



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TESIS

**EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES
AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA
PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL
ESTADO, CUTERVO 2016**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

Autor (es):

Bach. Salazar Goicochea, Denis Grisélida

Bach. Vargas Fustamante, Emérita

Asesor:

Mg. Chanduví Calderón Wilder de la Cruz

Línea de investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2018

**EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES AMBULANTES
DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE
IMPUESTOS AL ESTADO, CUTERVO 2016**

Aprobación de Tesis

Mg. Chanduví Calderón Wilder de la Cruz
Asesor metodológico

Presidente del jurado de tesis

Secretario del jurado de tesis

Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

De manera especial a mis adorables padres Juan Salazar Delgado e Hilda Flor Goicochea Guevara, que son la fuente indispensable para lograr mis objetivos y metas trazadas, a mis queridos hermanos(as), que cada día me brindaron su apoyo en diferentes formas y por inculcarme optimismo y la práctica de buenos valores, por el aliento para seguir adelante y no desmayar antes de lograr lo planificado especialmente para mis pequeños Jhoselin y Riberson, que son motor y motivo para seguir adelante y saber que nada se me es imposible porque cada logro obtenido les servirá un ejemplo para ellos a seguir adelante.

Grisélida

Primeramente a Dios todopoderoso porque él es quien está en cada segundo de mi vida, durante toda mi formación académica y me ha guiado por el camino del bien dándome fortaleza para no rendirme y seguir adelante, y en especial a mi madre querida quien permanece a mi lado dándome su apoyo en los momentos felices y difíciles que se presenta en la vida, también a toda mi familia quienes estuvieron pendientes de mí en todo momento dándome ánimos para no caer en el camino.

Emérita

AGRADECIMIENTO

Agradezco al ser que gracias al estamos en este mundo y nos permite seguir viviendo día a día es a Dios todo poderoso por resguardarme siempre y darme la fuerza y fortaleza para levantarme de cada situación difícil y mi agradecimiento especial al mi compañera Emérita por su apoyo y su aliento en el desarrollo de nuestra TESIS, así poder lograr culminar satisfactoriamente.

Grisélida

Agradezco a Dios por prestarme salud y vida por permitirme llegar hasta el final de la carrera, a mi familia a mis amigos quienes me inculcaron buenos valores para ser una persona de bien, a mi compañera Grisélida por el esfuerzo y la dedicación con la que se ha realizado la tesis y a mis maestros por sus enseñanzas y sus consejos de superación, y ayudarme a cumplir mi objetivo.

Emérita

RESUMEN

La presente investigación denominada: **EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO, CUTERVO 2016**; tiene la intención de dar a conocer la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia en la evasión de impuestos al estado, asimismo tomar conciencia para poder realizar estrategias que contribuyan a una mejora de la población Cutervina.

Esta investigación es de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos sobre la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes que producen la evasión de impuestos al estado, para luego proponer estrategias de solución a la problemática. El diseño de investigación utilizado es de carácter no experimental; lo cual significa que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Si bien es cierto su control es menos riguroso pero su validez extrema es más alta.

Se aplicó la técnica de la encuesta que nos permitieron obtener con veracidad la problemática de nuestra investigación, las mismas que fueron trabajadas e interpretadas a través del programa de Microsoft Excel con tablas y gráficos estadísticos correspondientes.

La aplicación de la encuesta permitió corroborar nuestra hipótesis; asimismo se llegó a la conclusión siguiente: que la precaria presencia de los comerciantes ambulantes en los alrededores del mercado Santa Celia de la ciudad de Cutervo, conlleva a generar algunos problemas.

Palabras clave:

Comercio informal, vendedores ambulantes, evasión de impuestos.

ABSTRACT

The present investigation denominated: **THE INFORMAL TRADE OF THE AMBULANT SELLERS OF THE MARKET SANTA CELIA PRODUCES THE EVASION OF TAXES TO THE STATE, CUTERVO 2016**; It intends to raise awareness of the influence of informal trade of street vendors in the Santa Celia market in tax evasion to the state, as well as to be aware of strategies to contribute to an improvement in the Cutervina population.

This research is of quantitative type because it allowed to analyze the data on the influence of the informal commerce of street vendors that produce the evasion of taxes to the state, to then propose strategies to solve the problem. The research design used is non-experimental in nature; which means that it is done without deliberately manipulating the variables. Although its control is less rigorous but its extreme validity is higher.

We applied the survey technique that allowed us to obtain truthfully the problems of our research, the same ones that were worked on and interpreted through the Microsoft Excel program with tables and corresponding statistical graphs.

The application of the survey allowed to corroborate our hypothesis; likewise, the following conclusion was reached: that the precarious presence of ambulatory traders in the vicinity of the Santa Celia market in the city of Cutervo leads to some problems.

Keywords:

Informal commerce, street vendors, tax evasion.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Trabajos previos	11
1.3. Teorías relacionadas al tema	14
1.3.1. El comerciante	14
1.3.2. El comercio	15
1.3.3. El comercio informal	16
1.3.4. Comercio ambulatorio	21
1.3.5. Evasión de impuestos	26
1.4. Formulación del problema	30
1.5. Justificación e importancia de la investigación.	30
1.6. Hipótesis	30
1.7. Objetivos de la investigación	30
1.8. Limitaciones de la investigación	31
CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO	33
2.1. Tipo y diseño de investigación	33
2.2. Población y muestra	33
2.3. Variables, operacionalización	33
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.4.1. Abordaje metodológico	35
2.4.2. Técnicas de recolección de datos	35
2.4.3. Instrumentos de recolección de datos	36
2.5. Procedimientos para la recolección de datos	36

2.6.	Principios éticos.....	37
2.7.	Criterios de rigor científico.....	37
CAPÍTULO III: RESULTADOS		39
3.1.	Tablas y figuras	39
3.2.	Discusión de Resultados.....	49
4.1.	Conclusiones	54
4.2.	Recomendaciones	55
REFERENCIAS		56
ANEXOS.....		58

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. CAUSAS DEL COMERCIO INFORMAL.....	17
TABLA 2: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMAL	18
TABLA 3. GÉNERO DE LOS VENDEDORES AMBULANTES.....	39
TABLA 4. FRECUENCIA ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE ACUERDO A LA EDAD DE LOS VENDEDORE.	40
TABLA 5: INDICADORES SEGÚN EL ESTADO CIVIL DE LOS VENDEDORES.....	41
TABLA 6: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS VENDEDORES.....	42
TABLA 7. GIRO DEL NEGOCIO DE CADA VENDEDOR.....	43
tabla 8. INGRESOS DE LOS VENDEDORES.....	44
TABLA 9: FACTORES QUE LLEVO A EJERCER UN OFICIO DE VENDEDOR AMBULANTE.....	45
TABLA 10: IMPUESTOS QUE PAGAN LOS VENDEDORES	46
TABLA 11: RAZONES QUE IMPIDEN AL VENDEDOR AMBULANTE EL PAGO DE IMPUESTOS...	47
TABLA 12. IMPORTANCIA DE LA FORMALIZACION DE SU NEGOCIO.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS.

FIGURA 1: PORCENTAJES DE ACUERDO AL GÉNERO DE LOS COMERCIANTES.....	39
FIGURA 2: EDAD DE LOS VENDEDORES AMBULANTES	40
FIGURA 3: ESTADO CIVIL DE VENDEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA ...	41
FIGURA 4: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS VENDEDORES AMBULANTES	42
FIGURA 5: GIRO DEL NEGOCIO POR CADA AMBULANTE ENCUESTADO	43
FIGURA 6: INGRESOS DE LOS VENDEDORES AMBULANTES	44
FIGURA 7: FACTOR QUE LES LLEVO A EJERCER UN OFICIO DE VENDEDORES AMBULANTES	45
FIGURA 8: IMPUESTO QUE PAGAN LOS VENDEDORES AMBULANTES.....	46
FIGURA 9: RAZONES QUE LES IMPIDEN AL VENDEDOR AMBULANTE AL PAGO DE IMPUESTOS.....	47
figura 10. importancia de formalizar su negocio	48

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática.

La presente investigación está basada en la problemática generada por los vendedores ambulantes en diversos lugares del nuestro país y a nivel mundial. Por lo que hemos considerado realizar un estudio con respecto a la evasión de impuestos que generan los negocios informales.

Encontrándose en el siglo XXI, según estudios de algunos autores esta problemática está arrasando en todos los centros urbanos, especialmente en las grandes ciudades generando desorden, invasión de pistas y veredas generando la obstrucción del tránsito libre de los transeúntes y vehículos.

Otros estudios encontrados mencionan que la informalidad en grandes países es cada vez mayor, a consecuencia de gente que migra por falta de economía y no cuentan con un trabajo formal. También hemos visualizado que en su gran mayoría son mujeres quienes se dedican a este tipo de negocio además no cuentan con estudios superiores.

Recalamos que los centros urbanos de todas las ciudades, son lugares donde se concentran pobladores de bajo recursos económicos y desempleados, con la finalidad de buscar mejoras de ingresos económicos a su hogar, ya que los vendedores ambulantes son minoristas que ofrecen productos a bajos precios.

Según definiciones encontradas, señalan que en Perú existen tres departamentos en los cuales se dedican con mayor frecuencia a este tipo de negocios informales, los cuales generan mayor invasión de impuestos al estado. Esto nos ha evocado a realizar un análisis de la evasión de impuestos al estado producida por los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia.

1.2. Trabajos previos.

Internacional

VILCA (2013). En su informe de investigación describe: “cómo se consolida el comercio informal en el espacio público urbano”, visto esto desde tres factores que se analizaron en el caso de la Feria de Cachureos de la Avenida Argentina en Valparaíso los cuales son las redes sociales, la organización dentro del espacio público utilizado y la consolidación económica y cultural que ha ido generando en los habitantes de la ciudad de Valparaíso para con este sistema comercial. También nos indica que a mediados de los años ‘70 surge esta idea de una economía o sector económico Alternativo como explicación de las estructuras económicas de los países africanos, y posteriormente se empezó a usar para entender también las estructuras económicas en Latinoamérica.

Del párrafo anterior sus aportes del autor nos han servido para conocer los factores que nos pueden permitir analizar casos de vendedores ambulantes en diversos lugares del país y del mundo.

GONZALES (2011). En su tesis Titulada: “El comercio informal y *su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra*”. Empleando el método explicativo no experimental. Indica que: Mediante esta investigación determina que la mayoría de comerciantes informales provienen de otros cantones, provincias y países como son de Colombia y Perú, el comercio informal es una actividad económica que ayuda al crecimiento y desarrollo de la economía del país, a pesar de no estar legalmente establecidos en un lugar y condiciones adecuadas, sin embargo, el ingreso que perciben es destinado a cubrir las necesidades básicas de sus hogares. Además, se comprobó que la mayoría de personas que se dedica a ser ambulantes solo alcanza un nivel de instrucción primaria, siendo éste un factor fundamental para el desarrollo socio-económico del país. También se ha determinado que el comercio informal afecta en forma negativa a los comerciantes formales ya que existe competencia desleal, ofreciendo los productos a precios bajos, por tal motivo las ventas de los comerciantes

formales se ven disminuidas al igual que sus ingresos. Es por ello que se propone que se asocien los comerciantes informales, con la finalidad de que obtengan beneficios, como: un lugar adecuado para poder vender sus productos, acceso a micro-créditos, entre otros.

