en su investigación concluye que en los procesos existen limitaciones por falta de estrategias y políticas efectivas de recaudación, así como también la falta de divulgación e información al contribuyente, tal y como se ha determinado en la presente investigación realizada a los comerciantes del Mercado 28 de Julio; también Pérez (2012) llegó a concluir en su investigación que existe carencia en los comerciantes del municipio de San Diego en cumplir con sus obligaciones tributarias, pues como inician sus actividades sin la debida preparación legal y tributaria, unido a la poca importancia tributaria que le dan a sus compromisos el autor determina en su investigación que hay necesidad de una propuesta que proporcione a los comerciantes herramientas que sean de utilidad para el contribuyente y beneficio para el gobierno al incrementar su recaudación tributaria, tal y como se ha llegado a determinar en la presente investigación respecto a la necesidad del uso de estrategias tributarias que ayuden a reducir la informalidad. A nivel nacional, tenemos que la presente investigación se relaciona con lo determinado por Mori (2011) donde concluye: que una de las causas de incumplimiento tributario se debe a la ausencia de conciencia tributaria que se traduce en un cambio de actitudes, tal y como se ha dado en la investigación planteada, pudiendo establecerse a la educación y cultura como estrategias importantes para generar conciencia tributaria en el contribuyente y orientarlo hacia la formalización de su negocio y mantenerse dentro de ella.

3.3. Aporte científico: Propuesta de estrategias

3.3.1 Denominación

“Propuesta de Estrategias Tributarias para reducir la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de julio, 2018”

Este capítulo es el resultado del presente estudio que fue realizado a los comerciantes del Mercado 28 de Julio, donde se ha tomado conocimiento de la informalidad que reina dentro de sus instalaciones, la cual es importante conocer para que posteriormente se puedan realizar programas o actividades que ayuden a mejorar y salir de esta posición a los comerciantes y a la ciudad de Jaén en general.

Dentro de la investigación se realizaron interrogantes que han ayudado a tener conocimiento de la falta de información que tienen los comerciantes del Mercado 28 de Julio sobre aspectos básicos de la tributación que se maneja en el país y cuál es su fundamento constitucional del por qué todos los ciudadanos debemos contribuir con el estado y ser vigilantes de que efectivamente se realicen las operaciones de retención de los impuestos, los mismos que posteriormente son reportados al estado por los contribuyentes vía su declaración jurada mensual de acuerdo a lo establecido en la normativa legal sobre tributación aprobada en el país.

Bajo estos argumentos se ha planteado en el presente capítulo una propuesta que contiene algunas de las principales estrategias tributarias que van a permitir que el comerciante se formalice, pudiendo incluso posterior a la formalización ser sujetos beneficios que se dan en el país a aquellos contribuyentes que mantienen al día su información, esto por el lado de otras actividades relacionadas como las financieras.

3.3.2 Responsable

La responsable de la presente propuesta es la **investigadora**, desarrollando un trabajo coordinado con los mismos beneficiarios del Mercado 28 de Julio, pues de ellos

depende que esta propuesta se haga realidad o solo quede como parte del presente estudio.

Bach. Balbuena Campos Kattia Stephany Nataly

3.3.3 Fundamentación

La propuesta está fundamentada en la política tributaria nacional, la misma que es sostenible en el tiempo, pues hablar de gestión tributaria en el país es importante tanto para el gobierno como para la sociedad porque es el elemento principal de la economía con que se desarrollan los países, porque logra aportar ingresos que financian el gasto público. Por lo que se puede afirmar que es una de las herramienta más importante de la política fiscal nacional, en él se especifica tanto los recursos destinados a cada programa social como también su financiamiento, a la vez que incentiva el crecimiento de determinados sectores; por ejemplo otorgando exoneraciones, incentivos, rebajas especiales, etc.

Además, al dar a conocer a los comerciantes la importancia que tienen cada uno de ellos y la tributación en el desarrollo del país y las ciudades, vamos a conseguir que éstos tengan mayor conciencia y desarrollen sus actividades dentro de la formalidad empresarial, sin trabajar de espaldas al desarrollo de la ciudad y el país.

Motivo por el cual se está proponiendo el siguiente capítulo de estrategias tributarias que van a ayudar a reducir la informalidad comercial que se vive en el Mercado 28 de Julio de Jaén, teniendo en cuenta los principales conocimientos tributarios que debe saber cada comerciante, lo que ayudará en la decisión de formalización, permitiendo que exista orden, seguridad y que el estado capte mayores ingresos en la recaudación fiscal.

3.3.4 Finalidad

Es para generar mayores conocimientos en el comerciante que ayuden a mantener el orden en el lugar donde realizan sus actividades, tener y reportar mayores ingresos al estado vía declaración jurada de los ingresos alcanzados, mayor capacidad para acceder a financiamientos otorgados por las empresas del sistema financiero, ayudar a los ciudadanos a exigir su comprobante de pago en las demás zonas comerciales, de

tal manera que el estado pueda tener mayor recaudación fiscal para poder brindar mejores servicios básicos, mayor seguridad, mayor salud y mayor educación.

3.3.5 Actividades que realizan los Comerciantes del Mercado 28 de Julio

- Compra y venta de diversos artículos.
- Venta de productos de primera necesidad.
- Venta de productos de vestir y calzado.
- Servicio de despacho a domicilio de los productos solicitados – Transporte menor (moto taxis).
- Venta de Alimentos preparados, aptos para el consumo directo.
- Venta de licores y otros artículos
- Otras actividades relacionadas.

3.3.6 Objetivos Específicos de la Propuesta

- a) Facilitar a los comerciantes aspectos relevantes de la tributación en el Perú.
- b) Generar iniciativa de formalización en los comerciantes que ayuden a mejorar el orden y la atención en el Mercado 28 de Julio, así como también seguridad para el ciudadano.
- c) Fortalecer los conocimientos de aquellos ciudadanos que se mantienen parcialmente dentro de la formalidad, fortaleciendo su iniciativa de formalización.
- d) Influir en los comerciantes a formalizar sus negocios, lo que ayudará a incrementar el nivel de recaudación de impuestos por parte del gobierno para una mejor ejecución de obras públicas y mejora en la prestación de servicios.

3.3.7 Descripción de la Propuesta

1.- Objetivos Estratégicos de la Propuesta

- a) Brindar estrategias necesarias en el manejo tributario que ayude en la orientación del comerciante.
- b) Capacidad para fortalecer las iniciativas de formalización de cualquier comerciante o ciudadano del país.

- c) Facilidad de información para generar en el ciudadano mayor conocimiento fortaleciendo la educación tributaria que maneja.
- d) Ampliar la base de contribuyentes que maneja la administración al formalizarse más negocios.
- e) Espacios de fortalecimiento para otros ciudadanos que tengan participación comercial en la zona al dar a conocer los factores importantes de generar comercio formal.
- f) Impulsar iniciativas de formalización comercial en beneficio de la ciudadanía y del estado.

