



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

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
INFORMALIDAD TRIBUTARIA EN EL MERCADO
DE ABASTOS DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE-
2018**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL
DE BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autor (es):

Quispe Portocarrero Judith

ORCID:0000-0002-1603-2205

Asesor:

Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique.

ORCID:0000-0002-5002-572X

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2020

Título de la Tesis

**INFORMALIDAD TRIBUTARIA EN EL MERCADO
DE ABASTOS DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE-
2018**

Aprobación de la Tesis

Asesor Metodológico

.....

Presidente del Jurado de Tesis

Secretario del Jurado de Tesis

Vocal del Jurado de Tesis

RESUMEN

La investigación titulada “*Informalidad tributaria en el mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande-2018*”. Cuyo como objetivo principal fue evaluar la informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la ciudad de Bagua Grande – 2018. La investigación fue de enfoque cuantitativo y básica, diseño tipo No Experimental, descriptiva trasversal, la muestra conformada por 68 usuarios del mercado de abastos de Bagua Grande, y como instrumento se utilizó el cuestionario. Concluyó que los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” en Bagua Grande son informales y evaden el pago de los impuestos; además que la informalidad tributaria se genera porque la municipalidad no usa correctamente el dinero de los impuestos (65%), no informa sobre su destino (90%) y, no orientan a los contribuyentes (100%). Los comerciantes son conscientes que nunca cumplen la norma tributaria (53%), no han sido educados para pagar impuesto (85%), consideran que la educación cívica genera conciencia tributaria (100%), además que informalidad tributaria podría disminuir en cuanto a la percepción de que los funcionarios son honrados (91%), el dinero recaudado es usado íntegramente para las obras públicas (76%), no existe corrupción (85%).

Palabra Clave: Informalidad Tributaria, Cultura Tributaria

ABSTRACT

The research entitled “*Tax informality in the supply market of the city of Bagua Grande-2018*”. Whose main objective was to evaluate the tax informality in the supply market of the City of Bagua Grande - 2018. The research was quantitative and basic, non-experimental type design, cross-sectional description, the sample made up of 68 users of the Bagua Grande supply market, and as an instrument the questionnaire was used. He concluded that the merchants of the “Mercado Modelo” Supply Center in Bagua Grande are informal and avoid paying taxes; In addition, the tax informality is generated because the municipality does not correctly use the tax money (65%), does not report on its destination (90%) and does not guide taxpayers (100%). Merchants are aware that they never meet the tax norm (53%), they have not been educated to pay tax (85%), they consider that civic education generates tax awareness (100%), in addition that tax informality could decrease in terms of perception that officials are honored (91%), the money raised is used entirely for public works (76%), there is no corruption (85%).

Key Word: Tax Informality, Tax Culture

TITULO	
AUTOR	
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
INTRODUCCIÓN	8
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.	10
1.2. TRABAJOS PREVIOS.	21
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.	23
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	30
1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.	30
1.6. HIPÓTESIS.	31
1.7. OBJETIVOS.	31
<i>1.7.1 Objetivo general</i>	31
<i>1.7.2 Objetivos específicos</i>	31
1.8. LIMITACIONES	31
II. MATERIAL Y MÉTODOS	32
2.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.	32
<i>2.1.1 Tipo de investigación:</i>	32
<i>2.1.2 Diseño de la investigación:</i>	32
2.2 Población y muestra.	32
<i>2.2.1 Población</i>	32
<i>2.2.2 Muestra</i>	33
2.3 VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN.	33
<i>2.3.1 Operacionalización de variables</i>	33
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	34
<i>2.4.1 Técnicas de recolección de datos</i>	34
<i>2.4.4 Instrumentos de recolección de datos</i>	34
2.5 PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS.	35
III. RESULTADOS	36
V. CONCLUSIONES – RECOMENDACIONES	66
VI. REFERENCIAS	68
VII. ANEXOS:	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 01: <i>Operacionalización de variables</i>	33
Tabla 02: <i>Se encuentra inscrito en el Registro Único de Contribuyente</i>	36
Tabla 03: <i>Emite Ud, Comprobantes de pago de manera voluntaria</i>	37
Tabla 04: <i>Cumple con declarar sus tributos dentro del plazo Fijado</i>	38
Tabla 05: <i>¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?</i>	39
Tabla 06: <i>¿Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar ser negocios formales</i>	40
Tabla 07: <i>Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes</i>	41
Tabla 08: <i>¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos?</i> ...	42
Tabla 09: <i>¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?</i>	43
Tabla 10: <i>¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria?</i>	44
Tabla 11: <i>¿Se puede enseñar a ser consciente y tener como parte de la cultura, el pago de impuestos?</i>	45
Tabla 12: <i>¿La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado?</i>	46
Tabla 13: <i>¿Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación?</i> ...	47
Tabla 14: <i>¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos?</i> ..	48
Tabla 15: <i>¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos?</i>	49
Tabla 16: <i>¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente?</i>	50
Tabla 17: <i>¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente?</i> 51	
Tabla 18: <i>¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas?</i>	52
Tabla 19: <i>¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos?</i>	53
Tabla 20: <i>¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados?</i>	54
Tabla 21: <i>¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población?</i>	55
Tabla 22: <i>¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas?</i>	56

Tabla 23: <i>¿En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes?</i>	57
Tabla 24: <i>¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente paga sus impuestos?</i>	58
Tabla 25: <i>Los negocios informales, permiten obtener mayores beneficios económicos a corto plazo que los negocios formales</i>	59
Tabla 26: <i>Los negocios informales satisfacen las necesidades básicas de alimentación, salud y vivienda de las familias</i>	60
Tabla 27: <i>Los comerciantes prefieren tener resultados a corto plazo que a largo plazo, para satisfacer sus necesidades básicas</i>	61
Tabla 28: <i>Los impuestos tienen costos elevados e impide formalizar los negocios</i>	62

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación, se ejecutó en el Mercado Modelo de la Ciudad de Bagua Grande, ya que es una plataforma física donde se desarrolla activamente la actividad comercial de la ciudad.

La informalidad, es un acontecimiento presente en los mercados de abastos, es inclusive inherente y parte de la cultura de la sociedad, no se considera delito, y la población no tiene reparo en adquirir productos y servicios de estas fuentes, debido a que representan costos bajos, sin embargo para la economía del país la informalidad, es un problema de magnitud importante, ya que a nivel nacional existen 2612 Mercados de Abastos y en conjunto representan un índice de recaudación importante pendiente.

Se origina en tres dimensiones: Cultural, Política y Económica, dentro de las cuales se conjugan de manera permanente: deficiente legislación en seguridad social, políticas macroeconómicas excluyentes, impuestos laborales con costos muy elevados para las pequeñas empresas y personas que perciben bajos ingresos.

En el Perú se muestra que por encima del 35% son independientes e informales, el 40% son asalariado e informales por rechazo o negligentes por evasión. A nivel micro económico, la informalidad nos está afectando de forma directa con el bienestar de todos los agentes financieros que se encuentren involucrados.

La importancia de esta investigación, consiste en mostrar que la informalidad tributaria presentada en el Mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande, es una muestra de la realidad que atraviesan la mayoría de las provincias del país, y que será disminuida en función de la prioridad que le brinden los agentes responsables como lo son las Municipalidades y la SUNAT. Como objetivo, radica en fomentar que los comerciantes tengan una conducta inherente al acatamiento de sus obligaciones tributarias basándose en la confianza, razón y afirmación de valores y principios éticos con respecto a la ley, a su vez permitiéndoles valer sus derechos y puedan recibir los beneficios de capacitación constante, accesos a créditos, infraestructura adecuada, salubridad, seguridad entre otros.

El presente informe está estructurado en cuatro (4) capítulos:

CAPÍTULO I: Se puntualiza la realidad problemática, aplicando un análisis de los trabajos previos o antecedentes académicos, las teorías relacionadas población con las variables de investigación, formulando el problema de investigación, planteando las razones del porqué de la investigación, la hipótesis y los objetivos respectivos.

CAPITULO II: Desarrollo de la metodología mediante la determinación del tipo y diseño que se considera en esta investigación, además, de señalar a quienes se aplicará como muestra, variables juntamente con su Operacionalización, los métodos y técnicas en la recolección de datos, procedimientos para la recolección de datos, además se consideran los principios éticos y criterios de rigor científico.

CAPITULO III: En este capítulo se describe los resultados de la investigación, donde se analizará e interpretará de los resultados haciendo usando de tablas y figuras, así mismo la discusión de los resultados sobre la base de las teorías realizadas y los objetivos específicos y la presentación del aporte científico.

CAPITULO IV: En este capítulo se desarrollarán las conclusiones y las recomendaciones respectivas.

1.1. Realidad Problemática.

1.1.1. A Nivel Internacional:

En los países de Latinoamérica, es de común interés la recaudación de tributos para la generación de recursos económicos que permitan implementar obras públicas en beneficio de la comunidad, para ello cada país establece políticas fiscales y estrategias de control a la población para el cumplimiento de pago. Sin embargo, es notable que el orden de las prioridades de cómo se recaudan los tributos son distintos en cada lugar, pero se pueden encontrar motivaciones homogéneas en cuanto a impago de tributos se refiere.

Para estos países, la educación, los incentivos económicos o tributarios y promover conductas basada en valores, son el común denominador de estrategias para contrarrestar la informalidad y ganar partido en la recaudación de tributos. Sin embargo, el campo de acción es mucho más amplio y la informalidad pesa en la población ante una desigualdad económica, además de ello, la percepción de los beneficios de servicios públicos brindados por el Estado, no son suficientes para generar conciencia en el pago de tributos. Así, lo muestran diversas investigaciones.

SAT (2014). Guatemala. [Menciona](#) que, en los últimos 3 años, han ido desarrollando una programación para instruirnos tributariamente, ya que consiste en incluir el tema, como una estrategia en la currícula del Ministerio de Educación, en el cual se ha ido ejecutando un trabajo integro para el progreso de la cultura tributaria. La ejecución del programa sobre cultura tributaria ha hecho que la SAT establezca coordinaciones con las diversas entidades que trabajan sobre el tema de tributación en el país al igual que con otras entidades del Estado que tienen administraciones tributarias. De Ibero América. (SAT, 2014).

Existen entidades públicas y privadas que tienen la posibilidad de alentar la formalidad de las empresas por ejemplo los Bancos y Cajas Municipales quienes pueden generar créditos logrando así obtener un monto de capital para inversiones en activos fijos, así mismo las entidades públicas relacionadas a la alimentación, infraestructura y seguridad de la población ya que tienen requerimientos periódicos

de abastecimiento para el cumplimiento de los proyectos. Es notable que existe las oportunidades para incentivos de formalización, solo es necesario la iniciativa y transparencia por parte del Estado, para generar dinámicas económicas sanas que busque el ganar- ganar de los agentes involucrados.

Las estrategias que posibilitan el hecho de hacer conciencia en sus países acerca de la relevancia al efectuar el acatamiento de las obligaciones, que sea desde una perspectiva educativa y no esté centrada exclusivamente en la población contribuyente, sino que por el contrario esté enfocada en todas aquellas personas que no integran parte del grupo de participantes efectivos como los niños, jóvenes y adultos, legalmente ellos no poseen obligaciones impositivas de forma directa o ya que se desenvuelven en un ambiente de la informalidad. (SAT, 2014).