Del autor podemos recalcar que la información proporcionada, nos ha servido para concretizar que los vendedores ambulantes la mayor parte son de la zonas rurales, de los lugares donde existe mucha pobreza, por desempleo, etc.

Razón Fuerza (2015) concluye que: "Estados Unidos encabeza la tabla de evasión de impuestos, seguido por Brasil, Italia, Rusia y Alemania. John Christensen, director de TJN, explicó a BBC Mundo la metodología usada para esta clasificación".

Lo medimos en términos absolutos por la cantidad de dinero perdido por la evasión de la economía 'en negro' o subterránea a nivel doméstico. Esto explica que, por mera gravitación de su enorme poderío económico, Estados Unidos esté en lo más alto de la tabla, indicó a BBC Mundo. Razón Fuerza (2015)

Nacional.

ANTICONA (2008) en su trabajo de investigación: *Historia del comercio Informal*. Utilizando el método de investigación analítica: resume que es un fenómeno que se ha desarrollado en nuestro país, a través, de una larga historia. "El propio inca Túpac Yupanqui... mandó pregonar por todo el imperio que, el que quisiese ser mercader pudiese andar libremente... sin que persona alguna le fuese molesta so bajo grave pena..."

En la colonia los primeros ambulantes fueron los españoles y los criollos empobrecidos; luego se adhirieron los indios y los mulatos. Los ambulantes estaban conformados por los regatones, quienes ejercían su comercio en las calles, no tenían un lugar estable; por otro lado estaban los denominados "mercaderes de cajón", quienes tenían un puesto informal desde donde prestaban sus servicios. En 1594 el virrey García Hurtado de Mendoza, emitió

la primera prohibición colonial en contra de los ambulantes. En 1553 la Cédula del Rey de España reconocía el derecho de pago por ejercer la venta ambulatoria. Es indudable que a largo de la colonia se dieron una serie de prohibiciones en contra del comercio informal, pero estos se dieron en determinados años, además esto variaba, de acuerdo a la autoridad del tiempo. El presidente Ramón Castilla en su gobierno ordenó que los ambulantes desalojaran la plaza de armas de Lima. En el siglo XX se dieron una serie de ordenanzas, para hacer frente a los ambulantes, las cuales terminaron fracasando. En el caso del alcalde Bedoya Reyes, éste inició la construcción de mercados, según él para ubicar ahí a los ambulantes y así poder tener las calles más ordenadas. Esto fue aprovechado por los ambulantes para empezar a construir sus propios mercados. El alcalde Dibós tuvo importante popularidad, ya que creó un dialogo con los ambulantes, los cuales demostraron su consenso con la municipalidad; limpiando las calles, uniformando a los comerciantes, etc. El alcalde Orrego logra reubicar a los comerciantes en los campos feriales, "Polvos Azules" y "Amazonas. (Anticona, 2008)

Cuellar Karla , s.f. En su tesis señala que: “El comercio informal es una las actividades más notables de la economía informal en el Perú. Se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio callejero, los llamados vendedores ambulantes, que existen en todas las ciudades de América Latina”

HUAMAN (2014). En su tesis “Factores socio-económicos asociados a la práctica del comercio ambulatorio en la zona comercial de Aguas Verdes-Zarumilla-Tumbes 2014”. Aduce que cualquier persona que visita el distrito de Aguas Verdes puede percibir que el comercio es una actividad clave para sustentar la vida de los habitantes fronterizos. Una rápida ojeada en su zona comercial nos conduce a descubrir que una de las expresiones predominantes del comercio allí, es el de tipo ambulatorio. Se aprecia vendedores ambulantes de servicios de transporte (carretillas, triciclos, estibadores) y también vendedores ambulantes de productos (fresqueros, cevicheros, puestos de zapatillas, ropas, juguetes, etc.)

No obstante, también se advierte un elevado grado de desorden y falta de organización, no sólo a nivel de los propios comerciantes ambulantes, sino que además es destacable la deficiente acción rectora de la MDAV. Aparentemente este cuadro caótico facilita la aparición de volúmenes de basura, proliferación de hurtos y otros actos delincuenciales, obstrucción de la vía pública, incluyendo la pérdida de estética y ornato de la ciudad. (Huamán, 2014)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015), Señala que: “La Informalidad en el Perú (2016), tres de cada cuatro trabajadores de la Población Económicamente Activa (PEA) que se encuentra ocupada se desempeña en un empleo informal (75%)”.

GESTIÓN (2014), señala que: “Un estudio presentado por el INEI mostró que los informales son principalmente quienes producen bienes y servicios en pequeña escala, no llevan contabilidad, no están registradas ante la SUNAT, entre otros”.

Del párrafo anterior podemos recalcar que los vendedores ambulantes son aquellos minoristas que ofrecen productos a bajos precios.

A nivel Regional y local

No se ha encontrado trabajos relacionados al tema de investigación.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. El comerciante

Giraldo, define a comerciante: “Son comerciantes los que teniendo capacidad para contratar hacen del comercio su profesión habitual”.

Según Martín (s.a.) “Es la persona dedicada de forma profesional al comercio, realizando transacciones de compraventa en el mercado. Se dividen en al por mayor y al menor o al detalle” (p. 43)

Según autores podemos definir que comerciante es aquella persona que se dedica a la actividad de la compra venta de diferentes tipos de productos o puede ser servicios; con la finalidad de obtener ingresos y/o ganancias.

Artículo 4.- Las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, hagan alguna operación de comercio, aunque no son en derecho comerciantes, quedan sin embargo, sujetas por ella a las leyes mercantiles. Por tanto, los labradores y fabricantes, y en general todos los que tienen planteados almacén o tienda en alguna población para el exp-endio de los frutos de su finca, o de los productos ya elaborados de su industria, o trabajo, sin hacerles alteración al expenderlos, serán considerados comerciantes en cuanto concierne a sus almacenes o tiendas. (Código del Comercio, 1899)

Del parrafo anterior podemos rescatar que, comerciantes son aquellas personas que cuentan con o sin establecimiento jijo, osea las personas que realizan actividades comerciales por las calles de las ciudades; tambien aquellos que se dedican a la fabricacion de materiales, venta de sus productos obtenidos de sus parcelas, venra de sus productos procesados.

1.3.2. El comercio

Giraldo (2009), Define como: “Es la actividad económica que consiste en comprar mercaderias para revenderlas, percibiendo una utilidad deseada”.

“Término genérico que hace referencia a la actividad de compra, venta, intercambio o permuta de mercancías con ánimo de lucro. Lugar o recinto donde se lleva a cabo la actividad comercial” (Martín, s.a., p. 43)

Consiste en el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero. La creación del dinero como herramienta de cambio ha permitido simplificar enormemente el comercio, facilitando que una de las partes entregue a cambio dinero, en vez de otros bienes o servicios como ocurría con el trueque. (economipedia.com, s.f.)

Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados. Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial. (Código del Comercio, 1899)

De los párrafos anterior se entiende que el comercio es una actividad social, económica, dedicada a adquisiciones y venta de mercaderías ya sea para hacer uso directo de los mismo, venderlos, transformar, etc. Con la finalidad de Buscando un lucro o ganancia, satisfacer necesidades entre otros.

1.3.3. El comercio informal

Se define como aquel intercambio económico que se realiza de manera irregular y oculto. Irregular porque no sigue los procesos fiscales y de permisos requeridos por las autoridades para ejercer esa actividad. Y oculto porque es precisamente esa irregularidad la que provoca que esos intercambios sean difíciles de cuantificar para su estudio. Aunque esto no quiere decir que el comerciante informal no pague nada por la ocupación de los espacios en donde ejerce su actividad. Los comerciantes informales pagan su “derecho de piso” a las personas que controlan los espacios de venta legalmente (delegaciones o municipios) y en otras ocasiones a quien controla de manera ilegal el espacio público. Y en muchos de los casos, las cifras a pagar están lejos de ser nimiedades, y representan cantidades considerables de las ganancias. (López, 2015)

La Oficina Internacional del Trabajo (OIT), el Grupo de expertos sobre estadísticas del sector informal (llamado el “Grupo de Delhi”) y Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO) trabajaron juntos para ampliar el concepto y la definición con la incorporación de ciertos tipos de empleo informal que no estaban incluidos en definiciones y conceptos previos del “sector informal”. Intentaron incluir la informalidad relacionada con

el trabajo, como se manifiesta en las economías industrializadas, las economías en transición y las economías en desarrollo, y las dinámicas reales en los mercados laborales actuales, particularmente los arreglos de empleo de los trabajadores pobres (WIEGO, 2012).

1.3.3.1. Causas del comercio informal.

El Comercio (2017) afirma que Según cifras del INEI, siete de cada diez trabajadores peruanos padecen la informalidad laboral (...) En el Perú, el trabajo informal no solo ocurre entre las personas con menor instrucción educativa y de condición económica más precaria, sino que casi el 50% de la clase media también labora en condiciones de informalidad, según un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Las razones por las cuales se acepta esta condición son tres:

Tabla 1

Causas del Comercio Informal

Por elección	Por evasión	Por exclusión
Tanto el empleador como el trabajador optan por ser informales para evadir costos y tener mayores beneficios económicos de corto plazo.	Las empresas prefieren quedarse en el sector informal y con ello, todos sus trabajadores están en las mismas condiciones, a veces con algunos beneficios como gratificaciones.	Los trabajadores tienen muy baja calificación laboral y por tanto no pueden conseguir trabajo en empleos formales.

Fuente: (El Comercio, 2017)

Elaboración: Propia

Según los cálculos de la OCDE, en el Perú al menos 11% de los trabajadores trabajan en el sector informal pues no tienen otra opción, es decir, están en el tercer caso. Cabe indicar que la informalidad es una de las principales barreras para que en el Perú se dé un crecimiento económico inclusivo –con beneficios para la mayor cantidad de ciudadanos–. (El Comercio, 2017)

En el año 2017, El Comercio, indica que “La informalidad genera un círculo vicioso que afecta a las personas con escasos recursos, pues no les ofrece capacitaciones, acceso a servicios públicos y los sueldos que paga son bajos”.

1.3.3.2. Ventajas y desventajas del comercio informal

Tabla 2

Ventajas y desventajas del comercio informal.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Precios más bajos que en el comercio formal.	No da garantía que los productos y servicios estén en buenas condiciones.
Posibilidad de regatear el precio.	Se pueden encontrar productos robados o piratas.
Calidad aceptable en los productos.	Instalaciones inadecuadas.
Lugar accesible para realizar las compras.	Falta de higiene.
Se beneficia la población que tiene menos recursos económicos por el costo mínimo de los productos.	Única forma de pago: efectivo. El estado no recibe ingresos por impuesto.
Da oportunidad de trabajo a personas sin preparación académica.	La población viola las leyes.
No se cuenta con un jefe, ni tampoco cuentan con horario preestablecido de trabajo.	Al cerrarse la industria nacional se crea desempleo. Genera caos y maltrato psicológico hacia los sujetos. Genera inseguridad ciudadana. Sufren muchos riesgos como desalojos, peleas con otros ambulantes, etc.