3.3.8 Propuesta de Plan de Mejora

Estrategia N° 1: Campañas de sensibilización y orientación

Es importante que el gobierno a través de las instancias correspondientes realice campañas de sensibilización y orientación continuas que ayuden a los ciudadanos y en especial a los comerciantes del Mercado 28 de Julio a conocer y valorar la importancia de realizar un comercio justo mediante la formalización, realizando los aportes tributarios correspondientes, sin omitir lo que realmente corresponde al estado recibir por generar negocio, impulsando la productividad que se viene dando en las diferentes ciudades del país, lo que nos llevaría a tener desarrollo económico, social (pobreza) y culturales, mejorando la posición de la ciudad, la región, el país y el mundo.

La institución llamada directamente a realizar estas campañas de orientación es la SUNAT por ser la institución que tienen a cargo la política tributaria que rige en nuestro país, sin dejar de lado las demás instituciones como las municipalidades que son quienes deben conservar el orden en las ciudades, pues al existir negocios formales en los mercados va haber mayor control en el desarrollo de sus operaciones, por lo tanto limpieza y seguridad que permitirá desarrollar sus actividades comerciales de manera apropiada a los ciudadanos y las ciudades en su conjunto.

- **RESPONSABLES:** SUNAT, Municipalidad Provincial de Jaén.

Estrategia N° 2: Comunicar los cambios en la Normativa Tributaria

Esta estrategia se formula con la preocupación y la iniciativa de fortalecer los conocimientos del comerciante respecto al manejo de la normativa tributaria para evitar que sea sancionado en el desarrollo de sus operaciones; que conozca los diferentes regímenes tributarios aprobados en el país a la fecha, donde se les explique todos los beneficios y las obligaciones que deben tener en consideración antes de elegir el régimen que mejor les convenga de acuerdo al desarrollo de sus operaciones, para lo cual es necesario que la SUNAT en coordinación con los miembros administrativos de la asociación de comerciantes del Mercado 28 de Julio programen charlas de fortalecimiento de conocimientos a sus asociados y demás contribuyentes para fortalecer sus iniciativas de negocios, a la vez que se da a conocer los beneficios de ser un negocio formal.

- **RESPONSABLES:** SUNAT

Estrategia N° 3: Mayor publicidad sobre tributación y formalización

Las instancias descentralizadas del gobierno, las asociaciones y los organismos no gubernamentales deben generar más espacios de coordinación e invertir en mayor publicidad respecto a fortalecer los conocimientos de los ciudadanos de la importancia del desarrollo de los países al tener una apropiada cultura tributaria, pues solo de esa manera vamos a lograr salir de la posición económica en la que se encuentra nuestro país y en especial nuestra región y nuestra ciudad, pues en los últimos años la informalidad y la inseguridad se han incrementado, generando con esto que en las ciudades reine el desorden y la desobediencia, por ello se tiene que realizar con mayor frecuencia espacios de publicidad donde se dé a conocer los aspectos más relevantes de la tributación; así como también, la importancia de desarrollar un negocio formal.

- **RESPONSABLES:** SUNAT, Municipalidad Provincial de Jaén.

Estrategia N° 4: Participación de todas la Instituciones Públicas y la Sociedad

Se pide que exista mayor participación de las diferentes Instituciones Públicas y la sociedad en su conjunto en el manejo de los diferentes temas del sistema tributario nacional, pues el buen uso y aplicación parte de cada uno de nosotros, por lo que el estado debe iniciar campañas de coordinación y fortalecimiento para impulsar una campaña de conciencia tributaria para que fortalezca la iniciativa de los contribuyentes a generar negocios formales, pudiendo tomar como centro piloto el Mercado 28 de Julio de nuestra ciudad, para posteriormente llevarlo a aplicar a los demás negocios de la ciudad, región y país, mejorando con esto la capacidad económica del gobierno para que pueda posteriormente revertir a la sociedad la mayor recaudación en mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

- **RESPONSABLES:** SUNAT, Municipalidad Provincial de Jaén.

Estrategia N° 5: Diseñar e implementar un Programa Educativo

Se propone ante los resultados conocidos de la encuesta aplicada, que el estado a través de SUNAT u otras iniciativas de la sociedad civil o empresarial, debe diseñar un programa educativo que permita dar a conocer al comerciante aspectos relevantes de la tributación y los efectos importantes de desarrollo que se da en las ciudades al contar con más negocios formales los cuales ayudan al desarrollo ordenado y seguro de las ciudades, motivo por el cual es necesario que el gobierno replantee su política de difusión tributaria que hasta la fecha ha venido utilizando, la misma que no ha dado resultado positivo pues la informalidad ha ido creciendo cada año más y con ello el desorden y la inseguridad, lo que podría llevar a tener sociedades con mayor retraso de desarrollo, incremento de la pobreza y limitaciones de la producción.

- **RESPONSABLES:** SUNAT, Municipalidad Provincial de Jaén.

Estrategia N° 6: Implementar oficinas de orientación al contribuyente

El estado debe realizar mayor inversión e implementar más oficinas interinstitucionales que ayuden a los ciudadanos y en especial a los comerciantes a conocer la tributación de nuestro país y los diferentes trámites que tiene que realizar

para formalizar su negocio, para lo cual tiene que formar alianzas con otras instituciones públicas y privadas que tienen relación con el manejo tributario y de formalización empresarial y pueda el ciudadano en un solo lugar logra conocer los aspectos importantes de tener un negocio formal y la forma en la que debe realizar sus aportes tributarios, que son retenidos al ciudadano al momento que éste desarrolla sus actividades empresariales.

- **RESPONSABLES:** SUNAT, Municipalidad Provincial de Jaén.

3.3.9 Desarrollo de Actividades

ESTRATEGIA	DETALLE	MATERIALES Y COSTOS	RESPONSABLE	RESULTADO ESPERADO
Campañas de sensibilización y orientación	Visita personalizada a los comerciantes de puesto en puesto para informarles sobre la importancia de la Formalización. DURACIÓN: 15 días.	70 Afiches = 7 soles TOTAL= 7 soles	MPJ SUNAT	Los comerciantes conocerán la importancia de formalizarse e inscribirse en el RUC y la importancia de la recaudación tributaria para el país.
Comunicar los cambios en la Normatividad Tributaria	Entrega de material informativo sobre las Sanciones y Regímenes Tributarios vigentes con sus respectivos beneficios y obligaciones. DURACIÓN: 7 días.	70 Folletos= 70 soles TOTAL= 70 soles	SUNAT	Los comerciantes reforzarán sus conocimientos en Normativa Tributaria evitando sanciones. Además conocerán el régimen tributario que mejor les convenga.
Publicidad en Formalización y Tributación	Publicidad en redes sociales y whatsapp a los comerciantes respecto a Cultura Tributaria y fechas de pago de impuestos. Entrega de volantes a los comerciantes. DURACIÓN: 30 días.	70 Volantes= 7 soles Publicidad radio y redes sociales= 500 soles TOTAL= 507 soles	MPJ SUNAT	Mayor alcance en comerciantes con acceso a internet móvil los cuales se mantendrán debidamente informados.