Esta iniciativa de Guatemala, es una buena oportunidad para formar a los ciudadanos desde su niñez, para generar conciencia respecto a las consecuencias de sus actos y donde reconozcan cuales son las implicancias de vivir en un país en el que para exigir derechos también se debe cumplir con los deberes. Es indiscutible mencionar que la instrucción en temas de impuestos ayuda a luchar contra la informalidad forjando conciencia social y económica de los ciudadanos.

Entonces resulta que una vez instruido, informado o capacitado a los niños, jóvenes y adultos sobre el acatamiento de pago de contribuciones, no solo se sembrará una semilla de responsabilidad por el tema de cumplir con las obligaciones en caso de emprender un negocio, sino que en su posición de consumidor comprarían negocios formales.

Respecto al punto de acción del Estado, este tiene la obligación de propiciar y generar bienestar colectivo y suministrar a los pobladores de los servicios públicos básicos que requieran y uno de las principales fuentes de financiamiento es la recaudación tributaria que es pagada por todos los ciudadanos contribuyentes. Cada pago puntual de impuestos forma parte del deber y obediencia de las normas legales sobre tributación, este deber se realiza entre dos actores, el Estado y el

contribuyente. El Estado tiene el doble deber: recaudar el pago de los **impuestos** y usarlo en la generación de servicios y bienes públicos (SAT. 2014)

Es un proceso socioeconómico que es regulado por las normas tributarias y como una obligación legal, el ciudadano contribuyente tiene que acatar y cumplir y la autoridad, representante del Estado debe desarrollar sus obligaciones como tal (SAT, 2014).

En Colombia, la cultura tributaria y ciudadana, se enfatiza el deber de los ciudadanos contribuyentes para pagar sus obligaciones tributarias y es base para demandar los derechos; afirman, no es suficiente exigir que las instituciones cambien, se necesitan cambios de conducta, hábitos y comportamiento culturales. Los programas para contribuir a promover una cultura tributaria deben sensibilizar a los ciudadanos en general, como a las organizaciones públicas y funcionarios del Estado, en valores y principios tributarios. (Revista de Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014).

En este país, las estrategias para promover la cultura tributaria, tiene mayor importancia en: Pedagogía, Comunicación e Investigación; conjugando con la realización de conferencias, seminarios y talleres con la finalidad de sensibilizar a los **usuarios** en el pago puntual y voluntario de sus **tributos**; se crearon nuevas estrategias para motivar a los ciudadanos contribuyentes al cumplir sus compromisos tributarias, crearon el “Aporte Voluntario”: el contribuyente podría contribuir con el 10% más sobre el valor total del impuesto pagado para poder financiar proyectos de carácter público que los ciudadanos elijan. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014)

En la ciudad de Bogotá en los años 2004 – 2007, se creó una propuesta que se llamó “Pacto por el Tesoro, promovió incrementar el nivel de cultura tributaria, usando estrategias educativas destinadas a los ciudadanos en general. Se realizaron campañas de sensibilización a través de los colegios, se diseñaron material pedagógico en dónde se divulgaron de manera sencilla y entendible conceptos elementales de la cultura y conciencia tributaria, los mismos que se propusieron para

incluirlos en los PEI (Proyectos Educativos Institucionales) (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014).

Para lograr resultados en la disminución de la informalidad es necesario que los Gobiernos definan políticas fiscales claras y con retroalimentación en el tiempo, esto quiere decir que tienen que ser sostenibles y progresivas, de lo contrario la población percibiría la carencia de un Estado de Derecho sólido.

Habría que decir también que las políticas fiscales deben ser justas y alineadas a la realidad, a fin de concretar las metas de recaudación y generando un cambio en la cultura empresarial y de consumo, es muy común el hecho de incumplimiento de pagos de tributos en países donde la población percibe injusticia y desigualdad.

Durante la gestión municipal de Gustavo Petro en Bogotá, se desarrolló una sólida programación para promover la cultura tributaria y recuperó proyectos exitosos anteriores sobre el tema. El programa que estableció se desarrolló sobre tres ejes: recaudación en función a metas, estrategias de recaudación tributaria y cambio de conducta reflejado en el aporte voluntario. Su lema fue que no es posible tener una democracia participativa y activa sin el acatamiento de los deberes tributarios de forma oportuna, puntual y veraz que realizan los habitantes contribuyentes. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014).

Morales (2016), menciona que el incumplimiento de [la cancelación de los tributos](#) afecta la recaudación de recursos, afectando que el Estado cumpla con las exigencias por los habitantes y a su vez con su responsabilidad que tiene con su pueblo. Además, la evasión tributaria es un factor principal que incentiva una competencia desigual en contra de aquellos empresarios que si acatan a las normas, leyes y deberes que se tiene con el país. Ocasionando que sus entidades cierren o realicen recorte de personal por el tema de disminuir gastos.

En México, el objetivo del Régimen de Incorporación Fiscal, es conquistar a emprendedores que conformen al porcentaje de informales, pueda que esto resulte dificultoso que ellos se acojan a este régimen, ya que actualmente no conocen los

sistemas o requisitos que implican realizar para tener un negocio. La Administración Tributaria actual se proyectó como meta de desarrollar la cultura tributaria y la plataforma de contribuyentes, incentivando que participen todas las secciones de la localidad. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014).

Por consiguiente, en similitud con las estrategias de Guatemala y Colombia, México también apuesta por un trabajo de equipo, ya que considera que la participación ciudadana e institucional es fundamental para contrarrestar la informalidad. Del mismo modo hay que analizar cuáles son los inconvenientes más frecuentes, en esta lucha, puesto que los negocios informales a pesar de generar productividad, también propician que su país no crezca.

Desde esta perspectiva uno de los inconvenientes principales es de perseguir la informalidad, con la finalidad de disminuirla, se procura proporcionar la forma de cumplir con los deberes fiscales, envolviendo por una parte la cancelación de impuestos a fin de obtener su asociación de forma contigua a la nómina de contribuyentes. Además, intenta que una vez integrado al grupo de personas formales, atraiga esencialmente a todos aquellos que vendan u ofrezcan mercaderías o servicios y por lo general no cumplan con sus pagos de impuestos, es decir; a todas aquellas personas que a la fecha no han sido contribuyentes. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014).

Para ello se proporciona una especial atención a los contribuyentes que opten por acogerse al régimen, por 10 años al establecer los beneficios en proporción al permanente cumplimiento y su vez que obtengan la permanencia y conocimiento de que obligaciones le corresponde cumplir, se agreguen de manera rápida al régimen general aplicable según ley, para aquellos individuos físicos con actividad corporativo. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá, 2014).

Después de haber realizado diversas investigaciones se han concluido, que la evasión tributaria es producto de la ignorancia y la poca información que obtienen muchas personas sobre el destino de los impuestos, pues estos generan recursos que beneficie al país en el crecimiento económico. Por ello, Malpica (2014), indica que

el Estado empiece a promover la Cultura Tributaria a todas las personas, haciéndoles tener un conocimiento de la utilización de estos recursos, de forma que se evite la evasión de impuestos en el país.

Todo cambio, genera rechazo en el momento inicial, y es natural que las reacciones de los propietarios de negocios informales sean negativas e inclusive con actos violentos, ya que quieren a toda costa permanecer en su zona de confort, asegurando lo mínimo de ingresos para su subsistencia, para este caso lo mejor será determinar un plan de acción progresivo y sólido que refuerce el cambio y se pueda mostrar que los beneficios son mayores desde el momento en que pasan al lado de la formalidad.

Cabe mencionar, que viendo esto solo desde el lado de los negocios que no efectúan el pago de sus obligaciones tributarias, ocasionaría no cumplir con lo estipulado en el plan de incentivar el crecimiento de contribuyentes. El esfuerzo por parte del Estado, no solo debe enfocarse en el objetivo de reducir la informalidad sino también de mejorar la calidad de contratación de funcionarios en cuanto a valores morales y capacidades de administración pública. En los países de [Latino América](#), así como en [el resto de los](#) países del mundo, la corrupción en los Gobernantes tiene altos índices y es donde la informalidad y otros actos inclusive criminales buscan hacer justicia, faltando al cumplimiento de sus deberes como ciudadanos.

Es cierto también, que los Gobiernos al menos en Latinoamérica son democráticos y eso significa que la población tiene el poder de decisión. El tema político no es ajeno a la disminución de la informalidad y una participación ciudadana; consciente más activa, podría generar cambios significativos en la Gestión de cada país.

Otro aspecto relevante que contribuye a la disminución de la informalidad es la publicidad y la conducción de medios de comunicación, estas dos herramientas son claves para informar, comunicar e incentivar a la población. En algunos países, toman como una de sus prioridades el uso de estos medios para enfatizar el mensaje de los beneficios generados por el cumplimiento de pago de tributos.

En Nicaragua, En este país, es considerado con alto porcentaje de evasión tributaria, pues se obtiene como C\$ 9,400 millones entre el Impuesto a la Renta (IR) y el IVA (Impuesto al Valor Agregado). En base a unos resultados que se obtuvo en una encuesta, indicaba que hay poca información acerca de [las cancelaciones](#) por parte de los contribuyentes y creen que pagan más impuestos todos aquellos emprendedores que generan pocos ingresos, llevándolos a tomar la decisión de eludir los tributos. Por concluyente, la evasión de tributaria no es solamente un tema de falta de información o cultura tributaria sino también está relacionada a una deficiente estructura tributaria (Massiell, 2014).

En Bolivia, este país, es uno con mayor índice de informalidad en Latinoamérica e inclusive en todo el mundo, y esto debido a un deficiente Estado de Derecho que viene ejerciendo el país, entre otros motivos relacionados a las políticas del gobierno.

López (2017), indica que en una publicación en la Revista La Patria, acerca de la entrevista al secretario del área Económica y Hacienda del Gobierno Municipal, indicaba que, el 80% de los empresarios evaden impuestos al tener un negocio de manera informal, lo cual está afectando al municipio [económicamente](#), puesto que no se contribuyen con el pago de sus tributos. Según los mandos municipales, tiene como causa la falta de empleos en el país, sin embargo, se estima que los comerciantes aporten al ideal de encontrarse y cumplan con las leyes tributarias de manera que provoque el desarrollo socio-económico del país.

Según Avilés (2014), en Ecuador, mediante el portal digital, el Director Regional del Servicio de Rentas Internas, manifestó que, en la conclusión del año 2013, la evasión tributaria creció hasta los cuatro mil millones de dólares y que, [desde el mes de enero hasta el mes de junio](#) del mismo año, se [recibió](#) más de diez millones de dólares solamente [por conceptos](#) de las multas por la evasión de impuestos.

Albán (2016), indica que el “titular del Colegio de Economistas de Pichincha – Ecuador, mencionó, que desde el año dos mil hasta marzo del año dos mil dieciséis, el gobierno ha dejado de percibir aproximadamente cuatro millones quinientos mil

dólares, lo que esta causado una pérdida de tres cientos a cuatrocientos millones de dólares al año por causa de la evasión fiscal”.