Fuente: (Galeón.com, s.f.)

Elaboración: Adaptado por los investigadores.

La economía ilegal es un fenómeno que se presenta prácticamente en todos los países y sus repercusiones se evidencian no sólo en la economía de los empresarios directamente afectados, sino en el bienestar social, la

seguridad pública y el propio desarrollo nacional. Las prácticas ilegales como la piratería, el contrabando y, en general, el comercio ilegal están rebasando al Estado, por lo que sólo con acciones conjuntas y contundentes entre sociedad, autoridades y legisladores se podrá combatir este fenómeno que ha ido avanzando a pasos vertiginosos. El comercio ilegal comprende las transacciones de compra-venta que se llevan a cabo fuera del marco legal, donde los productos que se comercializan provienen del contrabando, piratería e incluso pueden ser robados. Usualmente, este tipo de transacciones se realizan en la vía pública por el ambulante o puestos semi fijos. La introducción ilegal de mercancías representa una práctica fraudulenta al evitar los controles de calidad y seguridad que se han establecido para productos y servicios. En esta lucha interna por ganar terreno, este fenómeno social atenta contra la planta productiva y laboral del país. (Galeón.com, s.f.)

En conclusión podemos decir que desgraciadamente el comercio informal es a nivel mundial, lo cual afecta la economía y el bienestar social de la sociedad. Además podemos recalcar que es un problema que aún no se ha tomado medidas correspondientes para solucionarlo.

1.3.3.3. Impacto del Comercio informal en el interior del Perú.

En todo el mundo el comercio informal es un problema que causa muchos problemas a la economía de los gobiernos. Pero en el Perú se ha vuelto parte de la vida cotidiana.

Gran parte de la economía peruana está compuesta por negocios informales que no pagan impuestos. Nuestro gobierno pierde millones de soles en impuestos que no son pagados a causa de este tipo de comercio provocando que empresas extranjeras no inviertan en nuestro país.

Por ejemplo, se estima que la mitad de películas vendidas en el Perú provienen de un mercado informal. Otra es que dos de cada 10 discos musicales comercializados en el mercado peruano son originales. Hay un gran impacto del

comercio informal en nuestro país, pero no se sabe la razón exacta de esto, aunque existen algunas hipótesis:

Las sanciones son duras solo que no se quiere sancionar. Las sanciones llegan hasta los 8 años de cárcel, pero casi siempre no se sentencia ya que los jueces no lo ven como un delito mayor y es más la tolerancia a este caso pasa por cuestiones predominantemente políticas.

El peruano rechaza los derechos de autor, porque cree en la propiedad compartida: El comercio ilegal es consecuencia del costo excesivo para una sociedad sin ingresos.

La piratería desincentiva la creatividad: La competencia estimula la creatividad, mientras que los monopolios son ineficientes. Es más importante la libre circulación de conocimiento que el monopolio sobre la obra.

1.3.3.4. Rol del estado frente al comercio informal.

Podemos decir que es su deber del estado velar por el bienestar de la ciudadanía del país, por lo que creemos que deberá crear políticas de con la finalidad de que el costo a pagar por los negocios informales debe ser mayores al costo a pagar por los negocios formales, para ello es esencial reducir los costos, y así poder reducir la informalidad. O también de ofrecer incentivos para que los comerciantes informales se formalicen.

Recopilado de algunos conceptos el rol del estado podría ser frenar a la economía informal, utilizando estrategias responsablemente y siendo eficiente en su política económica, dando a conocer mediante capacitaciones, volantes, noticias, etc. La importancia de la formalidad de los comerciantes y los objetivos que se podría lograr mediante la recaudación de los comerciantes y que acciones se pueden realizar para las mejoras de las comunidades nacionales. Así se puede iniciar a dar solución a este tipo de inconvenientes.

1.3.4. Comercio ambulatorio

1.3.4.1. Definición

Son transacciones comerciales que se realizan mayormente en la calle con el propósito de obtener beneficios económicos. En la ciudad de Cutervo, el comercio ambulatorio se viene incrementando día a día, debido al crecimiento de la población y al elevado movimiento comercial, convirtiéndose en uno de los retos que tienen que erradicar las autoridades municipales. Estas actividades son ejecutadas mayormente por mujeres que se ubican en la vía pública para la venta de sus productos; asimismo provenientes de la zona rural y no cuentan con un trabajo estable. Algunos vendedores se ubican en lugares estratégicos o la venta se realiza en fiestas patronales, ferias o eventos.

El vendedor ambulante usa diversas estrategias para vender sus productos, como ubicación estratégica, variedad de productos, pedidos a domicilio, ofertas y horario continuo.

1.3.4.2. Tipos de comercio ambulatorio

De acuerdo al uso del espacio público:

Itinerante: Son aquellos que adquieren pocas cantidades a rebajados precios, dulces o abastos no perecibles y rondan por las calles de las ciudades con la finalidad de vender a personas que encuentran en el transcurso de su caminar. Escasean de un lugar fijo y operan en abarcan un lugar bastante reducido.

Eventual: Son aquellos negociantes que ofrecen sus productos o servicios en épocas o fechas específicas. Ejemplo: navidad, año nuevo, ferias escolares, fiestas patronales, etc.

Lugar fijo en la vía pública: El vendedor logra apropiarse de un lugar y se instala en él para realizar su actividad, este vendedor ya no deambula por las calles y/o vías públicas de las ciudades, lo que implica una evasión en calles.

1.3.4.3. Características:

El comercio ambulatorio es una actividad económica cuyas características son: venden sus productos en las calles, los vendedores carecen de recursos económicos, son aquellos que evaden impuestos y desconocen de las normas existentes, de los trámites a realizar para formalizarse, las personas que se dedican a esta actividad en gran parte son mujeres y también mayores de edad, deambulan por la calle tratando de vender, pues raramente el cliente va hacia ellos, por lo que tienen muy claro las técnicas de ventas impulsivas, manejan poco capital y carecen de financiación, por lo que su compra y obviamente venta son al contado. (Julio, 2011)

Mientras está en la calle no solamente está haciendo sus ventas, sino que invierte tiempo en investigación y capital humano, observa que productos se vende, que quiere la gente, donde se concentran los clientes, lugar y horarios, adecua su oferta en función de esas características, ve lo que hacen sus colegas, quienes prosperan y quienes no, trata de imitar a aquellos que son más exitosos que él, innova, intercambia experiencias con otros, se asocia, se reparte mercado con otros, descubre que en las calles es donde se aprende que bienes son necesarios, pero especialmente que VALOR tienen esos bienes para los clientes, a medida que progresa sustituye el transporte de la mercadería efectuada por sus manos, por carretillas, u otros medios de transporte, hasta que al final consigue hacer realidad la ilusión de su puesto propio.

1.3.4.4. Causas:

Según la realidad de nuestra provincia de Cutervo, existen muchas causas por la cual sigue perenne el comercio ambulatorio: migración del campo a la ciudad, debido a la búsqueda de una mejor calidad de vida, lo cual genera empleo inestable; inexistencia de trabajos formales, además muchas personas desconocen el procedimiento para formalizar su negocio.

1.3.4.5. Consecuencias del comercio ambulatorio

Las consecuencias que se generan al momento de ofrecer los productos en lugares públicos, tenemos: Inconvenientes sociales, puede existir contaminación en los alimentos que ofrecen alimentos, genera la inseguridad ciudadana, obstáculo para poder transitar sin dificultad, aislamiento de calles y veredas.

1.3.4.6. Ventajas que ofrece el comercio ambulatorio

Entre las ventajas del comercio ambulatorio tenemos: los costos de los productos que ofrecen son bastante bajos, ofrecen varios productos y de buena calidad, productos y servicios adecuados a las necesidades y hábitos específicos del consumidor potencial, los precios van acorde a la oferta y demanda, buena ubicación de sus puestos de venta.

1.3.4.7. Desventajas que ofrece el comercio ambulatorio.

Las desventajas del comercio ambulatorio son: Los productos que ofrecen no garantizan la seguridad en la calidad, sus ventas no dan fiado, no cuentan con instalaciones adecuados para ofertar bienes y servicios, los puestos en la calle no les ofrecen las garantías de permanencia, no cuentan con lugar para almacenar sus mercaderías y transportarlos diariamente, no pueden brindar créditos ni brindar garantías de los productos que venden, pues no sería creíble para el comprador de los mismos, no tienen derecho de propiedad por estar en la vía pública, presentan problemas diversos, como las lluvias, el demasiado calor, carecen de almacenes, etc.

1.3.4.8. Rubros del comercio ambulatorio en el mercado Santa Celia de Cutervo

Se consideran productos del comercio ambulatorio a los que clasifican en los rubros siguientes:

Alimentos y bebidas: frutas, verduras, tubérculos, helados, productos lácteos, alimentos envasados.

Productos artesanales: artesanía de lana e hilo.

Artículos de uso personal: ropa en general, zapatos y zapatillas, artículos de tocador, jabones y detergentes.

Artículos para el hogar: material de cocina, artículos de bazar, artículos de limpieza.

Animales menores vivos: cuyes, pollos, gallinas.

Otros: caramelos, mercería, alfalfa, hoja de maíz, leña.

1.3.4.9. Palabras comunes de los vendedores ambulante

Las palabras más usuales dentro del mundo de los vendedores ambulantes tenemos: Que te vendo, mire tengo lo de moda, que va a llevar, pruébese sin compromiso, esta baratísimo, llévelo está cómodo, venga por aquí está bueno bonito y barato, con mucho gusto, entre otras. (CASTILLO, 2010)

También tienen códigos visuales como sus miradas, gestos, silbos, se llaman agitando las manos.

1.3.4.10.Los riesgos de vender en lugares públicos

Los riesgos que sufren los vendedores al realizar sus actividades en lugares públicos son comunes, por ejemplo tenemos que existen inconvenientes al momento de buscar un espacio donde vender, al no contar con un almacén o un puesto en buenas condiciones las lluvias pueden ocasionar daños a sus productos lo cual genera pérdida de ingresos, desalojos por parte de autoridades municipales, peleas entre los propios vendedores ya que los espacios que tienen son demasiado reducidos, carecen de servicios básicos como agua luz, servicios higiénicos, también pueden sufrir enfermedades de contaminación, resfrío, dolor de músculos ya que todo el día se mantienen de pie y otros riesgos diversos.

1.3.4.11.La mujer en la venta ambulante

La red de WIEGO, red global dedicada a la acción, la investigación y las políticas, denominada Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando, desarrolló y puso a prueba un modelo multisegmentado del empleo informal, definido en términos de la situación en el empleo. Las cinco categorías principales de la clasificación internacional de la situación en el empleo –empleador, empleado, trabajador por cuenta propia, trabajador familiar auxiliar no remunerado y miembro de una cooperativa de productores– están definidas por el tipo y/o grado de riesgo económico (de perder el trabajo y/o el ingreso) y de la autoridad (sobre el establecimiento y otros trabajadores). WIEGO ha argumentado que es necesario añadir dos categorías adicionales al conjunto estándar de categorías: los jornaleros y los trabajadores industriales a domicilio o trabajadores subcontratados. Esto se debe a que los jornaleros enfrentan mayor riesgo económico que los empleados informales (ya que están expuestos a perder el empleo y/o los ingresos diariamente) y los trabajadores industriales a domicilio no ejercen la misma autoridad sobre su trabajo como los trabajadores por cuenta propia (ya que dependen de los empleadores y/o contratistas en materia de pedidos, especificación de los productos, materias primas y venta de los productos). El modelo de WIEGO cuenta con seis situaciones de empleo: empleadores informales, empleados informales, trabajadores por cuenta propia, trabajadores asalariados eventuales, trabajadores industriales a domicilio o trabajadores subcontratados, y trabajadores familiares auxiliares no remunerados. (WIEGO, 2012).