<p>Participación de las Instituciones Públicas y la Sociedad</p>	<p>Ejecución de Campaña de Conciencia Tributaria en la loza del Mercado 28 de Julio. DURACIÓN: 1 día.</p>	<p>1 Toldo= 50 soles 1 Proyector= 50 soles 1 Mesa= 10 soles 70 Sillas= 150 soles 70 Trípticos= 7 soles TOTAL= 267 soles</p>	<p>MPJ SUNAT</p>	<p>Incremento de comerciantes formalizados e inscritos en el RUC y un incremento en la recaudación tributaria del Mercado 28 de Julio.</p>
<p>Implementación de un Programa Educativo</p>	<p>Charlas educativas semanales a los comerciantes con los temas: - ¿Cómo inscribirse en el RUC? - Trámites para constituir una empresa - Definición de IGV e IR - Regímenes Tributarios - Cálculo de Impuestos DURACIÓN: 8 días.</p>	<p>1 Toldo= 400 soles 1 Proyector= 400 soles 1 Mesa= 80 soles 70 Sillas= 1,200 soles 70 Trípticos= 7 soles TOTAL= 2,087 soles</p>	<p>MPJ SUNAT</p>	<p>Conocimiento básico alcanzado por los comerciantes para el correcto cumplimiento de sus obligaciones tributarias.</p>
<p>Implementación de Oficina de Orientación al Contribuyente</p>	<p>Implementar una Oficina de Orientación en las instalaciones de la Asociación de comerciantes del Mercado 28 de Julio, donde se pueda resolver las consultas de los</p>	<p>1 Escritorio= 400 soles 1 Mesa= 100 soles 2 Sillas= 100 soles 1 Computadora= 2,500 soles TOTAL= 3,100 soles</p>	<p>MPJ SUNAT</p>	<p>Mayor cumplimiento en el pago de sus impuestos y mayor recaudación tributaria.</p>

	comerciantes; y donde ellos puedan realizar el pago de sus impuestos. DURACIÓN: Permanente.			
TOTAL DE INVERSIÓN			S/6,083.00	

CAPÍTULO IV
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- 1) En el presente estudio se determinó que los comerciantes del mercado 28 de Julio tienen muy bajos conocimientos en temas de tributación, además de no conocer los beneficios tributarios que el Estado otorga a los contribuyentes. Así mismo, se observó la desconfianza que existe por parte del comerciante frente al mal manejo de los impuestos recaudados, lo cual lo desmotiva a cumplir con sus obligaciones tributarias.
- 2) En la presente investigación se identificó en los comerciantes del mercado 28 de Julio que, a pesar de no tener el conocimiento relevante en cuanto a Estrategias Tributarias que los ayude a tomar decisiones, existe en ellos la disposición en querer formalizarse pero por falta de orientación por parte de la Administración Tributaria aún no lo han hecho.
- 3) En el presente estudio se concluyó que los comerciantes del mercado 28 de Julio desconocen los cambios en la Normativa Tributaria y los efectos que le podría ocasionar el hecho de mantenerse informales. Por lo cual es necesario el accionar de las Instituciones recaudadoras y administradoras de los tributos para que puedan comunicar eficientemente al comerciante los aspectos tributarios y así poder incentivarlo a optar por la formalización de su negocio.
- 4) En la presente tesis se establecieron Estrategias Tributarias que ayudarán a incentivar a los comerciantes a formalizar sus negocios, las mismas que deberían ser elegidas e implementadas por la Administración Tributaria en la ciudad de Jaén, orientando al comerciante la importancia de cumplir con su obligación de tributar y así mismo de solicitar comprobantes de pago al momento de comprar, optando así por una cultura tributaria eficiente en nuestro país.

4.2 RECOMENDACIONES

1. A los representantes de SUNAT y otras entidades de gobierno que tienen a cargo la política tributaria y la política de formalización empresarial en el país, asumir el rol que les corresponde, de tal manera que la sociedad en su conjunto y especialmente aquellos que tienen negocios mejoren sus conocimientos en gestión tributaria básica, lo cual les va permitir formalizar sus negocios y lograr así muchos beneficios en el aspecto empresarial, generando un crecimiento económico.
2. Se recomienda al administrador del Mercado 28 de Julio gestionar ante las autoridades correspondientes la ayuda necesaria para incentivar al comerciante a formalizar su negocio, fortaleciendo sus conocimientos y guiándolos durante el proceso de formalización, lo cual generará consecuencias positivas tanto para los comerciantes como para la sociedad en su conjunto.
3. Se recomienda a los representantes de SUNAT mayor enfoque en la comunicación de la información respecto a los cambios que se den en el comercio y la tributación, los cuales deben ser comunicados oportunamente a todos los comerciantes del mercado 28 de Julio para generar en ellos voluntad de pago, permitiendo con esto una mayor recaudación tributaria que será luego distribuida para obtener servicios básicos de calidad (salud, educación, infraestructura, saneamiento, telecomunicaciones, etc.).
4. A los representantes de SUNAT y la Municipalidad Provincial de Jaén se recomienda tomar como referencia la presente investigación para seleccionar estrategias que ayuden a fomentar la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado 28 de Julio, contribuyendo así al desarrollo de nuestra ciudad y del país a través de la formalización de sus negocios.

REFERENCIAS

- Aldana, S., & Paucar, E. (2014). *Análisis de Estrategias Tributarias aplicadas para la recaudación de tributos en la intendencia regional – Junín*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Centro del Perú, Facultad de Contabilidad , Huancayo.
- Alter, M. (Agosto de 2012). *La economía informal: definiciones, teorías y políticas*. Cambridge, Estados Unidos: Harvard Kennedy School.
- Alva, M. (Setiembre de 2013). Planeamiento tributario: ¿Es posible realizarlo actualmente sin quebrantar las normas? *Actualidad Empresarial N° 286*, 1- 30.
- Andrade, M., & Garcia, L. (Octubre de 2012). Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal. *XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*, 18. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/G02.pdf>
- Bautista, J. (2017). *Microempresas Informales en el Mercado San Antonio de Cajamarca: Estrategias de Formalización 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca, Facultad de Ciencias Economicas, Contables y Administrativas, Cajamarca- Perú.
- Béjar, D. (2017). *Estrategias Tributarias y su influencia en el nivel de recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Tacna, año 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna, Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales , Tacna - Perú.
- Bowles, E. (29 de Julio de 2014). *Cultura Tributaria*. Obtenido de [opinioneideas.org](http://www.opinioneideas.org/): http://www.opinioneideas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1990:cultura-tributaria&catid=46:economia&Itemid=61
- Bravo, C. (2014). *El comerciante informal como factor de origen y expansión del comercio informal en Lima - 2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Jose Faustino Sánchez Carrión, Facultad de Ciencias Sociales, Huacho - Perú.
- Bustamante, W., & Moncayo, C. (2011). *Diseño e implementación de estrategias para la consolidación de una efectiva cultura tributaria en el sector comercial de la bahía de Guayaquil- Cooperativa 4 de agosto*. Tesis de Postgrado, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador , Unidad de Postgrado, Guayaquil - Ecuador.
- Camara de Comercio. (2015). Se Necesitan más Incentivos para reducir la Informalidad en el Perú. *La Camara*, 3.