1.1.2. A Nivel Nacional:

El Perú no es ajeno a [este contexto](#) de Latinoamérica en cuanto a recaudación de tributos se refiere, es por ello que la SUNAT, con el respaldo del Gobierno Central, viene destinando recursos económicos y del talento humano para la generación de conciencia tributaria a través de la educación.

Los centros educativos en coordinación con la SUNAT, incluyen temas relacionados a los tributos en los cursos de educación cívica o personal social, para informar a los estudiantes acerca de cómo participan y benefician los contribuyentes a la colectividad con el cumplimiento de pago de sus impuestos.

El sistema tributario tiene como [finalidad](#) primordial la formación de la conciencia y cultura tributaria a través del sistema educativo [a nivel](#) nacional, los jóvenes universitarios y en los ciudadanos contribuyentes; los principales temas que se han tratado son; la tributación en el nivel educativo superior, en la Educación Básica Regular y a través de acciones lúdicas educativas (SUNAT, 2014).

Este programa se encarga de desarrollar estrategias que promueva liderazgo de cognición y conocimientos tributarios, de aduanera y fiscal en los contribuyentes y ciudadanos en general y otras actividades educativas a nivel nacional; promueven que los contenidos y temática tributaria sean incluidos en el Diseño Curricular Nacional del sistema educativo para generar obligatoriedad en los estudiantes. Además, han incluido acciones de teatro y espacios para jugar promoviendo que el ciudadano valore los bienes y cuide de los servicios públicos generando bienestar colectivo. (SUNAT, 2014).

Sin embargo, la informalidad sigue representando una barrera que dificulta la recaudación tributaria, y la educación por sí sola no es suficiente para generar conciencia tributaria. El cambio de pensamiento de la población va más allá de

capacitaciones e información; la percepción de los ciudadanos respecto a los beneficios de servicios públicos también es un indicador importante a tomar en cuenta, ya que el objetivo de la recaudación de tributos es beneficiar a la sociedad.

La informalidad en las actividades económicas, afecta y disminuye la recaudación tributaria o base impositiva, con lo cual dificulta el financiamiento para la ejecución de los servicios públicos, así como la protección social. Así mismo precisa que la informalidad económica, tiende a generar una distorsión en los análisis estadísticos económicos y financieros y por lo tanto afecta las decisiones políticas de los gobernantes, teniendo en cuenta que se basan en indicadores que no pueden ser tan reales o contradictorios con lo que se desea hacer. (CIES 2014)

La informalidad genera una economía paralela genera una competencia desleal con las empresas formalizadas, además que excluye a los trabajadores de los beneficios correspondientes. La formalización es un camino que debe ser promovido con una ventaja para el desarrollo del país de los ciudadanos. Es fundamental que toda iniciativa para analizar la informalidad sea necesario conceptualizar el sector informal. (CIES, 2014).

Existen dos definiciones sobre el sector informal: la primera se refiere que es un sector económico que no está registrado, pero contribuye significativamente con el PBI y la segunda, es la producción de servicios y bienes en el mundo empresarial legal e ilegal (Hernández y De la Roca 2006).

Por otro lado, las campañas publicitarias que son expuestas por la Administración tributaria de Cajamarca, se enfoca en incentivar a que los ciudadanos como también a los contribuyentes cumplan con sus deberes tributarios que son planteadas por la ley, indicar también si la recaudación de impuestos que realiza la municipalidad, son recursos utilizados verdaderamente para financiar las necesidades o demandas del pueblo o son para los sueldos de nuestros líderes. (SAT, 2014).

Es notable que en Perú, la publicidad fomentada claro que en el país, la difusión encaminada en que el ciudadano tome conocimiento y muestre un responsabilidad

en a que el usuario opte un conocimiento tributario, aparentemente tenga obligación para favorecer con la municipalidad, en la compostura de potestad de promover la realización de planes, servicios públicos a nivel local, con el empleo de los fondos recaudados, cuyo uso viene siendo injusto, porque mayor mente se destina a costear los altos salarios de los empleados, o se devuelven en las obras que no tienen impacto, que al final están generando desconfianza en el usuario sobre el destino final de las contribuciones (SAT, 2014).

Por consiguiente, en base a lo antes mencionado, el fomentar la educación tributaria, pues incentivaría a que el ciudadano pueda tener un pleno conocimiento de que debe cumplir sus deberes. De esta manera, el empresario podrá ir desarrollando una cultura tributaria de forma que no sienta que le están imponiendo una retribución obligada a sus compromisos, sino más bien a incorporar una actitud absolutamente voluntaria. (SAT, 2014).

La tributación es un instrumento de mucha importancia para el crecimiento de nuestro país, en el Perú, el 70% de nuestra economía es de forma informal por lo que nos alerta que la gran parte de usuarios no están pagando ninguna clase de tributos y que el porcentaje restante si aportan con sus obligaciones, pero de todos modos no se llega a la altura que le corresponde por ley. (La Primera, párr. 1).

El especialista en tributación Vargas (2015), anunció que el gobierno del Perú está perdiendo cada año aproximadamente unos S/. 25,000,000,000.00, por la defraudación tributaria. Menciona también, que la evasión surgió por diferentes modalidades que interfieren con el orden y cumplimiento de leyes. El contrabando es uno de ellos, pues incentiva a comerciar productos que son ilegales y obstruyen al orden ciudadano con tal de no pagar impuestos y así poder ganar más. Entre ellos, la minería y construcción informal, y los comerciantes, que son los principales en no querer tributar. (Exitosa, párr. 1).

Cabe mencionar que, en la cultura peruana, está muy impregnada la vena del emprendimiento y la creatividad, miles de negocios se aperturan diariamente, con el fin de subsistir y generar recursos económicos para la manutención de ls familias,

esto demuestra que el trabajo dependiente es insuficiente y el Estado tiene mucho por lo cual trabajar para disminuir estas brechas sociales, que finalmente se revierten de manera negativa para el país.

Según INEI (2017), menciona que, en cuanto a las cifras de mercados de abastos existentes en el Perú, se observa que hasta el año 2016, existían 2612 mercados de abastos a nivel nacional.

1.1.3. A Nivel Local:

Hoy en día, en la ciudad de Bagua Grande, se ha transformado en una de las provincias más representativas en cuanto a sostenibilidad económica de la región Amazonas, sin embargo el INEI, hace mención que existe una gran lista de informalidad en los años comprendidos entre 2012 y 2016, trayendo consigo repercusiones negativas, que opacan el desarrollo de la ciudad, un ejemplo claro es el aumento de los usuarios informales en los cuatro últimos años, los cuales han aprovechado la oportunidad para ejercer actividades comerciales, obteniendo ganancias, sin considerar los perjuicios para la ciudad.

En el Mercado Modelo, la mayoría de comerciantes no cuentan con un número de registro donde se indique que son contribuyentes como lo es el Registro Único del Contribuyente, requerimiento indispensable que se necesita para establecer un negocio, provocando que el municipio no expida la autorización de la actividad. Menos aún, no se solicita los recibos de pago cuando se realizan una compra o venta de productos o servicios. Esto se debe al poco conocimiento por parte del empresario él no conocer porque es importante formalizar un negocio y posterior a ello cumplir con las obligaciones por pagar.

La apertura de este fenómeno monetario está basada en las dificultades organizadas no resueltas y el inadecuado funcionamiento de nuestras entidades públicas, así como de la forma o estilo de vida del ciudadano. Es pragmático, transgresora y está caracterizado por que cada institución pretende aplicar sus propios criterios, la mayoría de ellas no aceptan que se encuentran determinadas por el estado, todos ambicionan dar las soluciones a los problemas a su disposición. La informalidad ha

surgido como una forma de sui generis para salir adelante, de una manera de sobrevivencia que han desarrollado. Estos problemas se vienen agravando debido a la deficiente cultura tributaria en el país, ha sido caracterizada por poseer un pensamiento específico de lo culto y lo inculto.

Ser informal, teóricamente representa existir afuera de lo formal, externamente de lo establecido. Los problemas que están radicando en el País, es lo que se encuentra establecido jamás esta funcionando, por esta razón la informalidad está calificada como casi normal en nuestro en el Perú.

1.2. Trabajos previos.

Internacional

Bravo y Villavicencio (2016), en su investigación titulada “Informalidad de la cultura tributaria y su incidencia en el pago de impuestos de las pequeñas industrias arroceras del sector Yaguachi – Jujan, Periodo 2013 – 2014”, el objetivo Analizar la cultura tributaria de las pequeñas industrias arroceras del sector Yaguachi – Jujan y su incidencia en el pago de impuestos, a través de un estudio de campo para plantear alternativas que permitan mayores niveles de cumplimiento. El estudio fue de tipo exploratorio, descriptivo, explicativo, cualitativo y cuantitativo; la técnica **utilizada** fue la encuesta y el instrumento la entrevista. Concluyendo que, “los administradores de las pequeñas industrias en su mayoría poseen bajos conocimientos sobre las obligaciones tributarias que tienen que cumplir para estar en goce con las Leyes, Normas y Reglamentos del estado ecuatoriano, motivo por el cual se encuentran en sector informal, a pesar que están obligados a llevar contabilidad”.

Banchon, (2016), en su tesis titulada “Evaluación de conflictos tributarios en negocios informales de primavera 1, Cantón Durán”. Evaluar el conflicto tributario que existe actualmente en los negocios informales de La Primavera 1 del cantón Durán, para crear planes de capacitación y posteriormente una Guía Básica que ayude a fortalecer los puntos vulnerables de los negocios informales en el aspecto de la formalización y así darles una solución a los conflictos tributarios existentes. La **metodología de** investigación fue de diseño no experimental, cuantitativo, tipo descriptiva, la muestra estuvo conformado por 150 negocios informales, la técnica

conformada por la encuesta, entrevista y observación de Campo, y el instrumento fue cuestionario y preguntas. Concluyen que: “Los propietarios de negocios informales, corren el riesgo de ser clausurados por parte del fisco, debido a no estar legalmente constituidos tanto en el ámbito tributario como formal, es decir municipio, cuerpo de bomberos, sanidad, etc”.

Nacional

Según **Bustamante (2016)**. “Factores que influyen en el comercio informal de ropa en el Mercado Modelo de la Ciudad de Chiclayo”. El autor concluye que: “El comercio informal es un problema socioeconómico y cultural, porque la mayor parte de los compradores y vendedores viven en zonas rurales y su nivel cultura **tributaria** son bajos, careciendo en su mayoría de trabajo lo que ha conllevado a no **contar con ingresos suficientes** como para que **los comerciantes puedan** formalizar su negocio y el comprador **consiga obtener** productos de calidad y garantía”.

Esta tesis, hace mención de cómo influye vivir en zonas rurales en el nivel de cultura tributaria nos sirve para poder realizar la formalización de un negocio, así como también la influencia de tener precios más bajos que el promedio con el objetivo de vender sus productos con mayor facilidad. Sin embargo, cabe resaltar que estos negocios informales no representan una ganancia significativa, sino por el contrario les consigue para satisfacer las necesidades primordiales de su familia y para seguir invirtiendo en su pequeño negocio. En este caso su visión está limitada y pueden persistir periodos largos de tiempo en esta situación.