Basándose en nuestro querido Perú lamentablemente aún seguimos con el machismo, por ende la mujer siempre es en circunstancia de demostrar que con esfuerzo se puede salir adelante, con respecto a la mujer en la venta ambulante un gran porcentaje de personas que se dedican a esta actividad son mujeres, sin estudios, sin alguna ocupación formal. Esto se da a en todas las zonas urbanas de las ciudades de todos los países del mundo.

Considerando los resultados de nuestra encuesta realizada a los vendedores ambulantes del mercado santa Celia de Cutervo se puede decir que un 67% son mujeres.

1.3.4.12. Problemas que impide la formalización del comercio ambulatorio.

Según autores hemos recopilado que un problema para la formalización es los espacios reducidos para poder realizar sus actividades con normalidad, no cuentan con una infraestructura adecuada.

También se puede decir que en su gran mayoría cuentan con poco capital, desconocen las normas y leyes que existen ya que la gran parte que se dedica a esta actividad son sin estudios o apenas con primaria completa también se puede decir el desconocimiento de los trámites a realizar para formalizar su negocio.

Otra de las limitaciones podría ser la falta de capacitaciones dando a conocer la importancia de la formalidad y a donde va los ingresos de recaudación de los negocios formales para de esa manera incentivar a los comerciantes informales y/o ambulantes a la formalización.

La no existencia de mercados suficientes para acoger a todos los comerciantes ambulantes o galerías donde ellos puedan adquirir un puesto.

Existencia de la competencia desleal con algunos de comercio formal al momento de la no emisión de comprobantes de pago al momento de realizar sus actividades que eso se ve en casi todos los negocios formales cuando nos acercamos a realizar una compra tenemos que pedir el comprobante siendo de su obligación emitirlos.

1.3.5. Evasión de impuestos

La evasión de impuestos es aquel acto fraudulento que utilizamos al no pagar impuestos al estado. También podría ser, es cuando no hay aportaciones al estado por parte de los vendedores en este caso informales, además los negocios formales cometen evasión de impuestos al no emiten comprobantes de pago a eso se le llama evasión de impuestos y fraude al estado de cada país.

La “evasión” se da como el arte o la astucia que supone una violación de las leyes tributarias, pero cuando esa astucia es un engaño malicioso o un abuso de confianza, se le denomina “Defraudación” (...) El código tributario (...) los alude sin distinción ni exclusión a cualquier acto u omisión ilícita que suponga una forma de ocultar el incumplimiento de las obligaciones tributarias. (Cortez M. & Pautrat C., 1993 p.164)

Según Cortez M. & Pautrat C (1993) “el delito no consiste sólo dejar de pagar los tributos, sino en que se haya utilizado la malicia para ocultar la obligación tributaria. (...) No pagar tributos es un atentado contra la economía del Estado, desobediencia a la administración pública” (p.164)

La evasión de impuestos producida por el mercado Santa Celia se puede decir que en comparación a un país es mínima. Esto es generada por vendedores ambulantes que venden frutas y verduras, ellos adquieren un poco más de ganancia que las otras ventas y no pagan totalmente nada.

1.3.5.1. Aportes de la constitución política del Perú

Según la Constitución Política del Perú de 1993 “Siendo el comercio ambulatorio un álgido problema en las diferentes ciudades de nuestro país, el mismo que genera el retraso del desarrollo y la mejora de la calidad de vida de la población.”

Artículo 58°.- Economía Social de Mercado. La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura. (La Constitución Política del Perú, 1993)

Artículo 59°.- Rol Económico del Estado. El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación

a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades. (La Constitución Política del Perú, 1993)

Artículo 61°.- Libre competencia. El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. (La Constitución Política del Perú, 1993)

Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios; sin embargo, el comercio ambulatorio es considerado como un monopolio por la desleal competencia frente a los negocios formales, por ende, es necesario conocer sus índices en la provincia de Cutervo y a partir de estos indicadores, buscar y proponer posibles alternativas que contribuyan a la reducción de los mismos en nuestra localidad. No obstante, que en la lucha por la abolición de este problema tiene participación directa los gobiernos en sus diferentes estamentos (Nacional, regional y local), con la generación y promoción de empleo.

El comercio ambulatorio informal se considera como una alternativa para obtener ingresos, sobre todo para la población más pobre y con menores posibilidades de integrarse al sector formal de la economía, de manera que esta investigación busca promover estrategias para la disminución del comercio ambulatorio en la provincia de Cutervo, además ayuda a tener un conocimiento amplio sobre el tema, la misma que contribuirá con información relevante que puede utilizarse para consulta de futuros trabajos que deseen continuar con investigaciones en esta rama del conocimiento.

1.3.5.2. Causas

Según Rubio (2008) “Entre los factores que pueden originar la evasión, tenemos:”

El egoísmo natural de la persona para desprenderse de una parte de sus ingresos en beneficio del bien común, lo que demuestra una escasa formación cívico-tributaria. La existencia de un desequilibrio entre la carga tributaria y la capacidad económica de los contribuyentes. El aumento de las tasas de los

impuestos. (...) El establecimiento de exoneraciones para algunos sectores económicos o zonas geográficas que son utilizadas de manera incorrecta. (...) La desconfianza sobre el acierto con que el Estado administra los recursos. La emisión de normas tributarias complicadas y complejas, lo que atenta contra la simplicidad y la neutralidad en la aplicación de los tributos. La inestabilidad tributaria originada por la modificación constante de las normas. La falta de conciencia tributaria. Un ejemplo es la no exigencia del comprobante de pago para obtener una rebaja en el precio o simplemente porque le resulta indiferente; otro es la obtención de ganancias ilícitas, sorprendiendo la buena fe de la Administración Tributaria mediante la simulación de actividades y documentos a favor de terceros. (Rubio, 2008)

1.3.5.3. Consecuencias

Influencia de la Evasión Tributaria e Informalidad (2008), La evasión afecta al Estado y a la colectividad de diversas formas: no permite que el Estado cuente con los recursos necesarios para brindar los servicios básicos a la población, especialmente a la de menores recursos; influye en la generación de un déficit fiscal, que origina nuevos tributos, mayores tasas o créditos externos; la creación de más tributos o el aumento de las tasas de los tributos ya existentes afectan a los que cumplen con sus obligaciones, cuando lo lógico sería ampliar la base contributiva con respecto a los que poco o nada tributan; de otro lado, por los préstamos externos hay que pagar intereses, lo que significa mayores gastos para el Estado; es decir, toda la sociedad debe hacer un esfuerzo para pagar los gastos ocasionados por quienes no cumplieron con sus obligaciones tributarias; perjudica al desarrollo económico del país, no permitiendo que el Estado pueda redistribuir el ingreso a partir de la tributación.

Debemos tomar conciencia que la evasión de impuestos nos perjudica a todos, pues la no contribución al estado impide la ejecución de obras públicas en educación, salud, transporte y otros.

1.4. Formulación del problema.

¿Cuál es la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia en la evasión de impuestos al estado?

1.5. Justificación e importancia de la investigación.

La inestable realidad en la que vivimos conlleva a nuestra sociedad a agenciarse de actividades ilícitas como son la comercialización informal como medio de subsistencia.

Por lo tanto, creemos por conveniente realizar esta investigación de este tipo de problema para comprobar en qué grado influye la evasión de impuesto al estado; a la economía nacional y cómo se puede dar algunas posibles soluciones. Por consiguiente podemos concluir que es importante diagnosticar este tipo de problemas, con la finalidad de entender que estas actividades afectan directamente a la mejora de nuestro país mediante la evasión de impuestos y por lo tanto es necesario relacionar con esa actitud los factores que generan este tipo de actividades para así tomar las medidas necesarias para afrontarlo.

1.6. Hipótesis

Si existe comercio informal en los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo, entonces produce la evasión de impuestos al estado.

1.7. Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo general.

Analizar el nivel de influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia en la evasión de impuestos al estado.

1.7.2. Objetivos específicos.

Identificar el nivel de comercio informal en los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia.

Describir el nivel bajo, medio y alto del comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia.

Relacionar el nivel bajo, medio y alto del comercio informal con la evasión de impuestos al estado.

Proponer estrategias para disminuir la evasión de impuestos al estado por parte de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia.

1.8. Limitaciones de la investigación

Durante la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

Inexistencia d tesis relacionados con el problema de investigación en la provincia de Cutervo.

Temor de los comerciantes al momento de brindar información detallada sobre su negocio.

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODO

CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación:

Según (Hernández, 1997) la investigación es **Cuantitativa**, porque “utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, (...) para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.”

2.1.2. Diseño de la investigación:

Diseño no experimental: porque no se realizó ningún experimento, asimismo mediante la aplicación de instrumentos se diagnosticó y analizó hechos observados en la realidad para proponer alternativas de solución para disminuir el comercio ambulante y la evasión de impuestos en el Mercado Santa Celia de la provincia de Cutervo, 2017.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población de investigación estuvo constituido por 180 vendedores ambulantes ubicados en las afueras del mercado Santa Celia de Cutervo en el año 2016, según información recopilada de la Municipalidad Provincial de la misma ciudad.

2.2.2. Muestra

La muestra de estudio estuvo constituido por 60 vendedores ambulantes del mercado Santa Celia de Cutervo en el año 2016.

2.3. Variables, operacionalización.

Variable independiente: COMERCIO INFORMAL.

Definición **conceptual:** El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad.

Variable dependiente: EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO.

Definición **conceptual:** la evasión tributaria consiste en el impago voluntario de tributos establecidos por ley en un estado.

Operacionalización.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	instrumentos de recolección de datos
DEPENDIENTE “Evasion de Impuestos al estado de por los vendedores ambulantes”	Aspaectos económicos	Rango de ingresos	1. 0-500	Guía de encuesta
			2. 501-800	
			3. 801-.1000	
			4. 1001-1500	
			5. 1500 a mas	
		Factores de informabilidad	1. Desempleo	
			2. Facilidad	
			3. oportunidad	
	Aspecto legal	Pago de impuestos	1. si	
			2. no	
		Razones para no pagar impuestos	1. elevados impuestos	
			2. tramites dificultosos	
3. altos costos de formalización				
4. otros				
Formalidad	Importancia de formalización	1. si		
		2. no		

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	instrumentos de recolección de datos
INDEPENDIENTE "Comercio Informal"	Cultura	Sexo	1. Maculino	Guía de encuesta
			2. Femenino	
		Edad	1. 20-30	
			2. 30-50	
			3. 50-60	
		Estado civil	1. Soltero	
			2. Casado	
			3. Conviviente	
			4. Viudo	
			5. Divorciado	
		Grado de instrucción	1. Sin estudios	
			2. Primaria	
			3. secundaria	
			4. superior tecnica	
			5. superior universitaria	
		Giro del negocio	1. Venta de frutas	
			2. Venta de verduras	
			3. Venta de tubérculos	
			4. Venta de frutas y verdutras	
			5. Venta de ropa	
			6. Venta de pescado	
7. Otros				

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

2.4.1. Abordaje metodológico

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos: el método descriptivo el cual nos permite enumerar las características de la realidad en la que se encuentra.