- Centro Integral de Educación Continua (CIEC). (2016). *Programa de especialización avanzada en tributación*. Obtenido de http://www.ulima.edu.pe/sites/default/files/page/file/pea_tributacion-febrero_2016.pdf
- CEPLAN. (Mayo de 2016). *Economía informal en Perú: Situación actual y perspectivas*. ceplan.gob.pe.
- Chávez, L. (2017). *El comercio informal de ropa y su repercusión en el pago de impuestos caso: Alrededores del mercado central de la ciudad de Cajamarca- periodo 2017*. Tesis de Pregrado , Universidad Nacional de Cajamarca, Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas , Cajamarca - Perú.
- Contreras, C. (2016). *Planificación fiscal: Principios*. Madrid: Editorial Universitaria.
- Cotrina, L. (2016). *La Formalización del Comercio Ambulatorio como estrategia para ampliar la Base Tributaria en el Perú – Período comprendido entre 2015 y 2016*. Tesis de Postgrado, Universidad San Martín de Porres , Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras , Lima.
- Cruzado, Y., & Remaycuna, R. (2015). *Factores Asociados a la Informalidad de los Comerciantes Ambulantes del Sector Verduras en el Mercado Moshoqueque de la Región Lambayeque Agosto del 2014*. Tesis de Pregrado , Universidad Juan Mejía Baca, Facultad de Ingeniería Comercial , Chiclayo.
- Cuba, E. (18 de Setiembre de 2016). Informalidad peruana. <https://elcomercio.pe>. Obtenido de <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/informalidad-peruana-elmer-cuba-260160>
- Del Valle & Del valle. (2017). *La importancia de la planificación tributaria en las empresas offshore*. Obtenido de <https://www.delvallepanama.com>: <https://www.delvallepanama.com/es/Beneficios-fiscales-de-Panama/la-importancia-de-la-planificacion-tributaria-en-las-empresas-offshore.html>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 5ta. Edición. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigación* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Education.
- INEI. (Mayo de 2014). *Producción y Empleo Informal en el Perú*. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 243.

- Lopez, E. (2012). El comercio informal en Colombia: causas y consecuencias. *In Vestigium Ire*, 109 - 116.
- Lozada, K., & Negrete, D. (2013). *Diseño de estrategias tributarias que contribuyan a mejorar la recaudación de los impuestos directos y la distribución equitativa en el impuesto a la renta de personas naturales en el Ecuador*. Tesis de Pregrado, Universidad de Estatal de Milagro, Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales , Milagro- Ecuador.
- Mendiburo, A. (2016). *Factores que propician la informalidad de las pymes y su incidencia en el desarrollo de estas en la provincia de Trujillo, distrito de Victor Larco*. Tesis de Postgrado, Universidad Nacional de Trujillo, Escuela de Postgrado, Trujillo.
- Merida, J. (2014). *Regulacion de los Negocios del Microempresario Informal para su Insercion en el Marco Legal Fiscal Vigente en Guatemala*. Tesis de Postgrado, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Economicas , Guatemala.
- Mestanza, L., & Obando, D. (15 de Octubre de 2014). Aplicación de Estrategias de Educación Tributaria para Disminuir la Informalidad en las Microempresas del Mercado de Moshoqueque, 2013. *Universidad Señor de Sipan*, 16.
- Mogollon, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los Comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el Periodo 2012 para mejorar la recaudacion pasiva de la Region-Chiclayo, Peru* . Tesis de Pregrado, Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo , Escuela de Contabilidad , Chiclayo .
- Mori, M. (2011). *Estrategias para generar conciencia tributaria en la recaudacion tributaria en ls Empresas Industrials en la Ciudad de Trujillo – Periodo 2011*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas , Trujillo - Perú.
- Nina, C. (2018). *Identificacion Comercial y Planteamiento de Estrategias Comerciales de Cafe (Coffea Arábica L.) Organico en las Ciudades de la Paz y El Alto*. Tesis de Pregrado , Universidad Mayor de San Andres, Facultad de Agronomia, Viacha - Bolivia.
- Peñaranda, C. (06 de Julio de 2014). En Lima, Ingresos del trabajador formal, superan en 80%, a los del Informal. *Camara de Comercio de Lima*, 34.
- Pérez, L. (2012). *Estrategia Tributaria para la optimizacion de la Recaudacion del Impuesto sobre Actividades Economicas en el Comercio Informal del Sector Alimentos en la*

- Urb. La Esmeralda, Municipio San Diego.* Tesis de Pregrado , Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales , Bárbula - Venezuela.
- Pezo, S., Romero, I., & Santa Cruz, I. (2014). *Factores que influyen en la informalidad tributaria de los productores de arroz y molinos en la provincia de San Martín año 2014.* Obtenido de http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/642/1/Sandy%20Mery%20Pezo%20Rodr%C3%ADguez_Isabel%20Romero%20Saavedra.pdf
- Quispe, E., & Orellana, K. (2016). *Planeamiento tributario para el fortalecimiento en la toma de decisiones de las empresas constructoras de la provincia de Huancayo.* Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de Contabilidad , Huancayo.
- Rivera, J., & Silvera, I. (2012). *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Canton Milagro.* Tesis de Pregrado, Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Ecuador .
- Rodríguez, D. (2013). *Administración del capital de trabajo y su influencia en la rentabilidad de la empresa CONSORCIO ROGA S.A.C. Trujillo 2011-2012.* Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/202/1/RODRIGUEZ_DINA_ADMINISTRACION_CAPITAL_RENTABILIDAD.pdf
- Rodríguez, Y. (2012). *El comercio informal, una afrenta a los poderes establecidos: Vendedores ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México.* Escritores Públicos para la Integración Regional en América Latina. mexico: proyecto ESPIRAL.
- Salazar, M. (2014). *Estrategias tributarias para la optimización de la recaudación del impuesto inmobiliario. Caso de estudio Alcaldía del Municipio los Guayos. EDO. CARABOBO.* Tesis de Pregrado , Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Bárbula - Venezuela.
- Santander, C. (2013). *Estrategias para inducir la formalidad de la mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva.* Tesis de Postgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Postgrado, Lima.
- Servicio de Impuestos Internos. (2016). *SII presentó estrategia preventiva para promover el cumplimiento tributario en FEC Chile.* Obtenido de <http://www.sii.cl/pagina/actualizada/noticias/2016/260416noti01srm.htm>