Torres (2018), en su tesis titulada “Informalidad y evasión tributaria en los comerciantes del mercado N° 1 del distrito de Pichanaki – Año 2016”. La investigación tuvo como objetivo identificar la influencia de la informalidad en la evasión tributaria en los comerciantes del mercado N° 1 del Distrito de Pichanaki en el año 2016. La investigación es correlacional, tipo cualitativa, nivel descriptivo, diseño fue no experimental, la muestra conformada por 44 Comerciantes, el instrumento **que se utilizo** fue el cuestionario. Concluye que, 93.18 % de los comerciantes mencionaron que el desconocimiento sobre las normas tributarias afecta en la ubicación inadecuada del régimen tributario, por tanto, optan por permanecer informales y no asumen pagos de los tributos y se mantienen como informales.

Rabanal (2018), en su tesis titulada “La Informalidad y su Incidencia en la Evasión Tributaria de los Comerciantes del Mercado de Caquetá del año 2017”. Concluyendo que: La informalidad **incide de forma negativa** en la evasión tributaria, afectando de esta forma la recaudación de arbitrios en el Mercado de Caquetá, que **está** ubicado en el distrito de San Martín de Porres.

Ynfante (2018), En su tesis titulada "Nivel de cultura tributaria y su influencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Central de Morropon en el periodo 2017 - 2018". La investigación fue de diseño mixto, no experimental, correlacional, la muestra conformada por 130 comerciantes, técnica estuvo conformada por el cuestionario y como instrumento la guía de observación. Concluye que: “se conserva en la informalidad a consecuencia de la falta de conocimiento, por no reducir sus ganancias, por desconfianza a ser multados, sancionados o expulsados de sus puestos, y por poseer un conocimiento tributario muy baja, que alegan que la corrupción es uno de los fenómenos principales que asecha en nuestro país y la gestión de los fondos es deficiente”.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Informalidad tributaria

A. Definiciones

Según el INEI (2016, p.2), define “informalidad a partir de la omisión del registro de la actividad en la Superintendencia Nacional tributaria (SUNAT), en tal sentido, toda aquella organización que no cuente con RUC (Registro Único de Contribuyente) es clasificada como informal”.

Para Torres (2018, p.44), indica que las informalidades tributarias son “aquellas acciones económicas en las que no se están respetando lo que se encuentra establecidos en la legislación actual como, por ejemplo, no **cuanta** con Licencia de Funcionamiento Municipal, no **está** inscrito en el Registro Único de Contribuyente, **y** no **presenta declaración jurada** de impuestos cuando corresponde”.

Por su parte Valencia citado por Rabanal (2018, p.2), indica que la informalidad está conformada por las organizaciones, colaboradores y todos los actores que vienen trabajando sin respetar las normas establecidas por el gobierno. “Por lo que al ser informal es deshacerse de las obligaciones tributarias y normas legales, que trae como consecuencia que la ciudadanía sea ajena a todos los servicios que promete el gobierno”.

Por otra parte, Andrade y Gálvez (2015, p.5), menciona que “la informalidad tributaria nace a partir la pobreza, por la ansiedad de las familias que no pueden satisfacer sus necesidades básicas, hacen de todo con la finalidad de generar ingresos y de esta forma poder solventar sus necesidades, sin poder favorecer de forma correcta, con derechos, y que existen leyes laborales en el mundo”.

Informalidad tributaria

Según Durán (2007, p.28), manifiesta que “comprende a todas las actividades e ingresos declarados u originados de la elaboración de bienes y prestación de servicios de forma ilícita, de tal forma incluiría todas las actividades económicas que, quedaría sujeta a tributación si fuera declarado a las jurisdicciones tributarias”.

Para Moreno (2012), indica que, la informalidad tributaria se entienda de aquellas acciones económicas en las organizaciones no se están respetando las normas estipuladas en las leyes vigentes, por ejemplo, no contar con en el RUC (Registro Único de Contribuyentes), no contar con la Licencia de Funcionamiento Municipal o no realizar las declaraciones juradas de los impuestos cuando le corresponda.

B. Informalidad en el Perú

Según Loayza (2007) menciona que la informalidad en el Perú, está constituida por el grupo de “organizaciones, colaboradores y acciones que se realizan fuera del marco legal y las normativos que vienen rigiendo la actividad económica; entonces, pertenecer a la porción informal implica estar fuera del margen de las

obligaciones tributarias y normas legales, así mismo, involucra no contar con el resguardo y los servicios que el gobierno nos consigue brindar”. (p.44)

Hilasaca y Palacios (2018). La informalidad en el Perú en su totalidad nace por parte de las MIPES, no hay duda que la gran cantidad de empresarios o emprendedores que empiezan un rumbo empresarial se topan con la cuestión de trabajar en una economía subterránea, o también llamada informal, donde los motivos rondan como los altos impuestos que los contribuyentes desembolsan al Estado, siendo estos pagos vistos como costos irrelevantes y por ende un obstáculo para dejar de percibir más utilidades o beneficios, hasta motivos personales como el creciente grado de corrupción y escándalos referentes a las diversas autoridades de la nación, que ponen en grado de duda la rendición de cuentas de estos empresarios o emprendedores, que en actos de rebelión no optan por operar en la formalidad. (p.26)

Antecedentes

CIES (2006), nos menciona que actualmente existen estudios que evalúan la dimensión del sector informal en nuestro país.

- Es positivo recalcar que en el Perú el índice ha disminuido e inclusive se busca disminuir progreso amerite, ya que la SUNAT. como institución principal de recaudación está enfocada en la generación de recursos para proyectos del Gobierno, y la fiscalización cada vez es más estricta.
- En cambio, en Bolivia hasta la fecha la informalidad representa aproximadamente el 80%. tal como se menciona líneas arriba. debido a un carente Estado de Derecho que de un marco de referencia a las empresas y sobre todo que promueva la institucionalización de los negocios.

C. Consecuencias de la informalidad

Según Hilasaca y Palacios (2018, p.30), indica que “La principal consecuencia que podemos rescatar del sector informal, es la baja recaudación tributaria que no percibe el Estado, llegando a tener

consecuencias negativas para los diversos gastos públicos y/o inversiones públicas de mejora para la sociedad”.

Para Moreno (2012), indica que, “la informalidad tributaria influye de forma negativa en la cobranza de los impuestos y está limitando el abastecimiento de recursos que el gobierno requiere para su funcionamiento y la atención a las necesidades básicas de nuestra sociedad”.

D. Factores que conducen a la informalidad

Según Martínez (2012). Indica que los factores que están conduciendo a la informalidad tributaria son:

Factores económicos

El Desempleo

- La calidad de vida de la sociedad son el resultado de las crisis económicas presentes a lo largo del tiempo, generando inestabilidad económica. “La falta de capacidad de la economía para promover una ocupación apropiada en proporción de términos de cantidad a modo de **ingresos** es una de las **principales** causas”. (Martínez, 2012)
- El desempleo “que existe en la ciudadanía activa en edad que tiene que trabajar, pero ellos no tienen trabajo y en término de **no tener empleo** es sinónimo de desocupación”. (Martínez, 2012).
- Otros factores económicos que han incrementado “este inconveniente son la inflación y los sueldos bajos; en la época de crisis, un empleado cuyo sueldo es insuficiente para cubrir sus gastos que le generan satisfacer sus necesidades básicas familiares y personales, se ve inspirada a hacer un uso adecuados de sus recursos”. (Martínez,2012)
- Desde esta perspectiva, “el comercio ambulatorio sostiene la demanda de una extensa sección, que debido a su mínimo poder adquisitivo no pueden acceder a realizar compras todos los bienes que requieren en las empresas formales”. (Martínez,2012)
- Muchos países a pesar del pasar del tiempo. siguen siendo pobres y otros siguen siendo ricos, inclusive cada país internamente posee estas brechas.

Según diversos comentarios de economistas, muchos coinciden que los bajos índices de desempleo son resultado de una estrategia de los grupos de poder para mantener mano de obra barata, esto para nuestra investigación es relevante ya que podemos observar desde otra perspectiva los métodos que se utilizaría para la disminución de la informalidad.

- Según estos comentarios, nuevamente se acota que la educación es fundamental y para ello la participación ciudadana es importante. Si el Gobierno no destino los recursos suficientes para Educar. los Colegios Profesionales. Universidades y otras instituciones pueden realizar esta labor, sin embargo, la cultura nuez amerite incide en que el bien común, solo es responsabilidad del Gobierno i es ajeno a los mismos ciudadanos. Dejaremos este punto como re flexión, para futuras investigaciones.

La Caída del Ingreso

- “Las necesidades de las familias vienen estimulado que no sólo los que no cuentan con empleo estén insertándose en el sector informal, igualmente aquellos subempleados y empleados cuyos salarios son escasos para cubrir las necesidades como la canasta básica familiar”. (Martínez, 2012)
- “Todo esto ha desencadenado el aumento de la informalidad en nuestro país, puntualmente en el sector Comercio, debido a que es una de las actividades que no necesitan de mayor calificación y sólo requiere una pequeña inversión”. (Martínez, 2012)

Factor social

Las migraciones

La falta de **oportunidad** en el sector rural y los centros semi urbanos del interior de nuestro país, y al encontrarse con la congregación de actividades culturales y económicas en nuestra capital, ha estimulado la emigración de una importante parte de los pobladores donde dejan sus orígenes con la expectativa de hallar mejores oportunidades, y **esto** permita mejorar **la** calidad de vida y obtener mayores posibilidades para desarrollarse. (Martínez, 2012)

Factor cultural

El factor cultural está fuertemente ligado a la situación económica limitada con la que cuentan sus padres, debido a que no tienen la posibilidad de que sus hijos puedan culminar una carrera profesional (técnica y profesional). “Pero parte de los técnicos que culminaron sus estudios, se están dedicando al comercio de manera informal a consecuencia de escasas de empleo”. (Martínez, 2012)

El factor cultural, es muy importante al momento de considerar cambios, destinar más recursos para la educación de la población, es una tarea pendiente a la cual se debería dar prioridad, para generar verdaderos cambios en un futuro.

E. Aspectos negativos de la informalidad

Para Rabanal (2018, p.10,11) menciona que los aspectos perjudiciales de la informalidad son:

“Los ingresos que el gobierno está percibiendo por la recaudación de impuestos son bajos y por ende están limitando a brindar mejores servicios públicos y necesidades primordiales que estos pueden brindar” (Rabanal, 2018, p.10).

“Origina una competición no transparente entre los vendedores informales e formales, por lo que los vendedores informales consiguen bajar y manejar sus precios de venta, para lograr una mayor rentabilidad por lo contrario los comerciantes formales no lo pueden bajar sus precios de venta, porque tiene que cumplir con sus compromisos tributarios determinadas por la ley” (Rabanal, 2018, p.10).

“La informalidad provoca e influye el subempleo desempleo y/o el, debido que las organizaciones formales compiten con los vendedores informales y estos están obligados a disminuir su personal con la finalidad de reducir sus costos” (Rabanal, 2018, p.11).