2.4.2. Técnicas de recolección de datos.

Para realizar la presente investigación se ha recurrido a la técnica siguiente:

Encuesta: Técnica de recolección de información las cuales se aplicarán a los vendedores ambulantes de las afueras del mercado Santa Celia Cutervo, esta técnica recogerá información relevante sobre la influencia en la evasión de impuestos al estado.

2.4.3. Instrumentos de recolección de datos.

Guía de encuesta: Cada ítem contendrá una combinación única de los aspectos y actividades sobre la influencia de evasión de impuestos al estado producida por los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia de Cutervo. Las respuestas se miden solicitando el grado de acuerdo para cada ítem en un formato de encuesta con respuestas cerradas (SI, NO), con un tiempo de duración de 1´ por cada ítem.

2.5. Procedimientos para la recolección de datos.

Las técnicas que se emplearán para el procesamiento estadístico serán las siguientes:

A. Cuadro o tablas estadísticas: Nos permitirán estructurar los resultados obtenidos en cuadros y/o tablas estadísticas las que se analizarán e interpretarán.

B. Gráficos estadísticos: Nos permitirá organizar los resultados logrados en gráficos estadísticos y en barras las que serán analizadas e interpretadas.

Análisis estadístico e interpretación de datos.

Para el análisis estadístico de los resultados frente a la aplicación de la encuesta referente al nivel de influencia de evasión de impuestos al estado producida por los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia de Cutervo, se mostrarán los datos en tablas y en gráficos de barras, así como la descripción de la información obtenida como resultado de la aplicación de la técnica de la recolección de datos, como lo es la encuesta.

2.6. Principios éticos

Respeto por las personas: Para el presente proyecto de investigación se obtendrá la información respetando la autonomía de cada persona que será encuestada. El principio del respeto por las los humanos se divide entonces en dos Morales separados: el de reconocer la autonomía y el de preservar a quienes la tienen disminuida.

La confidencialidad. Se hará un hincapié para salvaguardar la identidad del ciudadano que participen como testificador de la investigación. Se mantendrá en el anonimato en la identidad de los humanos participantes en el proyecto de investigación.

Responsabilidad. Se trabajará asumiendo un compromiso, asumiendo las posibles consecuencias tanto del lado de los investigadores como del lado de la población, de tal manera que los datos que se obtengan vengan de fuentes responsables y consientes al trabajo de investigación.

2.7. Criterios de rigor científico.

Fiabilidad y validez. Se aplicará las pruebas e instrumentos de carácter científico para recoger datos fiables, buscando garantizar que los resultados que se presentan sean merecedores de crédito y confianza.

Relevancia. Nos permitirá medir el éxito de los objetivos trazados en el proyecto y si al final se consiguió un mejor conocimiento del problema, así como la repercusión positiva en el contexto de la recaudación del impuesto predial por la municipalidad de Cutervo.

Consistencia. Los datos que se obtengan, serán consistentes de tal manera que pueda servir como fuente de investigación y/o comparación con otros estudios y obtener resultados similares.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

Tabla 3

Género de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia – Cutervo.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Femenino	40	67%
Masculino	20	33%
Total	60	100%

Fuente: Cuadro deducido de la encuesta aplicada a los comerciantes ambulantes por parte de los investigadores.

Elaboración: Propia.

**Porcentajes de acuerdo al género de los comerciantes
Ambulantes del mercado Santa Celia de Cutervo.**

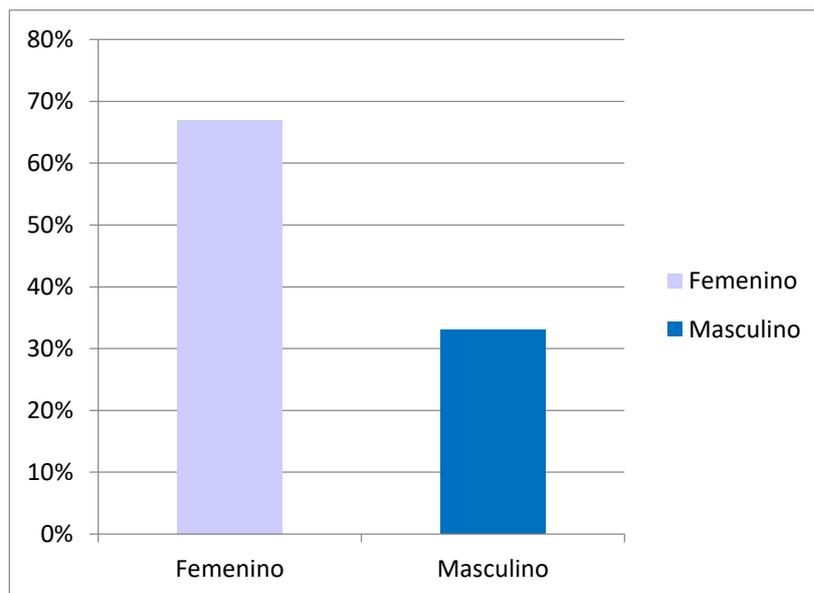


Figura 1: En la tabla 3 y figura 1 observamos que:

De acuerdo a los datos obtenidos tanto de la tabla N° 3 y de la figura 1, se puede deducir que el 67% equivale a 40 vendedores ambulantes son de género Femenino y el 33 % equivale a 20 vendedores ambulantes de género Masculino.

Tabla 4

Frecuencia absoluta y porcentual de acuerdo a la edad de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia – Cutervo.

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
20-30 años	14	23%
30-50 años	30	50%
50-60 años	16	27%
Total	60	100%

Fuente: cuadro obtenido de la encuesta aplicada a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo por parte de los investigadores.

Elaboración: Propia.

Edad de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo

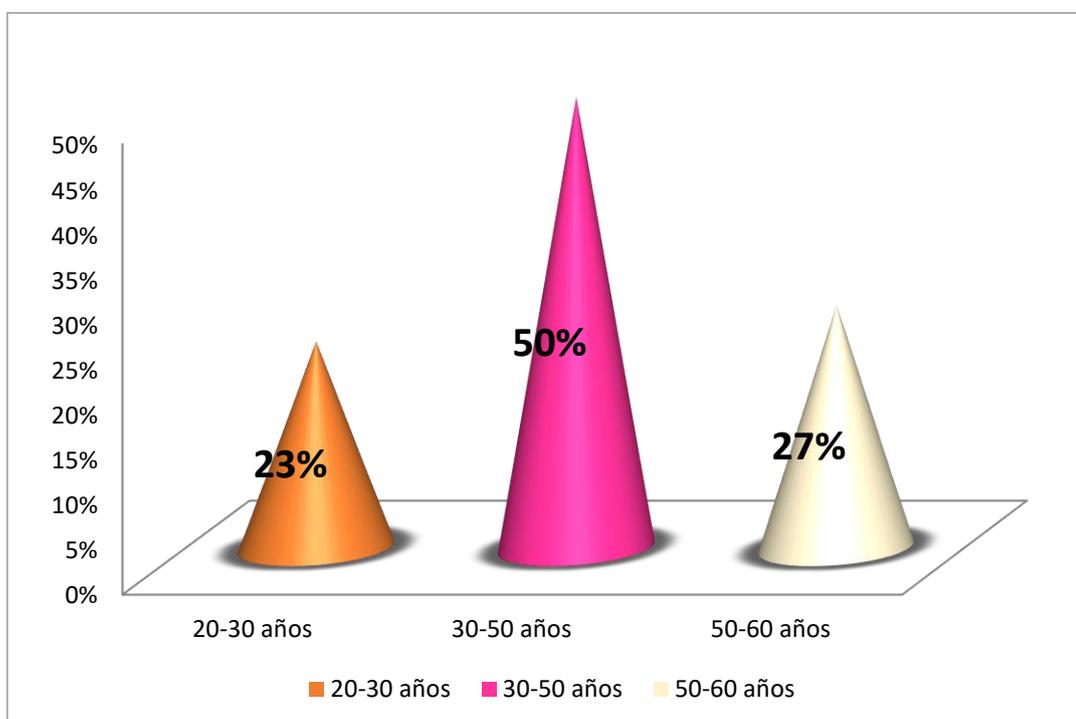


Figura 2: De acuerdo a la tabla 4 y figura 2 deducimos que 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 2. Edad de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo. Hemos obtenido lo siguiente, que el 23% equivale a 14 encuestados, tienen una edad de 20-30 años de edad, 30 encuestados que equivale a 50% tienen una edad de 30-50 años de edad y 16 encuestados equivale al 27% son de 50-60 años.

Tabla 5

Indicadores según el estado civil de los vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Soltero	3	5%
Casado	22	36%
Conviviente	33	55%
Viudo	1	2%
Divorciado	1	2%
Total	60	100%

Fuente: cuadro obtenido de la encuesta aplicada a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo, por parte de los investigadores.

Elaboración: Propia.

Estado Civil de vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo

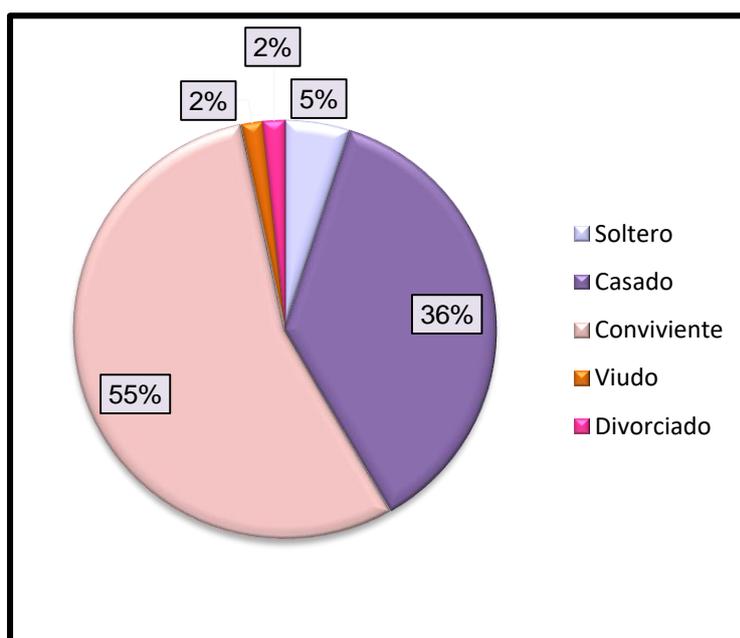


Figura 3: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta N° 03. Estado civil de vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo, refleja los indicadores, frecuencia absoluta y frecuencia porcentual, obteniendo los siguientes resultados, 3 vendedores ambulantes que equivale al 05% de vendedores son solteros, 22 vendedores ambulantes que equivale al 36% son casados, 33 vendedores ambulantes que equivale al 55% son convivientes, 1 vendedor ambulantes que equivale al 2% son viudos y 1 vendedor ambulantes que equivale al 2% son divorciados.