- Solano, C. (2014). *Mecanismos legales que debe crear las Instituciones del Estado de Guatemala para controlar la Actividad de los Comerciantes informales*. Tesis de Postgrado, Universidad San Carlos de Guatemala , Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Guatemala.
- Tarazona, I., & Veliz de Villa, S. (2016). *Cultura tributaria en la formalización de las mypes, provincia de pomabamba - ancash año 2013 (Caso: Micro empresa T&L sac)*. Tesis de Pregrado, Universidad de Ciencias y humanidades, Facultad de Ciencias Contables, Lima.
- Tarazona, J. (11 de Junio de 2014). Estrategias y Conciencia Tributaria en Empresas Privadas para mejorar la Recaudación en Perú. *Revista IN CRESCENDO, UNO(UNO)*, 31 - 40. Obtenido de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/174>
- Valverde, T. (2015). *Influencia del plan estrategico en la reduccion de la evasion tributaria en los comerciantes de abarrotes de la Provincia de Huaraz - 2014*. Tesis de Pregrado , Universidad Católica Los Angeles de Chimbote , Facultad de Ciencias Contables, Financierad y Administrativas, Huaraz - Perú.

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de Consistencia

TITULO: ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, 2018

PROBLEMA	OBJETIVO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
¿Qué estrategias tributarias influyen en la reducción de la informalidad de los Comerciantes del mercado 28 de Julio de Jaén, 2018?	Proponer estrategias tributarias que permitan la reducción de la informalidad de los Comerciantes del mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.	<p>1. Identificar las estrategias tributarias que conocen los comerciantes del mercado 28 de Julio.</p> <p>2. Conocer las actitudes de los Comerciantes del Mercado 28 de julio frente a la formalización.</p> <p>3. Establecer que estrategias tributarias permiten reducir la informalidad de los Comerciantes del</p>	Hi: Si planteamos estrategias tributarias adecuadas entonces, se reducirá la informalidad de los Comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.	Estrategia Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> - Beneficios tributarios - Estructuración y definiciones tributarias - Cambios en la normatividad tributaria - Riesgos tributarios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprovechamiento de los beneficios tributarios ✓ Sistema tributario con mayor eficiencia, permanencia y simplicidad. ✓ Pormenores contables y tributarios. ✓ Cambios en la legislación tributaria 	Cuestionario

		Mercado 28 de julio de Jaén.				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de los aspectos tributarios 	
				Informalidad	<ul style="list-style-type: none"> - Registro e impuestos - Marcos legales y regulatorios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Simplificación de los trámites burocráticos involucrados en el registro ✓ Recursos Beneficios e incentivos a cambio del pago de impuestos. ✓ Proteger sus derechos y beneficios. ✓ Derecho al uso del espacio público 	Cuestionario

						<p>✓ Vinculación a la formalidad empresarial.</p> <p>- Beneficios por operar de manera formal</p> <p>✓ Acceso a infraestructura y servicios públicos.</p> <p>✓ Acceso a subsidios e incentivos gubernamentales</p> <p>-</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

Anexo N° 02: Validación de Propuesta



VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Estimador Doctor CPCC. Luis Omar Carbajal García

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada "ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, 2018"

Realizado por: Balbuena Campos Kattia Stephany Nataly

Para analizar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (x) en la columna que considere para cada indicador.

Evalué cada aspecto con las siguientes categorías.

- MA : Muy adecuado
- BA : Bastante adecuado
- A : Adecuado
- PA : Poco adecuado
- NA : No adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada		X			
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad	X				
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la propuesta son los adecuados	X				
2.2	Las áreas en las que se divide la propuesta están debidamente organizadas		X			
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área		X			
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos	X				
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada	X				
III	Fundamentación teórica					
3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada		X			

3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas	X				
IV Bibliografía						
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la propuesta	X				
V Fundamentación y viabilidad de la propuesta						
5.1	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue		X			
5.2	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente	X				
5.3	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.		X			

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos: Por favor, refiéralas a continuación:

PROPUESTA APLICABLE

Validado por el Dr. CPCC, Luis Omar Carbajal Garcia

Especializado: Proyectos y desarrollo de trabajos de investigación

Tiempo de experiencia en Docencia Universitaria: 04 años

Cargo Actual: Jefe de la Oficina de Responsabilidad Universitaria UNJ

Fecha: 16 de julio de 2018


 Dr. CPCC, Luis Omar Carbajal Garcia
 DNI: 03239157

Anexo N° 0: Validación de instrumentos

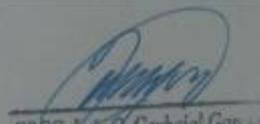
INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS	
NOMBRE DEL JUEZ	
Luis Omar Corbujal García	
PROFESIÓN	
Contador Público	
ESPECIALIDAD	
Investigador - Docente	
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	
15 años.	
CARGO	
Docente Universitario - UAJ	
ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, 2018.	
DATOS DE LOS TESISISTAS	
NOMBRES	BALBUENA CAMPOS KATTIA STEPHANY NATALY
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p>GENERAL Determinar las estrategias tributarias que permitan la reducción de la informalidad de los Comerciantes del mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificar las estrategias tributarias que conocen los comerciantes del mercado 28 de Julio Conocer las actitudes de los Comerciantes del Mercado 28 de julio frente a la formalización. Establecer que estrategias tributarias permiten reducir la informalidad de los Comerciantes del Mercado 28 de julio de Jaén.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 24 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

ESTRATEGIA TRIBUTARIA

1. ¿Conoce usted los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicable en la provincia de Jaén?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
2. ¿sabe usted que existen regimenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
3. ¿Para usted es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
4. ¿Cree usted que el sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
5. ¿Para usted los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
6. ¿Cuándo el estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
7. ¿Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
8. ¿Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____
9. ¿Sabe usted como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()
	SUGERENCIAS: _____

10. ¿Tiene conocimiento que no pagar sus impuestos a tiempo generan riesgos en su negocio?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
INFORMALIDAD	
11. ¿Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
12. ¿Los trámites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
13. ¿Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
14. ¿El estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
15. ¿La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
16. ¿Para usted es beneficioso mantenerse en la informalidad?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
17. ¿Cree que tiene derecho al uso del espacio público?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____
18. ¿Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS: _____ _____