F. Los costos de la informalidad

Según **Martínez (2014)**, las causas de la informalidad es que genera que a las empresas se apliquen: Multas si estas son detectadas; imposibilidad para poder acceder a los servicios y los bienes del sector público proveídos por el Estado; la incertidumbre de los derechos de propiedad sobre los productos y el capital; los costos de transacción y monitoreo aumentan puesto que los contratos no se respaldan de forma judicial; y el acceso a los créditos son más difíciles y los interés son más altos, porque no pueden hacer uso de propiedad como una garantía financiera.

G. Características del sector informal

Según **Martínez (2014)**, las características del sector informal, se presentan de la siguiente manera:

De fácil entrada; los micro empresarios tienen generalmente niveles bajos de capacitación formal, obteniendo su habilidad a través de la práctica; las organizaciones o los trabajos pequeños que han sido iniciados con capitales de los familiares o propios, en donde la mecanismo de análisis es generar empleo; a esto se suma los **muy bajos niveles** de productividad, pese a las jornadas muy largas de trabajo; las organizaciones informales, por lo general se desenvuelven en mercados muy competitivos; y la mayoría de las organizaciones informales son de carácter familiar, cualesquiera de ellas concentran relaciones laborales fundamentadas en patrones de correspondencia y parentesco.

H. Dimensiones

Cultura tributaria

“Es el conocimiento pensativo del ser humano en cuanto a la compasión de cancelación de los impuestos, lo que llevara a cumplir forma natural y voluntaria con sus compromisos tributarias” (Chiroque, p.2012, citado por Infante, 2018, p.21).

Valero y Ramírez (2009, p.54), “representa a un conjunto de conocimientos, actitudes, estimaciones, concernientes a los impuestos, así como los niveles de conocimiento en relación de los derechos y deberes que provienen para los sujetos pasivos y activos de esta dependencia tributaria”.

Política tributaria

Política tributaria: Según (Katicita, 2011, p.5), menciona que “radica en el uso de varios instrumentos fiscales, entre ellos el pago de tributos, con el **fin** de alcanzar objetivos **sociales y económicos** de una sociedad que está organizada de forma política y lo que busca promover”.

Infante (2018), menciona que: las tasas altas de impuestas, la distribución regresiva, los procesos complicados y formalidades muy exagerada, solamente para el cumplimiento de los compromisos son los importantes factores negativos hacia los empresarios hoy en día nuestro País, se encuentra en el 86 puesto, de los cientos ochenta y tres países que pagan impuestos al año, de acuerdo al informe del Doing Business de Banco Mundial del Perú (p.28).

1.4. *Formulación del Problema.*

¿Cuáles es la informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018?

1.5. *Justificación e importancia del estudio.*

El presente estudio se justifica, porque nos permitió identificar las principales causas que fomentan el desarrollo de la informalidad, en el Mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande, con la finalidad de encontrar las herramientas que permitan prevenir y disminuir la defraudación tributaria. Así mismo, es interesante, porque podrá servir de referencia a los funcionarios Municipales de la provincia de Bagua Grande en la toma de decisiones respecto a la reducción de la informalidad y el incremento de la recaudación tributaria y así de esta manera obtener mayores recursos en beneficio de la propia ciudad.

Esta investigación será de utilidad para la sociedad en general, debido a que podrá utilizarse como marco de referencia para nuevos estudiantes y/o profesionales que pretendan investigar el tema relacionado a la informalidad tributaria.

1.6. Hipótesis.

Ho: La informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la ciudad de Bagua Grande – 2018, es alta.

H1: La informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la ciudad de Bagua Grande – 2018, es baja.

1.7. Objetivos.

1.7.1 Objetivo general

Evaluar la informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018

1.7.2 Objetivos específicos

- **Determinar** la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande.
- **Analizar la política tributaria** de los comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande.
- **Identificar** el nivel económico de los comerciantes del Mercado de abastos de la Ciudad de Bagua Grande.

1.8. Limitaciones

Las limitaciones presentadas en esta investigación, se dio básicamente en la resistencia de los comerciantes al momento de brindar información puntual sobre el pago de sus tributos.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1 Tipo de investigación:

La investigación es de enfoque cuantitativa y básica.

Cuantitativa, porque se recopilaron los datos según, la aplicación del cuestionario, luego fueron procesados de forma estadística, estos resultados fueron cuantificados y expresados de forma numérica.

Por su propósito que sigue es *Básica*, donde se analizó las causas principales que origina la informalidad tributaria de los comerciantes del mercado de abasto de la ciudad de Bagua Grande.

2.1.2 Diseño de la investigación:

La presente investigación fue tipo no experimental, descriptiva y trasversal. No experimental “porque no se realizó ningún experimento, solo se recaudó datos de la unidad de análisis, sin realizar ninguna manipulación de la variable en estudio, es decir solo se cumplió con el rol del investigador que fue solamente observador” (Centty, 2010, p.86).

Descriptiva. “Porque el estudio se analiza solo las características de la variable y se mide de forma independiente, solo para describir lo que se está investigando” (Torres, 2018, p.55).

Siguiendo el siguiente diagrama:



Muestra

Observación de la
informalidad tributaria

2.2 Población y muestra.

2.2.1 Población

Estuvo conformada por 2500 comerciantes del centro de abasto de la ciudad de Bagua Grande.

2.2.2 Muestra

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

$$n = \frac{1.96^2(95\%)(5\%)(2500)}{(5\%)^2(2500 - 1) + 1.96^2(95\%)(5\%)} = 68$$

N= La población (2500 comerciantes).

p= La probabilidad de que el resultado sea favorable 95%.

q= La probabilidad de que el resultado no sea favorable 5%.

z= Valor de distribución normal estándar asociado al nivel de confianza.

Se está considerado una confianza de 95%, siendo el valor de Z= 1.96.

e= El error estándar de estimación es de 5%.

La muestra conformada por 68 comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande.

2.3 Variables, Operacionalización.

Informalidad

“La informalidad constituye en un hecho complejo y complicado que genera un desequilibrio socioeconómico en donde los principales actores sociales como empresas, microempresas, trabajadores y otros, son excluidos de los beneficios tributarios, financieros y excluidos del empleo y salud” (Chuquillanqui, 2012).

2.3.1 Operacionalización de variables

Tabla 01: *Operacionalización de variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento
	Cultura tributaria	Cultura Tributaria Educación Cívica Valores	
Informalidad Tributaria	Política tributaria	Normatividad Supervisión Promoción Comunicación y Transparencia	Encuesta Cuestionario
	Nivel Económico	Nivel Socioeconómico Desempleo Migraciones	

Fuente: Elaboración propia

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

2.4.1 Técnicas de recolección de datos

Se empleó como técnica la encuesta, “representada por su extenso beneficio en dicho estudio por excelencia, digno a su utilidad, sencillez, **objetividad y versatilidad** de la información que se obtuviera mediante el uso del cuestionario como instrumento” (Hanco, 2015, p.81).

2.4.2 La Encuesta

La encuesta, fue aplicada a los comerciantes del mercado de abasto de la ciudad de Bagua Grande, con el propósito de recoger información sobre la variable de investigación y analizar el tema de la informalidad tributaria.

2.4.3 Análisis de Documentos

Es una técnica para ordenar y sistematizar la información que se obtuvo de las fuentes secundarias y que contribuyeron a conceptualizar las variables de investigación.

2.4.4 Instrumentos de recolección de datos

Este instrumento que fue utilizado es el cuestionario, “donde fue estructurado por veintisiete ítems, que consistió en un conjunto de ítems con relación a la informalidad tributaria, y con sus índices respectivos, los ítems fueron cerradas” (Hanco, 2015, p.81)

Ficha de análisis de documentación

La ficha permitió registrar la documentación que se ha utilizado en todo el informe final de la presente investigación, cuyo orden y organización facilitó el análisis de los temas respectivos.

2.5 Procedimientos de análisis de datos.

Se realizó haciendo usos del paquete estadístico SPSS, versión 25, donde los datos recolectados del cuestionario se realizaron tablas de frecuencias y porcentajes para cada ítem, además se realizó el gráfico de barras, para todas las tablas, con su interpretación respectiva.

El cuestionario fue validado a través de juicio de expertos con experiencia en el tema, y de forma estadística se validó la fiabilidad del cuestionario, utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach (α), para ello se hizo uso del programa estadístico SPSS versión 25, el valor del coeficiente es cuando es cercano a 1, nos indica que la consistencia del tema analizado que se consiguió de este cuestionario es muy confiable.

III. RESULTADOS

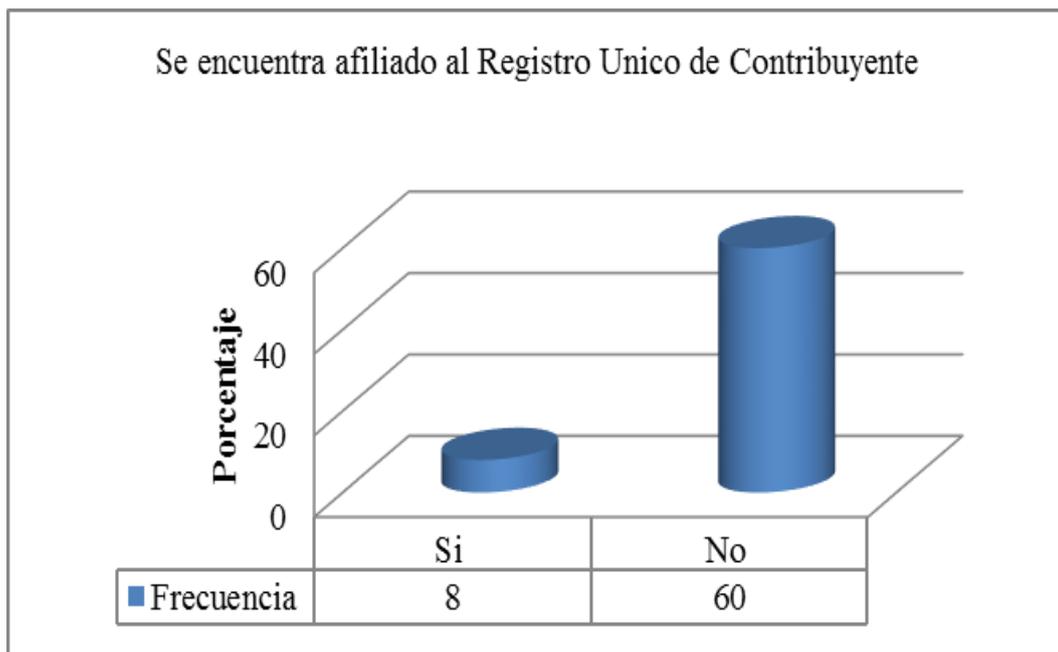
3.1 Tablas y Figuras

Tabla 02: Se encuentra Ud. afiliado al Registro Único de Contribuyente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	12
No	60	88
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 1:



Fuente: Datos de encuesta

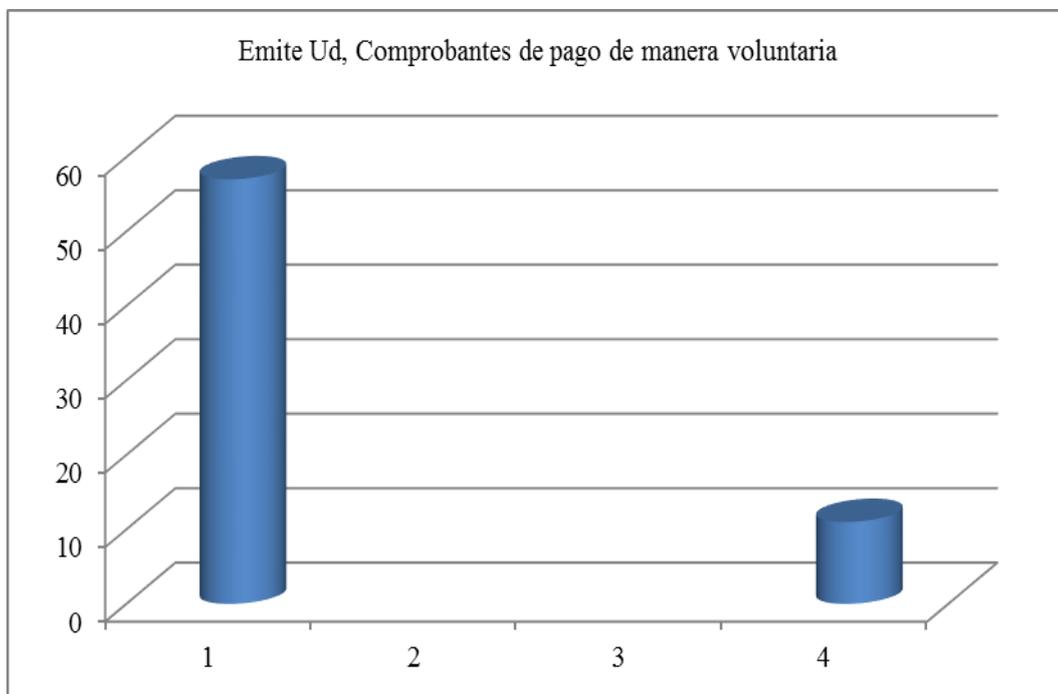
En tabla 2 y Figura 1, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 88% señalan que “No” se están registrados en el RUC, el 12% indican que “Si” cuentan con el Ruc (Registro Único de Contribuyentes)

Tabla 03: *Emite Ud, Comprobantes de pago de manera voluntaria*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	57	84%
Casi nunca	0	0%
Siempre	0	0%
Casi siempre	11	16%
TOTAL	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 2:



Fuente: Datos de la encuesta

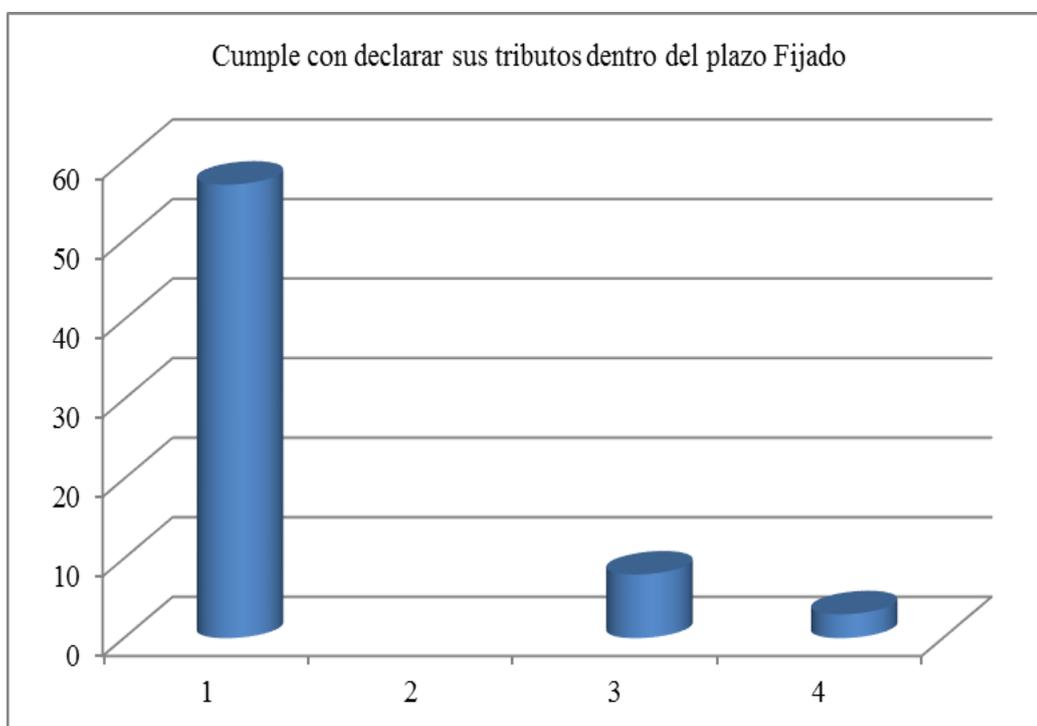
En tabla 3 y Figura 2, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 84% señalan que “Nunca” los contribuyentes emiten comprobantes de manera voluntaria, esta respuesta está relacionada a la pregunta 1, ya que no están inscritos en el Ruc, el 16% indican que “Casi Siempre” los contribuyentes emiten comprobantes de manera voluntaria.

Tabla 04: *Cumple con declarar sus tributos dentro del plazo Fijado*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	57	84%
Casi nunca	0	0%
Siempre	8	12%
Casi siempre	3	4%
TOTAL	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 3:



Fuente: Datos de la encuesta

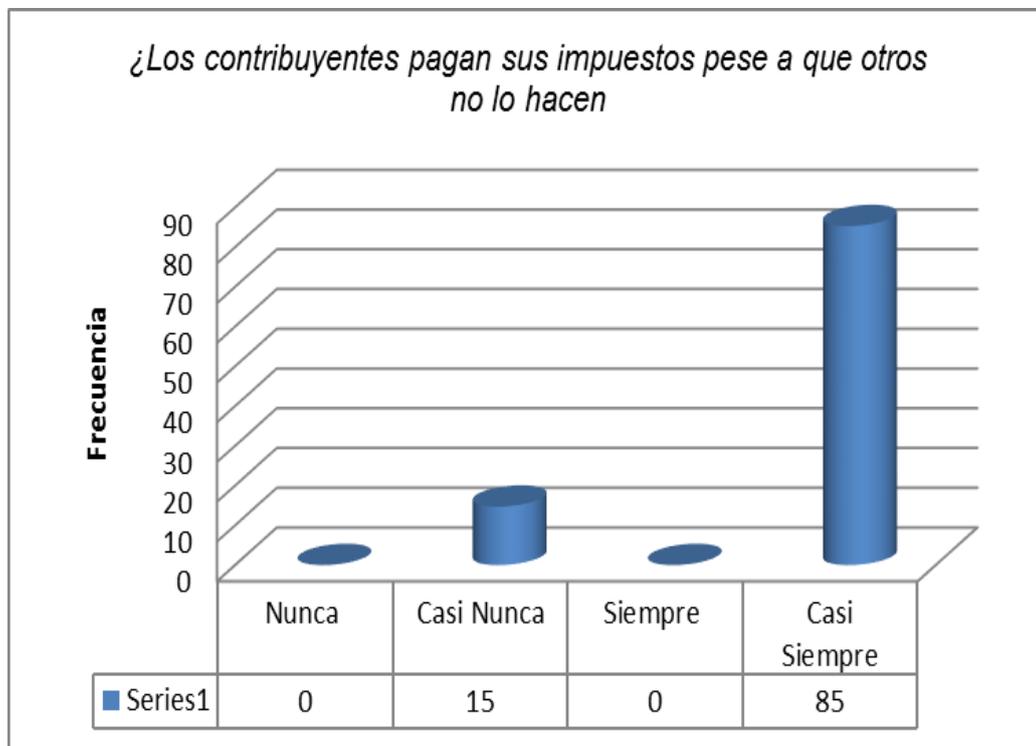
En tabla 4 y Figura 3, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 84% señalan que “Nunca” los contribuyentes cumplen con declarar sus tributos en el plazo fijado, el 12% indican que “Siempre” los contribuyentes cumplen con declarar sus tributos en el plazo fijado y el 4% refieren que “Casi Siempre” los contribuyentes cumplen con declarar sus tributos en el plazo fijado.

Tabla 05: ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	10	15
Siempre	0	0
Casi Siempre	58	85
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 4:



Fuente: Datos de la encuesta

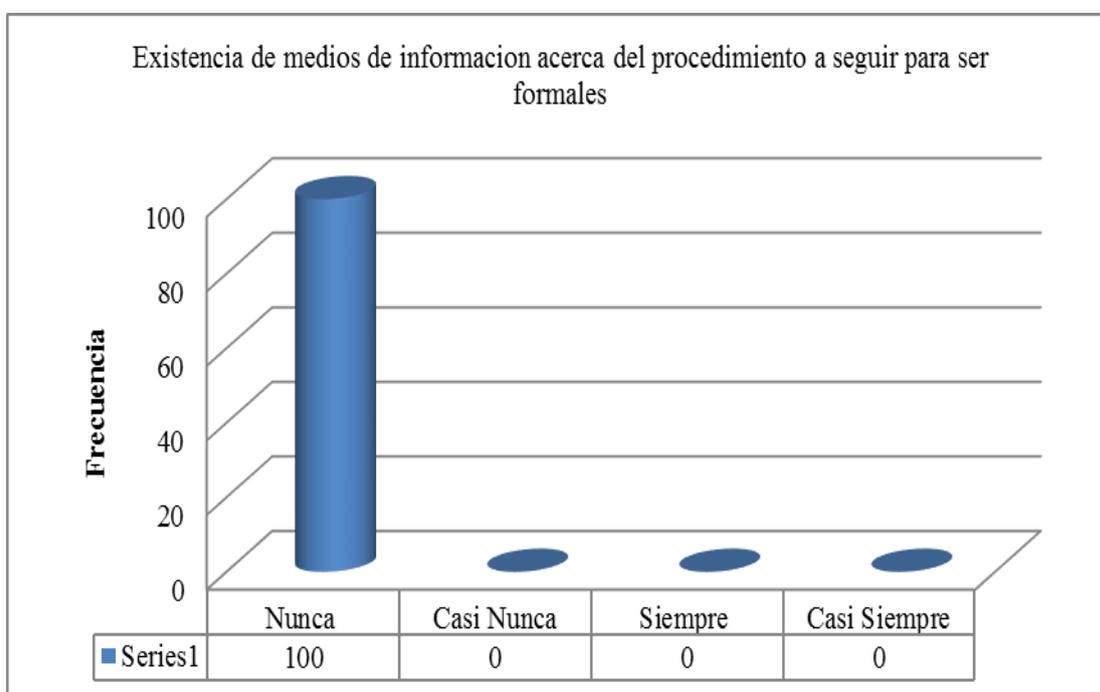
En la Tabla 5 y en la Figura 4, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% señalan que “Casi Siempre” los contribuyentes pagan sus impuestos tributarios y el 15% indican que “Casi Nunca” pagan sus impuestos tributarios.