Tabla 6

Grado de instrucción de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia – Cutervo

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Sin Estudios	21	35%
Primaria	18	30%
Secundaria	20	33%
Superior Técnica	1	2%
Superior Universitaria	0	0%
Total	60	100%

Fuente: obtenido de la encuesta aplicada a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo, por parte de los investigadores.

Elaboración: Propia.

Grado de instrucción de los vendedores ambulantes del mercado santa Celia - Cutervo

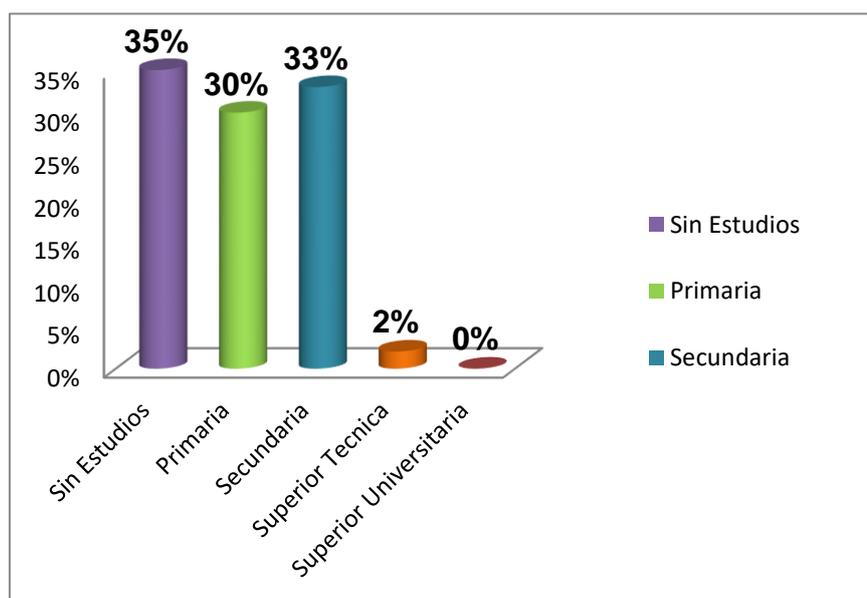


Figura 4: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 4. Grado de instrucción de vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo. Hemos obtenido lo siguiente, 21 vendedores ambulantes equivale al 35% son analfabetos (sin estudios), 18 vendedores ambulantes equivale al 30% tienen primaria, 20 vendedores ambulantes equivale al 33% tiene secundaria, y solo 1 vendedor ambulante equivale al 2% tienen superior técnica.

Tabla 7

Giro del negocio de cada vendedor ambulante del mercado Santa Celia – Cutervo.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Venta de frutas	18	30%
Venta de verduras	14	23%
Venta de Tubérculos	04	7%
Venta de frutas y verduras	10	17%
Venta de ropa	03	5%
Venta de pescado	04	6%
Otros	07	12%
TOTAL	60	100%

Fuente: obtenido de la encuesta aplicada a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo, por parte de los investigadores.

Elaboración: Propia.

Giro del negocio por cada ambulante encuestado del mercado santa Celia - Cutervo.

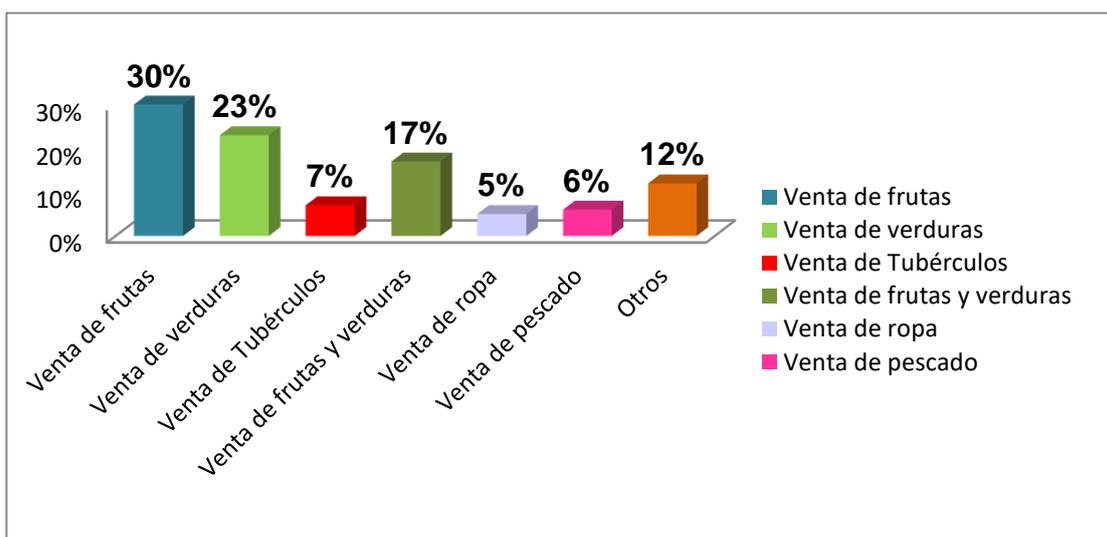


Figura 5: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 5. Giro de Negocio de vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia - Cutervo. Y de acuerdo con la tabla N° 08 y la figura N° 05 Se ha obtenido lo siguiente, que 18 vendedores ambulantes equivale al 30%, se dedican a la venta de frutas, 14 vendedores ambulantes equivale al 23% se dedican a la venta de verduras, 4 vendedores ambulantes equivale al 7% venden tubérculos, 10 vendedores ambulantes equivale al 17% venden frutas y verduras, 03 vendedores ambulantes que equivale al 5% venden de ropa, 04 vendedores ambulantes equivale al 6% venden pescado y 7 vendedores ambulantes que equivale al 12% se dedican a la venta de otros bienes o artículos.

Tabla 8

Ingresos de los vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia – Cutervo.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
0 - 500 soles	14	23%
501 - 800 soles	20	33%
801 - 1000 soles	18	30%
1001 - 1500 soles	05	9%
1501 a más	03	5%
Total	60	100%

Fuente: obtenido de la encuesta aplicada a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo, por parte de los investigadores.

Elaboración: Propia.

ingresos de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo.

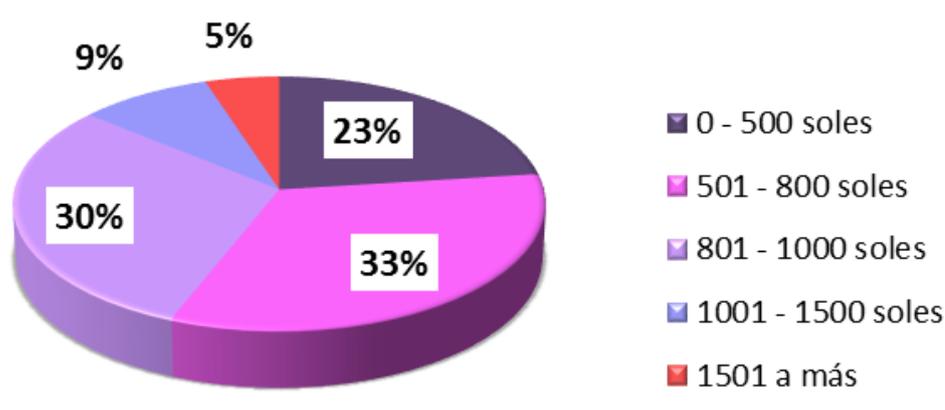


Figura 6: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 6. Rango de Ingresos de vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo, de acuerdo a la tabla N° 09 y la figura N° 06 se ha obtenido lo siguiente, nos dice que 14 vendedores ambulantes que equivale al 23% tienen un rango de ingresos de s/ 0 - 500 soles semanales, 20 vendedores ambulantes que equivale al 33% tienen un ingreso de s/ 501 - 800 soles semanales, 18 vendedores ambulantes que equivale al 30% tienen un ingreso de s/ 801 - 1000 soles semanales, 05 vendedores ambulantes que equivale al 9% tienen un ingreso de s/ 1001 - 1500 soles semanales y 03 vendedores ambulantes que equivale al 5% tienen un rango de ingresos de s/ 1501 a más soles semanales.

Tabla 9

Factores que llevó a ejercer un oficio de vendedores ambulantes del mercado Santa Celia – Cutervo

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
El desempleo	35	58%
La facilidad de ingresar al mercado ambulatorio	09	15%
La oportunidad	16	27%
Otros	0	0%
Total	60	100%

Fuente: obtenido de la encuesta aplicada por los investigadores a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo.

Elaboración: Propia.

Factores que llevó a ejercer un oficio de vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo

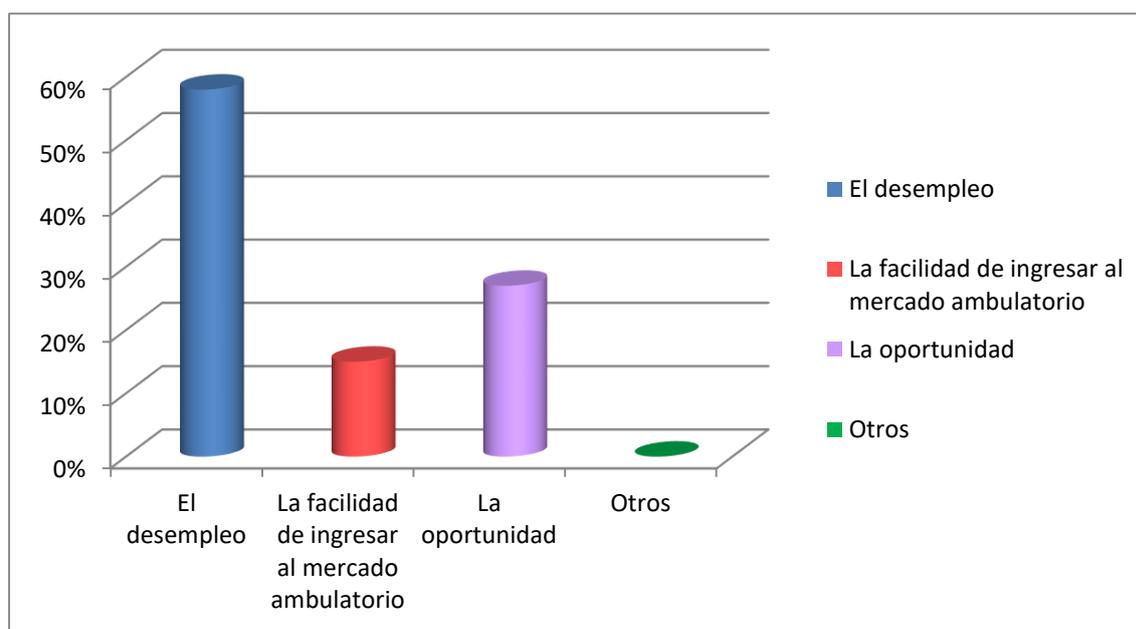


Figura 7: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 7. Factor que llevo a ejercer este oficio a vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo, de acuerdo a la tabla N° 10 y la figura N° 07 deducimos que 35 vendedores ambulantes equivale al 58%, ellos mencionan que el desempleo les llevo a ejercer este tipo de oficio, 09 vendedores ambulantes equivale al 15%, ellos manifiestas la oportunidad que existe les llevo a ejercer este tipo de negocio, 16 vendedores ambulantes equivale al 27% mencionan por la facilidad de ingresar al mercado ambulatorio.