19. ¿Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez?	TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()
	SUGERENCIAS: _____
20. ¿Para usted mantenerse en la informalidad es adecuado?	TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()
	SUGERENCIAS: _____
21. ¿Sus aportes que realiza por el pago de impuestos cree que va a mejorar la infraestructura pública?	TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()
	SUGERENCIAS: _____
22. ¿Los aportes que realiza por el pago de impuestos cree que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno?	TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()
	SUGERENCIAS: _____
23. ¿Sabe usted que existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes?	TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()
	SUGERENCIAS: _____
24. ¿Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central?	TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()
	SUGERENCIAS: _____
1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>24</u> N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	<i>Alguno sustento - cumple con el propósito de la Investigación</i>
3. OBSERVACIONES	


 CPSC Luis O. Carbajal García
 MAT. 02 - 3473
 REG. CERTIF. 004510

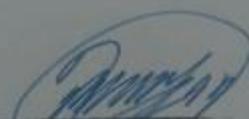
JUEZ - EXPERTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Luis Omar Carbajal García, Contador Público con grado de Doctor y Docente de la Universidad Nacional de Jaén con 15 años de experiencia, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborada por: Balbuena Campos Kattia Stephany Nataly, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la Investigación titulada: "ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, 2018"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Jaén, 02 de julio del 2018



CPCC: Luis O. Carbajal García
MAT. 02 - 3473
REG. CERTIF. 004500

Dr. CPC. Luis Omar Carbajal García
DNI N° 03239157

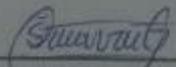
INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		LEYDY VILLANUEVA GARCIA
PROFESIÓN		CONTADORA PÚBLICA
ESPECIALIDAD		FINANZAS Y TRIBUTACION
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		7 AÑOS
CARGO		INDEPENDIENTE
ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, 2018.		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	BALBUENA CAMPOS KATTIA STEPHANY NATALY	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Determinar las estrategias tributarias que permitan la reducción de la informalidad de los Comerciantes del mercado 28 de Julio de Jaén, 2018.	
	ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none"> a. Identificar las estrategias tributarias que conocen los comerciantes del mercado 28 de Julio b. Conocer las actitudes de los Comerciantes del Mercado 28 de julio frente a la formalización. c. Establecer que estrategias tributarias permiten reducir la informalidad de los Comerciantes del Mercado 28 de julio de Jaén. 	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 24 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	

ESTRATEGIA TRIBUTARIA	
1. ¿Conoce usted los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicable en la provincia de Jaén?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
2. ¿sabe usted que existen regimenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
3. ¿Para usted es entendible el sistema tributario implementado en nuestro pais?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
4. ¿Cree usted que el sistema tributario de nuestro pais es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
5. ¿Para usted los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
6. ¿Cuándo el estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
7. ¿Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
8. ¿Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____
9. ¿Sabe usted como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____

<p>10. ¿Tiene conocimiento que no pagar sus impuestos a tiempo generan riesgos en su negocio?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
INFORMALIDAD	
<p>11. ¿Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿Los trámites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿El estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Para usted es beneficioso mantenerse en la informalidad?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿Cree que tiene derecho al uso del espacio público?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>18. ¿Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

19. ¿Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____
20. ¿Para usted mantenerse en la informalidad es adecuado?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____
21. ¿Sus aportes que realiza por el pago de impuestos cree que va a mejorar la infraestructura pública?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____
22. ¿Los aportes que realiza por el pago de impuestos cree que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____
23. ¿Sabe usted que existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____
24. ¿Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: _____
1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>24</u> N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	APLICAR INSTRUMENTO
3. OBSERVACIONES	


 CPC Leydy S. Villanueva Carr
 MAT. 02 - 6564

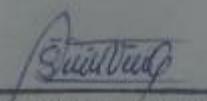
JUEZ - EXPERTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Leydy Sandy Villanueva Garcia, Contador Público con grado de Contadora Publica y Profesional Independiente de Jaén con 7 años de experiencia, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborada por: Balbuena Campos Kattia Stephany Nataly, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, 2018"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Jaén, 02 de julio del 2018


CPC. Leydy S. Villanueva Garcia
MAT. 02 - 6564

CPC. Leydy Sandy Villanueva Garcia
DNI N° 45345743

Anexo N° 04: Encuesta

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO

I. Objetivo: Recoger información respecto a estrategias tributarias y la informalidad de los Comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2018

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las preguntas en el siguiente orden de respuesta:

1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi Siempre 5: Siempre

III. Ítems:

VARIABLE ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS						
DIMENSIÓN BENEFICIOS TRIBUTARIOS		1	2	3	4	5
1	¿Conoce usted los beneficios tributarios aprobados por el gobierno aplicables en la provincia de Jaén?					
2	¿sabe usted que existen regímenes tributarios que brindan beneficios al contribuyente?					
DIMENSIÓN ESTRUCTURA Y DEFINICIONES TRIBUTARIAS						
3	¿Para usted es entendible el sistema tributario implementado en nuestro país?					
4	¿Cree usted que el sistema tributario de nuestro país es simple y aplica con eficiencia las normas a todos los contribuyentes?					
DIMENSIÓN CAMBIOS EN LA NORMATIVA TRIBUTARIA						
5	¿Para usted los cambios constantes que se dan en las normas tributarias influyen en la informalidad del contribuyente?					
6	¿Cuándo el estado realiza cambios en las normas tributarias, estas son comunicadas a ustedes inmediatamente?					
DIMENSIÓN RIESGOS TRIBUTARIOS						
7	¿Es informal por los constantes cambios de la legislación tributaria?					
8	¿Los cambios de legislación generan riesgos en el contribuyente para cumplir con sus obligaciones?					
9	¿Sabe usted como presentar sus declaraciones y pagos de liquidación de impuestos ante SUNAT?					
10	¿Tiene conocimiento que no pagar sus impuestos a tiempo generan riesgos en su negocio?					
VARIABLE INFORMALIDAD						
DIMENSIÓN REGISTRO E IMPUESTOS						
11	¿Conoce que tramites debe realizar para formalizar su negocio?					
12	¿Los tramites que tiene que hacer en SUNAT para formalizar su negocio son complicados?					
13	¿Ha sido beneficiado por alguna institución del estado por pagar sus impuestos a tiempo?					
14	¿El estado premia a los contribuyentes que realizan el pago de sus impuestos oportunamente?					

DIMENSIÓN MARCOS LEGALES Y REGULATORIOS					
15	¿La política tributaria aprobada por el gobierno de turno cree que protege sus derechos de generar negocio?				
16	¿Para usted es beneficioso mantenerse en la informalidad?				
17	¿Cree que tiene derecho al uso del espacio público?				
18	¿Mantiene orden y limpieza cuando usa el espacio público?				
DIMENSIÓN BENEFICIOS POR OPERAR DE MANERA FORMAL					
19	¿Ha tenido iniciativa de formalización alguna vez?				
20	¿Para usted mantenerse en la informalidad es adecuado?				
21	¿Sus aportes que realiza por el pago de impuestos cree que va a mejorar la infraestructura pública?				
22	¿Los aportes que realiza por el pago de impuestos cree que mejora los servicios públicos que nos brinda el gobierno?				
23	¿Sabe usted que existen normas aprobadas por el gobierno en beneficio de los contribuyentes?				
24	¿Al formalizar su negocio cree que va a tener acceso a incentivos por parte del gobierno local o central?				

Anexo N° 05: Confiabilidad del Instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,839	,861	24

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
1	2,7000	,82327	10
2	3,7000	,48305	10
3	3,5000	,70711	10
4	1,3000	,48305	10
5	3,2000	,63246	10
6	3,3000	,48305	10
7	2,3000	,94868	10
8	2,9000	1,19722	10
9	2,6000	,84327	10
10	3,1000	,56765	10
11	3,7000	,48305	10
12	2,3000	,48305	10
13	2,9000	,56765	10
14	3,1000	,56765	10
15	3,1000	,56765	10
16	3,2000	,63246	10
17	2,7000	,94868	10
18	3,2000	,42164	10
19	3,2000	,42164	10
20	3,2000	,42164	10
21	3,0000	,66667	10
22	2,9000	,87560	10
23	2,6000	,84327	10
24	2,8000	,91894	10

Anexo N° 06: Fotos



Tesista encuestando a comerciantes del Mercado 28 de Julio





Tesista encuestando a comerciantes del Mercado 28 de Julio

Anexo N° 07: Carta de autorización



CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación se titula "Estrategias Tributarias para reducir la informalidad de los Comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaén- 2018", y fue elaborada por Kattia Stephany Nataly Balbuena Campos. El propósito de esta investigación es determinar las estrategias tributarias que permitan la reducción de la informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio en la ciudad de Jaén.

La presente investigación nos dará a comprender como actualmente los comerciantes del Mercado 28 de Julio optan por la informalidad con el fin de reducir sus gastos, perjudicándose así frente a posibles créditos financieros a futuro e incumpliendo con las normas tributarias establecidas en nuestro país. Es por tales motivos que el presente tema es de suma importancia para que las autoridades pertinentes tomen acciones más eficaces en cuanto a estrategias tributarias que permitan reducir la informalidad en los comerciantes y así apostar por el desarrollo de nuestro país.

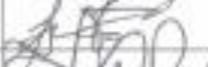
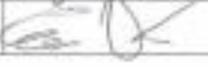
Para ello, se le solicita participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta encuesta no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién completó la encuesta.

Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal del investigador responsable, a la cual podrá también acceder su grupo de investigación.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

	Nombre y Apellidos	D.N.I	Firma del participante	Fecha
1.	Eduar La Torre Vaquez	44008915		26/07/18
2.	Charles Rodrigo Becerra	43619100		26/07/18
3.	Wilder Nuñez Guevara	46206912		26/07/18

4.	Luis Fernandez Delgado	45564424		26/07/18
5.	Sonia Campos Tapur	27736225		26/07/18
6.	Lisseth Montalvan Naranjo	43295471		26/07/18
7.	Karen Cieza Diaz	60259577		26/07/18
8.	Diego Roa Gomez	70793660		26/07/18
9.	Daniel Estela Flores	44459446		26/07/18
10.	Sandra Pazopera Campos	73811331		26/07/18
11.	Luciano Cardenas Quijpe	01287392		26/07/18
12.	Liliana Benites Roman	45752465		26/07/18
13.	William Saldana Ramirez	16713798		26/07/18
14.	Magdalena Coronel Pajo	41399194		26/07/18
15.	Fany Tantonio Yglesias	43744864		26/07/18
16.	Patricia Zorrilla Tantalón	46863948		26/07/18
17.	Graciely Tujia Cortes	47134798		26/07/18
18.	Luz Alberca Cordova	80439091		26/07/18
19.	Reyna Corneil Orentes	76451038		26/07/18
20.	Melissa Diaz Chavez	47988100		26/07/18
21.	Jeiser Mago Ruiz	71919139		27/07/18
22.	Cielo Montop Montop	71071199		27/07/18
23.	Max Chumar Rojas	44755329		27/07/18
24.	Honari Fernandez Huatab	47909833		27/07/18
25.	John Guinones Ramirez	40813481		27/07/18
26.	Maria Campos Soliz	27663667		27/07/18
27.	Ana Gaiucochea Inureta	47438405		27/07/18
28.	Ingrid Cabrera Guevara	48270351		27/07/18
29.	Glorita Campos Campos	71243804		27/07/18
30.	Elsen Linares Guevara	46260249		27/07/18
31.	Katerine Plaza Perez	45041940		27/07/18
32.	Miriam Diaz de Diaz	19083065		27/07/18
33.	Liz Rivas Tullan	45855309		27/07/18

34.	Nixon Santos Ding.	4554 7852		27/07/18
35.	Iregoid Vilches Famos	47245840		27/07/18
36.	Lady Vilches Rivero	46143790		27/07/18
37.	Mirely Tenorio Tapia	70036164		27/07/18
38.	Sheyla Becerra Roquejo	4452 8140		27/07/18
39.	Leticia Pinedo Tapia	44951234		27/07/18
40.	Escribenes Vasquez C.	27676995		27/07/18

Anexo N° 08: Resolución de aprobación



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 0408- FACEM-USS-2018

Chiclayo, 20 de abril del 2018.

VISTO

El oficio N° 0516-2018/FACEM-DC-USS, de fecha 20 de abril del 2018, en donde la Coordinadora de la EAP de Contabilidad, Dra. Mariluz Amalia Cabrera Sanchez, solicita la aprobación de los proyectos de tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2017-II, del programa de convalidación y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

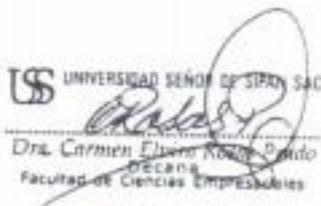
Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estado a lo expuesto y en el uso de las atribuciones conferidas,

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los Proyecto de Tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2017-II, de la EAP de Contabilidad, del programa de convalidación de acuerdo al cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Dra. Carmen Elvira Rojas Pardo
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales


UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
MSc. Gladys Mory Guartizo
SECRETARIA ACADÉMICA