Tabla 10

Impuestos que pagan los vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia – Cutervo.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Si	00	0%
No	60	100%
Total	60	100%

Fuente: obtenido de la encuesta aplicada por los investigadores a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo.

Elaboración: Propia.

Impuestos que pagan los vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia - Cutervo.

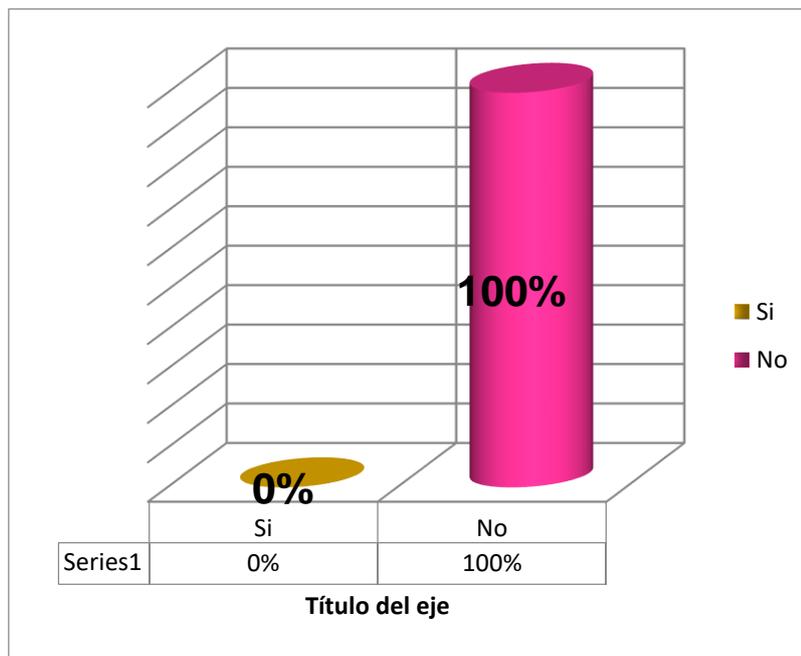


Figura 8: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 8. Pagan algún tipo de impuesto los vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia - Cutervo, según la tabla N° 11 y la figura N° 08 Se ha obtenido que el 100% de vendedores ambulantes no pagan ningún impuesto al estado por las ventas realizadas.

Tabla 11

Razones que impide al vendedor ambulante el pago de impuestos.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Elevados Impuestos	20	33%
Tramites Dificultosos	11	19%
Desconocimiento	29	48%
Otros	00	0%
Total	60	100%

Fuente: Obtenido de la encuesta aplicada por los investigadores a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo.

Elaboración: Propia.

Razones que impide al vendedor ambulante el pago de impuestos.

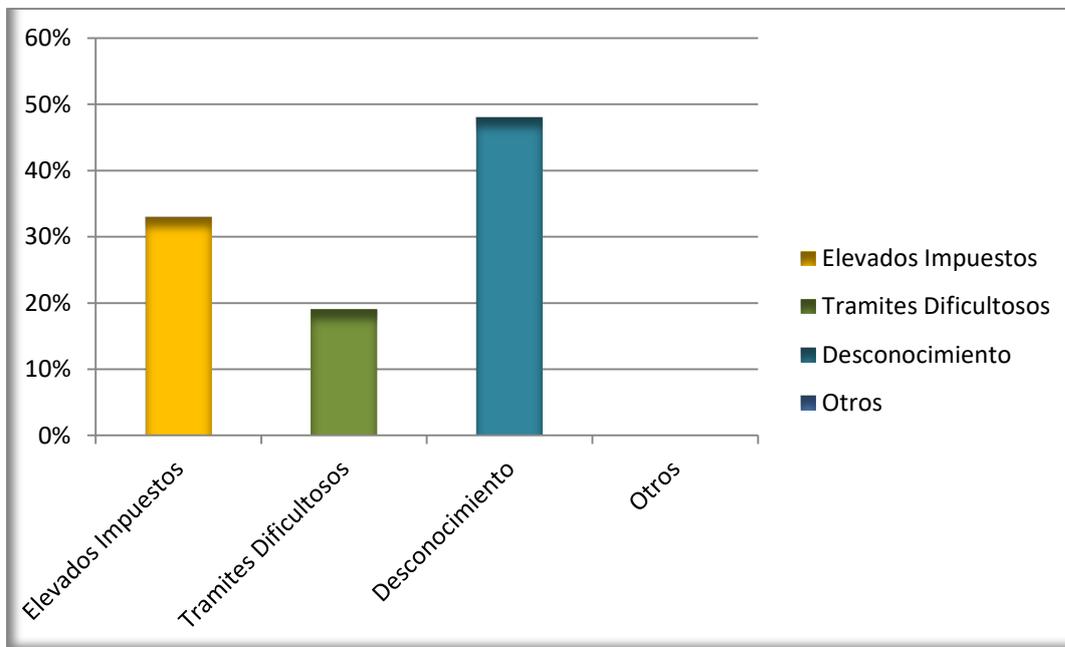


Figura 9: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 9. Razones que impide el pago de impuesto los vendedores ambulantes del Mercado Santa Celia - Cutervo. Se ha obtenido lo siguiente, que 20 vendedores ambulantes que equivale al 33% no pagan por elevados impuestos, 11 vendedores ambulantes que equivale al 19% no pagan impuestos por que los tramites son dificultosos y 29 vendedores que equivale al 48% no pagan impuestos por desconocimiento.

Tabla 12

Importancia de la formalización de su negocio.

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Si	29	48%
No	31	52%
Total	60	100%

Fuente: Tabla obtenido de la encuesta aplicada por los investigadores a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo.

Elaboración: Propia.

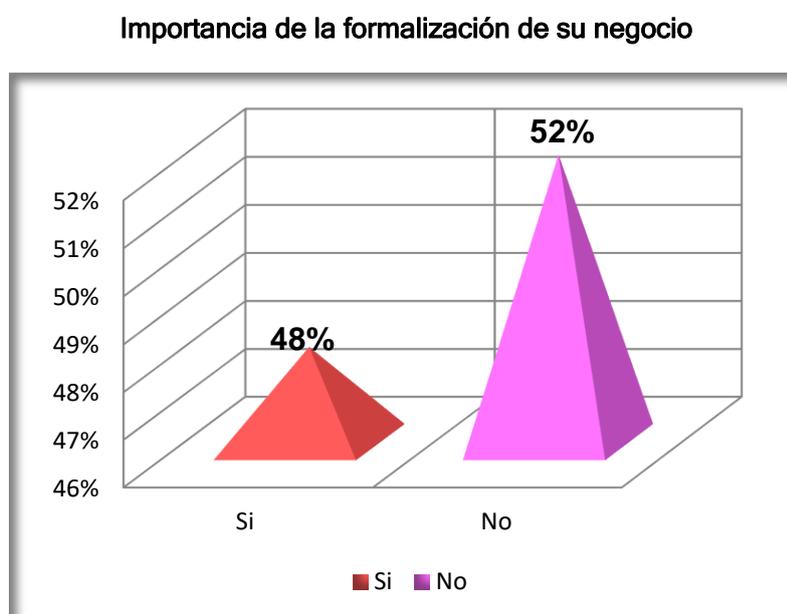


Figura 10: De 60 encuestados que corresponde al 100%, con respecto a la pregunta 10. Es importante formalizar su negocio, de acuerdo a la tabla N° 13 y la figura N° 10 Se ha obtenido lo siguiente, 29 vendedores ambulantes que equivale al 48% opina que si deben pagar impuestos ya que contribuyendo con el estado y así ejecuten más obras en cada una de sus comunidades, sin embargo 31 vendedores que equivale al 52% opinan lo contrario; mencionan que ellos trabajan para la manutención de su hogar mas no para el estado ya que si pagan impuestos disminuiría su canasta familiar y les afectaría económicamente.

3.2. Discusión de Resultados.

Análisis de la encuesta dirigida a los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia - Cutervo, que producen la evasión de impuestos al estado.

Según la encuesta realizada en la pregunta N° 1, podemos apreciar que de los 60 encuestados la tabla muestra que 40 vendedores son de sexo femenino y 20 de sexo masculino en cambio en el gráfico muestra que el 67% es de género femenino y el 33% son de género masculino, por lo tanto podemos decir que en la ciudad de Cutervo, aún hay existencia de machismo o puede ser el caso que la mujer es la que se dedica a abastecer a la familia ya que más mujeres que hombres se dedican al comercio ambulante y en la evasión de impuestos.

Es importante señalar que de los 60 encuestados 14 tienen de 20 a 30 años de edad que equivale al **23%**, 30 tienen de 30 a 50 años de edad que equivale al **50%** y 16 tienen de 50 a 60 años que equivale al **27%** y también cabe mencionar que 3 vendedores ambulantes que equivale al **05%** son solteros, 22 vendedores equivale al **36%** son casados, 33 vendedores equivale al **55%** son convivientes, 1 vendedor equivale al **2%** es viudo y 1 vendedor que equivale al **2%** son divorciados, esto es correspondiente a la pregunta 2 y 3 que trata sobre edades y estado civil de los comerciantes ambulantes del mercado Santa Celia Cutervo.

También se hace mención que se le preguntó a los comerciantes que grado de instrucción tenían y la mayor parte de encuestados nos respondieron que no tenían estudios (analfabetos), se dedicaban a ese tipo de negocio para poder sustentar o mantener a su familia y otros nos respondieron que tenían solo primaria, señalamos que ellos no saben que es el comercio informal y tampoco conocen sobre la evasión de impuestos por tanto hay una notoria evasión de impuestos, en un **33%** solo llegaron hasta el grado de instrucción de secundaria, y los que tienen superior técnica son muy pocos, pero ellos sí conocen sobre la evasión de impuestos pero no quieren formalizarse por temor a las altas tasas de impuestos, también nos mencionaron que los productos que ofrecen son frutas, verduras, ropa, tubérculos, etc. Esto es con respecto a las preguntas 4,5 que trata sobre el grado de instrucción y tipo de productos que se ofrecen en el mercado ambulante.

El rango de Ingresos unos nos mencionan que sus ingresos semanales no superan los 500 soles semanales motivo el cual que no les conviene pagar

impuestos por lo que ganan poco y trabajarían solo para los impuestos mencionaron, otros sus ingresos son de s/ 501 a 800, de s/ 801 a 1000, de s/ 1001 a 1500 y hay comerciantes ambulantes que superan los s/ 1501 entonces ellos si deberían pagar impuestos ya que sus ingresos si les permite aportar al estado y contribuir al desarrollo del país, se les pregunta que factores que les llevo a ejercer este tipo de negocio nos respondieron que el desempleo es la causa principal que les obligó a ingresar y ejercer este tipo de negocio, la facilidad y la oportunidad que se les presenta para pertenecer al mercado ambulatorio, con respecto a la pregunta que si pagan impuestos todos los encuestados al **100%** no pagan ningún impuesto al estado por los elevados impuestos, mencionan que las razones que les impide formalizar su negocio son los tramites demasiados dificultosos por los que les demandaría tiempo y dinero el cual no lo tienen y también por desconocimiento, esto es con respecto a las preguntas 6,7,8,9, que trata sobre el rango de ingresos, factores que les llevo a ejercer este tipo de negocio, pagan algún tipo de impuesto al estado y si es importante formalizar su negocio.