Cc. Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0408- FACEM-USS-2018**

17	EL DISEÑO WEB Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN PÚBLICA EN LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO - JUN - 2017	VELARCO TIENNES YANET DIBELA	TRIBUTACION
18	IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MOTOYS HOLDING NORTH COMPANY S.A.S. - JUN - 2018	VELA TERNONDE ADELIS ROSITA	FINANZAS
19	PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE BARRIAMIENTO MARRAÑON S.A.S. - JUN - 2018	ZHAQUEVALCHE YERAZDINE JENET	FINANZAS
20	PLANEAMIENTO TRIBUTARIO PARA EVITAR CONTINGENCIAS TRIBUTARIAS DE LA EMPRESA TRANSPORTES BELLAVIDA PERU S.A.C. - JUN - 2018	VALMUEVA TOCOTO ANDRÉS LERIDA	TRIBUTACION
21	IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES EL CRUCERO DE JAEN S.A.C. - JUN - 2018	VALRINO FERNANDEZ GABRIEL	CONTABILIDAD
22	INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SAN JOSE - JUN - 2018	PEREZ VILLALBA DANNY BARBLO	TRIBUTACION
23	IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTION LOGISTICA EN LA EMPRESA ASHO DATE JAEN S.A.S. - JUN - 2018	LOPEZ LOPEZ DEYSES LEONARDO	CONTABILIDAD
24	SISTEMA DE CONTROL POR ORDENES DE PEDIDO Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MOLINERIA AGRICOLA S.A.C. - JUN - 2018	AVELLANEDA ALARCON JOSE ANTONIO	CONTABILIDAD
25	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE CONTABILIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES RURAL S.A.C. - JUN - 2018	BOB RUIZ JACQUE POOL	CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD APPLICADA
26	IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION PARA MEJORAR EL NIVEL DE RENTABILIDAD DE LA EMPRESA FINANCIERA MIBANCO PERU RUIZ - JUN - 2018	GUERRERO ESTELA ENMA CHAYO	FINANZAS
27	PARA MEJORAR LA IMAGEN EN LA COMUNICACION DE ANuncios Y CREDITOS IMPROVEDS SAN IGNACIO JUN	CARRANZA QUINTANILLES WILSON	CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD APPLICADA
28	PROPUESTA DE UN SISTEMA DE CONTROL PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MOTOPARTES VILLAS VERDE S.A.S. - JUN - 2018	URIBE QUEVEDO DIBELA	CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD APPLICADA
29	PLAN ESTRATEGICO PARA OPTIMIZAR LA RECAUDACION DEL IMPUESTO PREDIAL EN LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN IGNACIO JUN	COBAS LAMAR MELISSA NICOLY	TRIBUTACION
30	IMPLEMENTACION DE LA GESTION ADMINISTRATIVA COMO HERRAMIENTA PARA OPTIMIZAR EL AREA DE ALMACEN DE LA BOUTIQUE SPORTS JAEN - JUN - 2018	VALDEA CAMPOS KATYA ESTEFANY GABRIEL	CONTABILIDAD
31	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAEN - JUN - 2018	BLOCH BETINA YVAN RUIZ	TRIBUTACION
32	PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CONDORCANQUI - JUN - 2017	OSORIO BLAS WILSON GABRIEL	CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD APPLICADA
33	PLANEAMIENTO TRIBUTARIO PARA MEJORAR LA GESTION DE LA EMPRESA HOTEL "SERENAY" S.A.C. - JUN - 2018	HERERA HERRERA ORIBELINDA	FINANZAS
34	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAPTALERA MONTANA A.S. (S.A) - COOPERATIVA UNION URBANA - JUN - 2018	CASTELL SANDA MELTINE	CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD APPLICADA
35	ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LA RECAUDACION DE IMPUESTOS EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CONDORCANQUI - JUN - 2018	TARRAN BARRA YULIANA	TRIBUTACION
36	PROPUESTA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTION FINANCIERA DE LA EMPRESA INVERSIÓN Y SERVICIOS CARABO Y COBAS S.A.C. - JUN - 2018	COPIA MONTOYA DAISY VIRGINIA	FINANZAS
37	PROPUESTA DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL AMV - JUN - 2018	JIMENEZ JIMENEZ SAN FRANCISCO JOSE	CONTABILIDAD
38	IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CORPORACION COMERCIAL S.P.A. - JUN - 2018	PERAZ VILCO ROSA YUDIT	CONTABILIDAD
39	PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA LA CORRECTA ADMINISTRACION DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN JOSE DE LOAYSA - SAN IGNACIO - JUN - 2018	REYES HUANACAMPO TIZO LUPITA	CONTABILIDAD
40	INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA EVASION DE IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL "ROBERTO VESUNA" - JUN - 2018	TORRES RAMIRO PAUL	TRIBUTACION
41	GESTION ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR EL CONTROL DE INVENTARIOS EN LA EMPRESA MULTISERVICIOS Y REPOSICION TAVARA S.R.L. - JUN - 2018	EL GUAYANO HUANACAMPO ESTER	CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD APPLICADA
42	ANÁLISIS DE LOS COMPROMISOS DE FISCALIDAD ELECTRONICA Y LA INFLUENCIA EN LA GESTION TRIBUTARIA DE LA EMPRESA CONSORCIO ANAZANCO - JUN - 2018	VELA ALARCON YUDIT	FINANZAS

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

Anexo N° 09: Acta de originalidad



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **EDGARD CHAPOÑAN RAMIREZ**, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de contabilidad y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0408 – 2018/FACEM-USS, del estudiante, **Kattia Stephany Nataly Balbuena Campos** Titulada **ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, JAÉN- 2018**.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 21% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud **TURNITIN**

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 10 de mayo de 2021

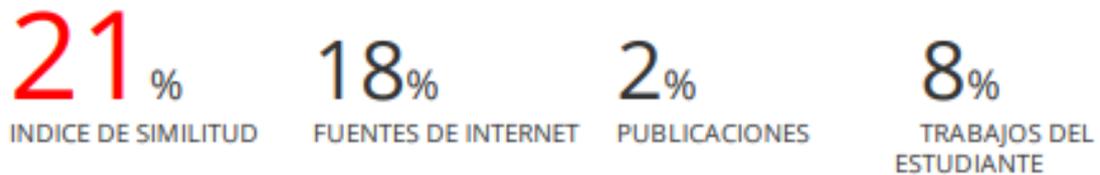


Mg. Chapoñan Ramirez Edgard
DNI N° 40100000

Anexo N° 10: Reporte del Turnitin

ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, JAÉN-2018

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	idiusmp.blogspot.com Fuente de Internet	1%
2	elcomercio.pe Fuente de Internet	1%
3	opinioneideas.org Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cooperativa de Colombia Trabajo del estudiante	1%
5	fiorereiko.blogspot.com Fuente de Internet	1%
6	www.camaralima.org.pe Fuente de Internet	1%
7	bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1%
8	congreso.investiga.fca.unam.mx Fuente de Internet	<1%

Derechos Reservados - Copyright
Dirección de Tecnologías de la Información
Desarrollo de Sistemas
eSeuss@uss.edu.pe

Anexo N° 11: T1



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 11 de mayo de 2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

EL suscrito:
Kattia Stephay Nataly Balbuena Campos, con DNI 70748081

En mi calidad de autor exclusivo del trabajo de grado titulado: ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, JAÉN- 2018 presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el título de CONTADOR PUBLICO, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de CONTABILIDAD, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

Derechos Reservados - Copyright
Dirección de Tecnologías de la Información

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
BALBUENA CAMPOS KATTIA STEPHANY NATALY	70748081	