Cuando se les pregunto **si es importante formalizar su negocio**, 29 vendedores ambulantes que equivale al **48%** opina que si deben formalizar su negocio ya que les permite acceder a crédito y hacer crecer sus negocio y también estarían contribuyendo con el estado y así ejecutarían más obras en cada una de sus comunidades, sin embargo otros opinan lo contrario; mencionan que al formalizar su negocio estarían obligados al pago de impuestos por lo tanto van a seguir como informales y evadiendo impuestos al estado por el temor a que disminuya la canasta familiar, referente a la pregunta N° 10.

3.3. Aporte científico (Propuesta de investigación)

ESTRATEGIAS PARA DISMINUIR EL COMERCIO AMBULATORIO Y LA EVASION DE IMPUESTOS EN EL MERCADO SANTA CELIA, CUTERVO 2016

I. Introducción.

Las estrategias para disminuir el comercio ambulatorio y la evasión de impuestos, creemos que sería una alternativa de solución a esta problemática que está abatiendo a nivel Local, Regional, Nacional e Internacional. Por lo que, en nuestra ciudad de Cutervo, nos hemos centrado en el Mercado Santa Celia, el cual es uno de los problemas más resaltantes que el alcalde municipal debe preocuparse por encontrar la Solución a mencionado inconveniente.

Las siguientes estrategias son, instrumentos, métodos y mecanismos representados en Ordenanzas, principios, planes, políticas, actividades, procedimientos, recursos que lograremos con el apoyo del Señor Alcalde de la Municipalidad Provincial de Cutervo y de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia.

II. Fundamentación.

La adecuada aplicación de estrategias, nos conlleva a mejorar la problemática ocasionada por los vendedores ambulantes, en tanto se puede decir que estamos contribuyendo con la mejora de ingresos al estado, y la calidad de vida en nuestra ciudad.

Es en tal sentido la propuesta se fundamenta en:

La Municipalidad Provincial de Cutervo debe emitir ordenanzas municipales que faciliten y premien la formalización del Comercio ambulatorio en la provincia; otorgando beneficios que incentiven la formalización.

Reubicación y ordenamiento del comercio ambulatorio, ordenándolos en grupos específicos: ropa, comida, chatarra, abarrotes, etc. Para un mejor reconocimiento y control de los mismos.

Fomentar la formación de asociaciones de comerciantes, para generar su unión y creación de conglomerados comerciales, (Ejemplo: Nuevo oriente, Santa Celia, Cinco esquinas, etc.)

Reorganizar a los comerciantes ambulantes en espacios adecuados es decir, mejorar los mercados públicos, remodelación de los mercados, incrementar la seguridad donde ellos estén cómodos y ofrezcan mejor sus productos y así generen más puestos de trabajo.

Impulsar un programa de formalización que implique el desarrollo de capacidades técnica y empresarial, en aquellos comerciantes que demuestre el compromiso de formalizarse a corto y mediano plazo.

Promover el auto ahorro del comerciante, con el fin de ayudar a la formalización de su negocio y así disminuir el comercio informal y la evasión tributaria.

Mediante fuentes de financiamiento se debe promover proyectos de inversión pública que beneficie a los que ejercen el comercio informal a través de (Presupuesto Participativo), que faculte la implementación de una cooperativa o caja municipal de ahorro mediante fondo de garantía o rotatorio.

Desarrollar programas de capacitación, información y orientación para los vendedores ambulantes sobre tecnologías y equipos mejorados.

III. Objetivos.

Disminuir la evasión de impuestos al estado.

Reubicación y ordenamiento del comercio ambulatorio.

Impulsar la formación de asociaciones de comerciantes.

Crear espacios apropiados para brindar un mejor servicio y dar una mejor imagen a los productos.

Fomentar financiamiento dirigido al comercio informal a través de un plan de inversión pública.

Desarrollar programas de capacitación, información y orientación para los vendedores ambulantes sobre tecnologías y equipos mejorados.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La presencia de los comerciantes ambulatorios en los alrededores del mercado Santa Celia de la ciudad de Cutervo, conlleva a generar algunos problemas como es el desorden público, masificación de las personas, lo cual hace que la ciudad se convierta en un lugar inseguro, además se evidencia gran cantidad de contaminación, ruido, y por ende la imagen de la ciudad no es la adecuada, especialmente para generar un buen turismo.

Entre las causas primordiales de la comercialización informal (ambulantes) en la localidad de Cutervo, se ha podido identificar la migración de las personas hacia la ciudad por la inestabilidad que viven en los lugares aledaños, también se da por las escasas fuentes de empleo y el inadecuado espacio físico para vender, esto es principalmente por la poca inversión por parte del sector público.

El comercio ambulatorio es una fuente de empleo principalmente para las personas que no tienen la oportunidad de estar en un trabajo fijo, y que necesitan mantener una familia, es decir dar alimentación, educación, vivienda, vestido, salud, entre otros, lo cual es algo positivo para la sociedad ya que están contribuyendo de alguna manera al desarrollo socio-económico del país.

Los comerciantes informales, pese a que solo tienen un nivel de instrucción primario, cuentan con gran capacidad de comercialización, esto es por la experiencia que han ganado, además de la actitud positiva para realizar la actividad económica, pese a las adversidades que se les presenta y a las condiciones en que se desenvuelven ya que es evidente que tienen que mantenerse en el sol, la lluvia, con tal de lograr el propósito de vender su mercadería.

El comercio ambulatorio e informal, es una salida inteligente que el ciudadano adopta para hacer frente a las dificultades económicas.

4.2. Recomendaciones

Que el gobierno debe promover mecanismos de promoción de desarrollo económico, orientando recursos públicos para dar una mejor calidad de vida a la ciudadanía, desde un punto de vista de empleo y emprendedurismo o mejorando la calidad de educación de la población fomentando así la formación o búsqueda de empleo formal.

Como se ha podido identificar que un número significativo de almas se dedican al comercio ambulatorio, es importante que se organicen de alguna manera, ya sea formando asociaciones, cooperativas, entre otros, lo cual les facilitaría para tramitar con las autoridades y poder establecerse en un lugar adecuado donde vendan sus productos, además tendrían acceso a micro-créditos otorgados por las instituciones financieras y de esta manera crecer como microempresarios.

Como la población de la ciudad tiene un crecimiento constante es indispensable que se creen nuevos mercados acordes a la demanda existente, en los alrededores de la ciudad, con la finalidad de que se les ubique a los comerciantes ambulatorio e informales, y así se formalizaría y podrían realizar sus actividades en forma normal, de esta manera se disminuiría en gran medida y se evitarían los problemas que atrae el comercio informal.

Para la sociedad lo más recomendable para ayudar a legalizar esta actividad, que el Gobierno local emplee los recursos recaudados mediante contribuciones, de forma clara y precisa en la distribución y ayudar al mejoramiento de los servicios que presta dicha entidad.

REFERENCIAS

- Bryan Anticona Cravero. (2008). *El comercio informal en el periodo 1980-2008 en el Perú*.
Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos89/comercio-informal-periodo-1980-2008/comercio-informal-periodo-1980-2008.shtml>
- Código del Comercio. (13 de Diciembre de 1899). *Código del Comercio*. Obtenido de https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/c_comercio.pdf
- Cortez M., C., & Pautrat C., R. (1993). *ECONOMÍA POLÍTICA*. Lima, Perú: Ediciones FUTURO.
- Cuellar, Karla . (s.f.). *Factores que influyen en el comercio informal dentro de un desarrollo desigual (Perú)*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos87/influencia-comercio-informal-desarrollo-desigual/influencia-comercio-informal-desarrollo-desigual.shtml>
- economipedia.com. (s.f.). *economipedia.com*. Recuperado el Febrero de 2017, de <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- El Comercio. (26 de Junio de 2017). *Tres grandes razones por las que en el Perú es común trabajar en la informalidad*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/tres-grandes-razones-peru-comun-informalidad-437648>
- Galeón.com. (s.f.). *Comercio Informal*. Obtenido de <http://elecoperubiano.galeon.com/cvitae1594941.html>
- GESTIÓN. (04 de junio de 2014). *Casi 90% de unidades productivas en Perú son informales, afirma el INEI*. Obtenido de http://gestion.pe/noticias-de-informalidad-peru-12801?href=http://mate-pastor.blogspot.com/feeds/posts/nota_tag
- Giraldo. (2009). *Documentacion Mercantil* (Segunda ed.). (" E.I.R.L, Ed.) Lima, Perú: ADESA.
- GONZALES PADILLA, N. R. (junio - 2011). *"El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra"*. Universidad Tecnica del Norte, Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2168/1/02%20IEF%2021%20TESIS.pdf>
- Hernández, R. (1997). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- HUAMAN GUERRERO, E. A. (2014). *"Factores socioeconomicos asociados a la práctica del comercio ambulatorio en la zona comercial de Aguas Verdes - Zarumilla*. Tumbes.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (06 de febrero de 2016). *Comercio Informal en Perú*. Obtenido de www.inei.gob.pe
- Julio, B. C. (junio del 2011). *El comercio Ambulatorio en Chepen: Entre la Ley y el orden*. BC, Chepen.
- La Constitución Política del Perú*. (1993). Perú.
- López Gutiérrez, P. (21 de Abril de 2015). *NEXOS*. Recuperado el 2017, de <https://labrujula.nexos.com.mx/?p=309>

- Martín Ámez, F. (s.a.). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas* (MMVI ed.). Madrid, España: Cultural S.A.
- Rubio Medina, R. (14 de Diciembre de 2008). *INFLUENCIA DE LA EVASION TRIBUTARIA E INFORMALIDAD*. Obtenido de <http://investigacionevasiontributaria.blogspot.mx/2008/12/marco-terico.html>
- Vilca Huayta, L. (julio de 2013). *Comercio Informal*. Obtenido de Recopilacion de Informe de tesis: <http://ludy1830.blogspot.pe/>
- WIEGO. (Agosto de 2012). *La economía informal: definiciones, teorías y políticas*. Obtenido de <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- WIEGO. (Enero de 2017). *Informes Anual 2015 - 2016. Mujeres en empleo informal: globalizando y organizando*. Obtenido de <http://wiego.org/publications/wiego-annual-report-2015-2016-espa%C3%B1ol>

ANEXOS

IMAGENES DE LAS AFUERAS DEL MERCADO SANTA CELIA



Imagen panorámica del comercio ambulatorio en la plataforma del mercado Santa Celia



Venta de frutas y tubérculos



Venta de frutas y verduras



Venta de ropa, accesorios para cocina



Venta de verdura al por mayor



Aplicación de la encuesta.