Tabla 06: *¿Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar ser negocios formales*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	68	100
Casi Nunca	0	0
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 5:



Fuente: Datos de la encuesta

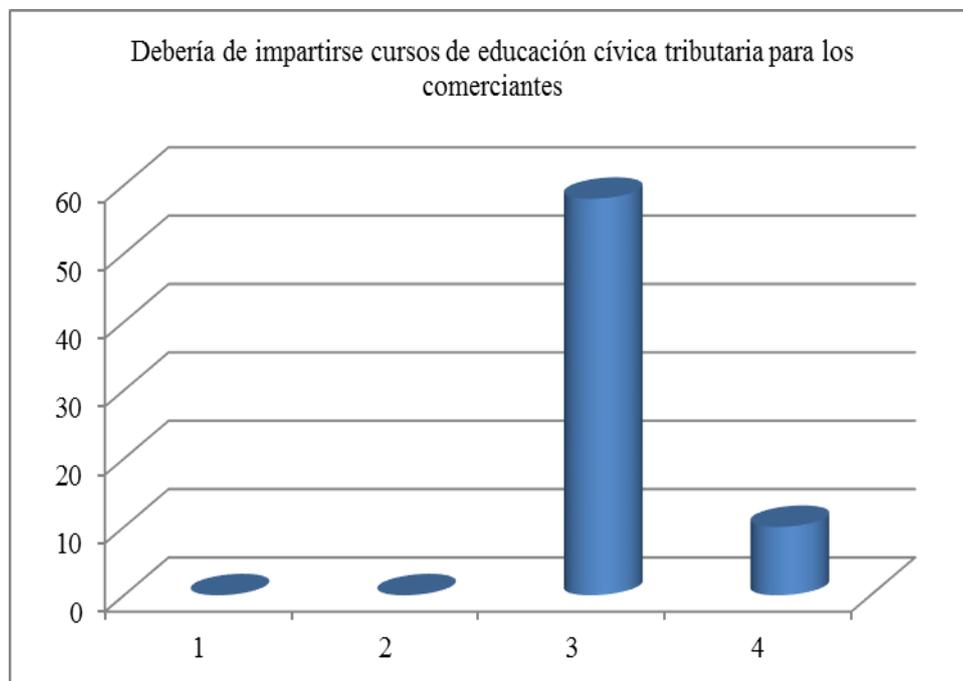
En la Tabla 6 y Figura 5, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 100% señalan que “Nunca” han recibido charlas o comunicaciones de forma escrita, acerca de cuáles son los procedimientos que tienen que seguir, para pasar a la formalidad

Tabla 07: *Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Siempre	58	85%
Casi siempre	10	15%
Total	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 06:



Fuente: Datos de la encuesta

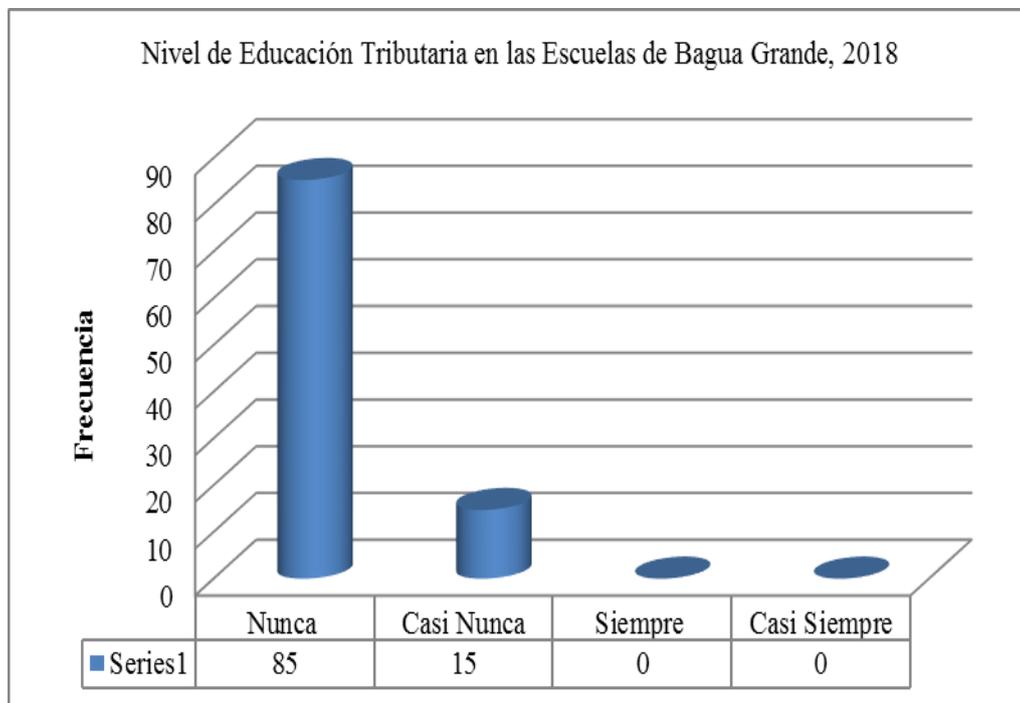
En la Tabla 7 y Figura 6, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% señalan que “Siempre”, deberían de impartirse cursos de educación tributaria para los contribuyentes, el 15% considera que casi siempre, debería impartirse cursos de educación cívica, para comprometer el cumplimiento de pago de impuestos en la ciudad.

Tabla 08: ¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	58	85
Casi Nunca	10	15
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 07:



Fuente: Datos de la encuesta

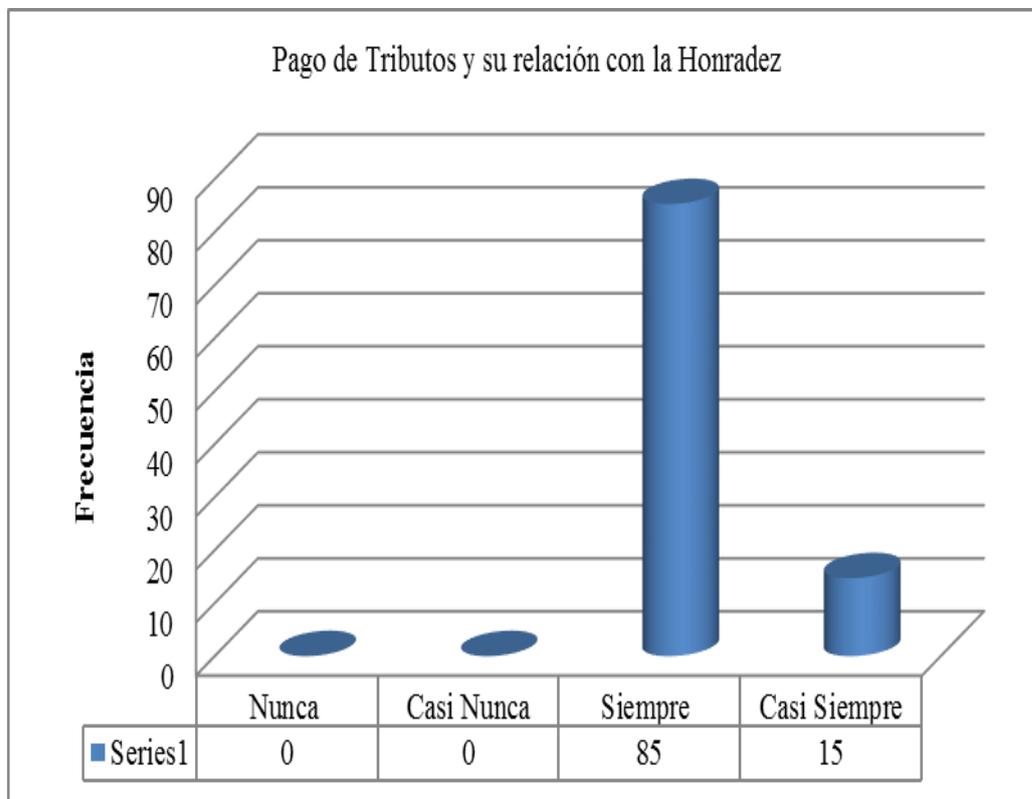
En la Tabla 8 y Figura 7, apreciamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% indicaron que “Nunca” fueron educados sobre educación tributaria para que los usuarios paguen sus impuestos y el 15% indican que “Casi Nunca” fueron educados en educación tributaria para que los usuarios paguen sus impuestos.

Tabla 09: ¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
Casi Siempre	10	15
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 8:



Fuente: Datos de la encuesta

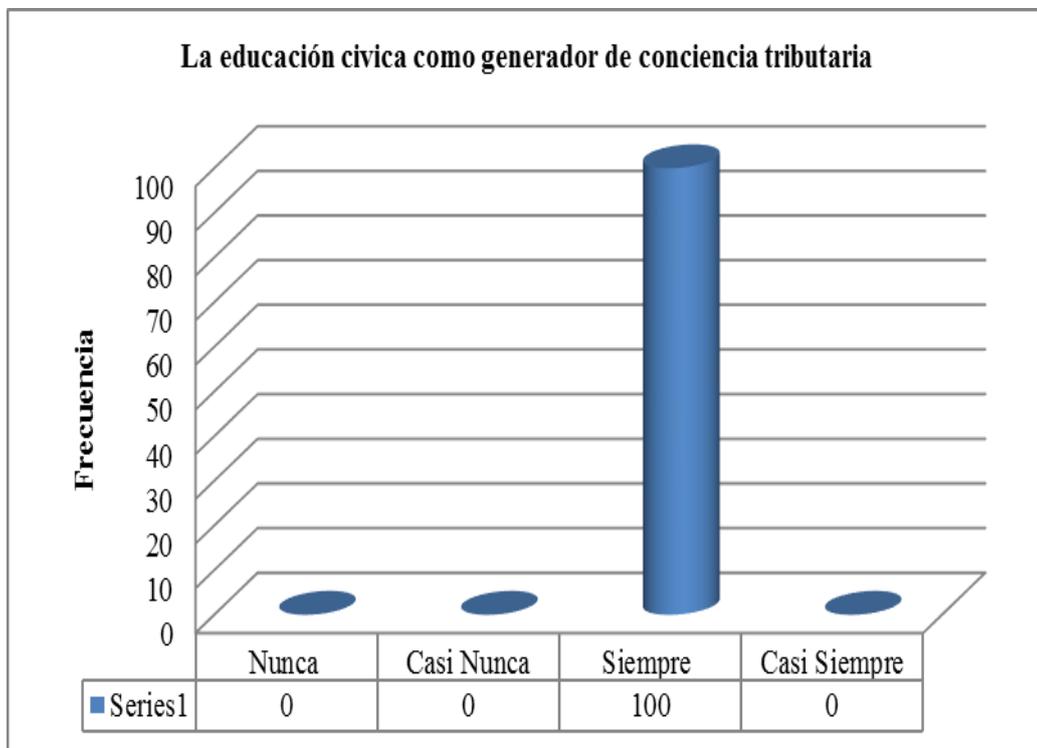
Según la Tabla 9 y Figura 8, se aprecia a que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% manifiestan que “Siempre” pagan sus impuestos esto es reflejo de buena honradez y el 15% indican que “Casi Siempre” pagan sus impuestos esto es reflejo de buena

Tabla 10: ¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	68	100
Casi Siempre	0	0
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 09:



Fuente: Datos de la encuesta

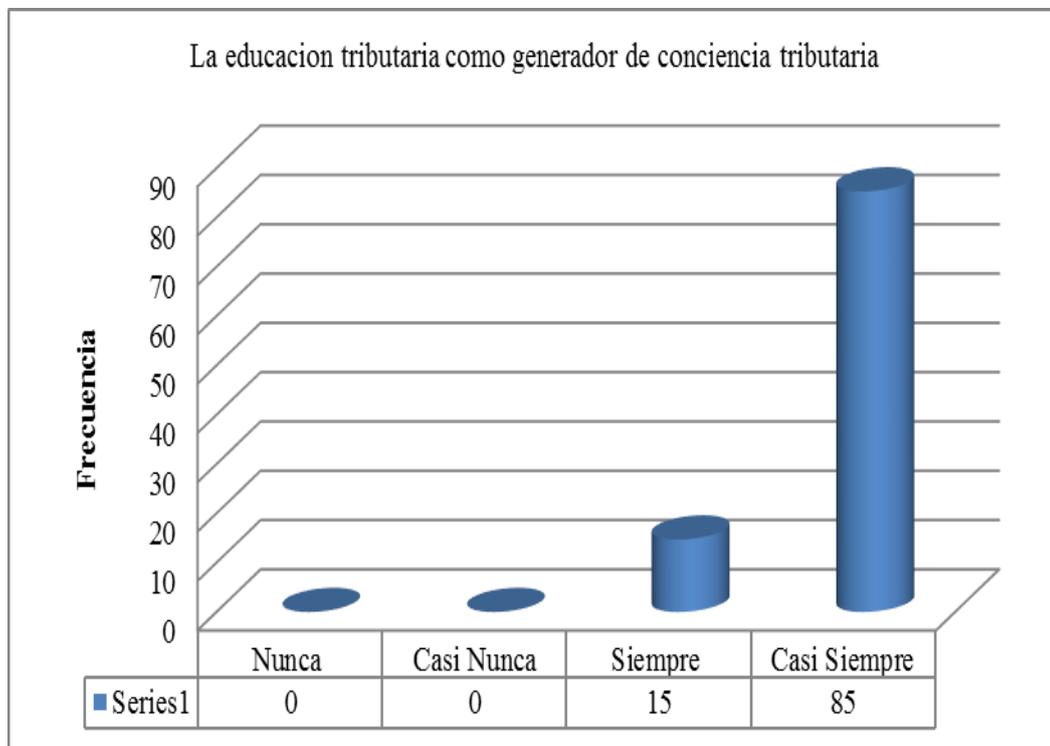
En la Tabla 10 y Figura 9, apreciamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 100% señalan que “Siempre” la educación tributaria ayuda a generar conocimiento tributaria

Tabla 11: ¿Se puede enseñar a ser consciente y tener como parte de la cultura, el pago de impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	10	15
Casi Siempre	58	85
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 10:



Fuente: Datos de la encuesta

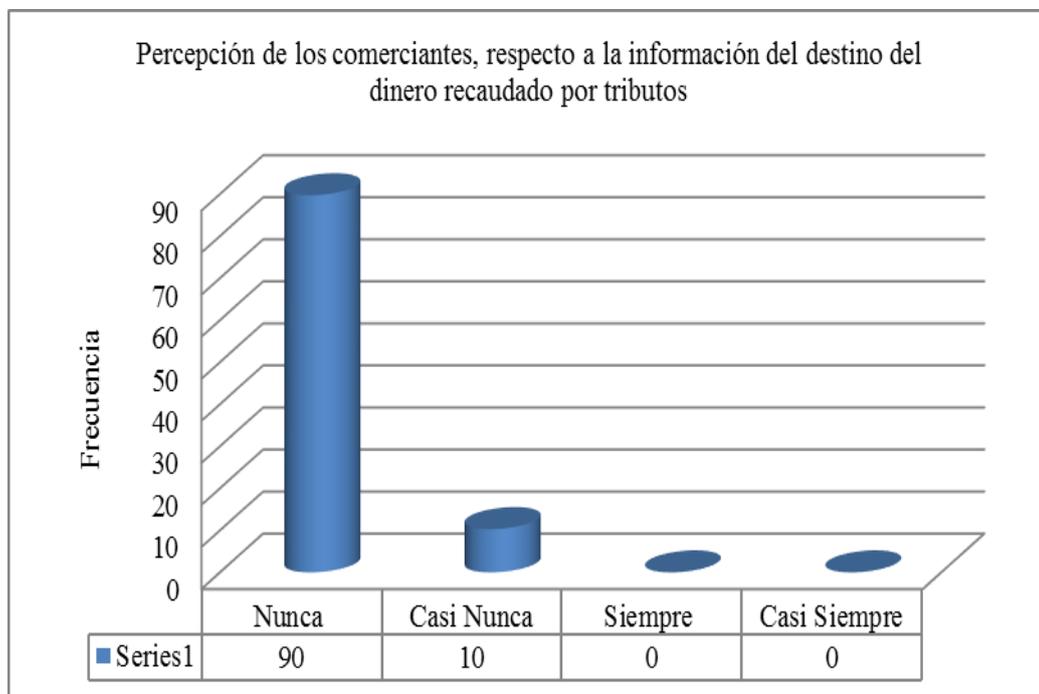
En la Tabla 11 y Figura 10, apreciamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% indican que “Casi Siempre” la educación tributaria ayuda a la generación conciencia tributaria y enseña que paguen los tributos y el 15% indican que “Siempre” la educación tributaria ayuda a la generación de conciencia tributaria y enseña que paguen los tributos.

Tabla 12: ¿La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	61	90
Casi Nunca	7	10
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 11:



Fuente: Datos de la encuesta

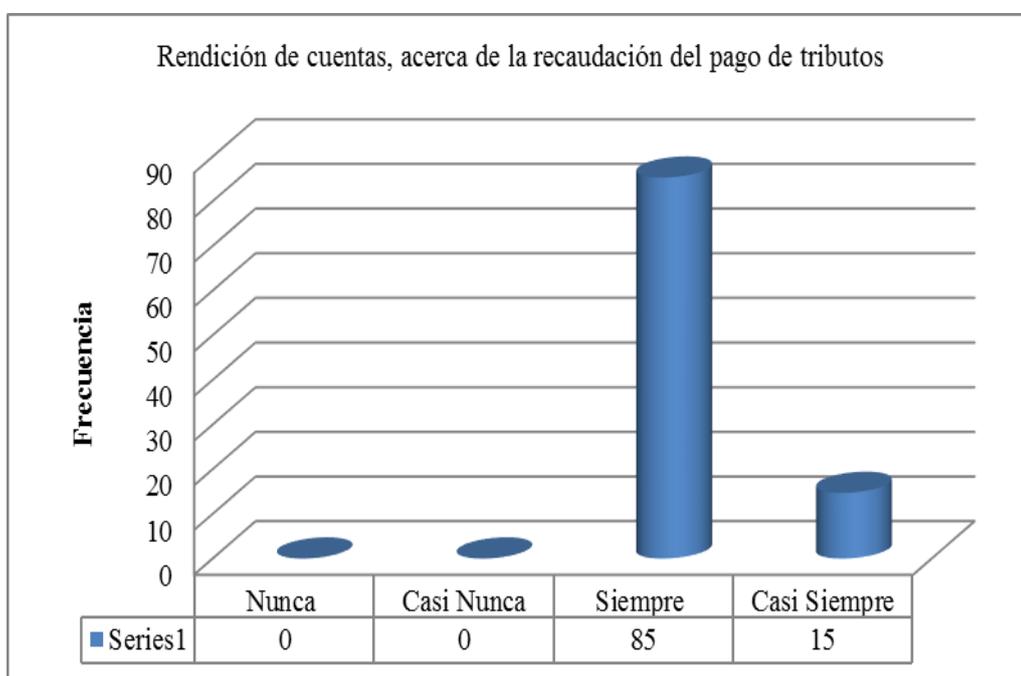
En la Tabla 12 y Figura 11, apreciamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 90% señalan que “Nunca” la municipalidad provincial de Utcubamba les informa sobre el destino del dinero que ha sido recaudado y el 10% indican que “Casi Nunca” la municipalidad provincial de Utcubamba les informa sobre el destino del dinero que ha sido recaudado.

Tabla 13: ¿Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
Casi Siempre	10	15
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 12:



Fuente: Datos de la encuesta

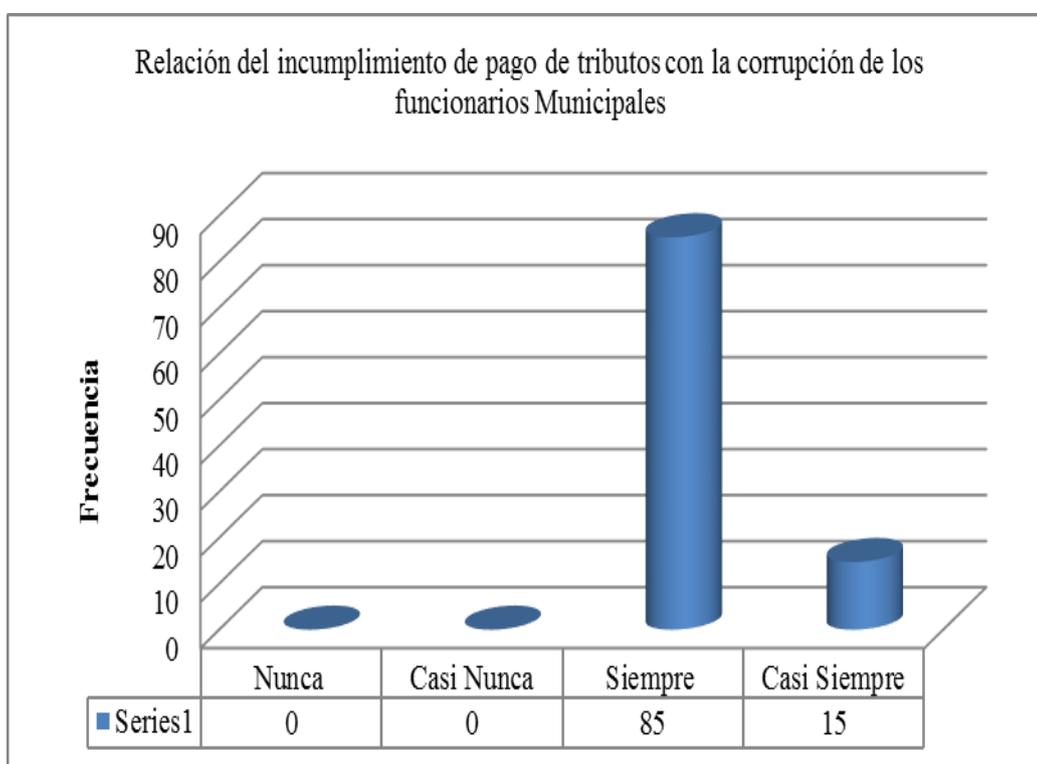
En la Tabla 13 y Figura 12, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% mencionan que “Siempre” las autoridades hacen rendición de cuentas por concepto de la recaudación y el 15% indican que “Casi Siempre” las autoridades realizan la rendición de las cuentas por concepto de recaudación de impuestos

Tabla 14: ¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
Casi Siempre	10	15
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 13:



Fuente: Datos de la encuesta

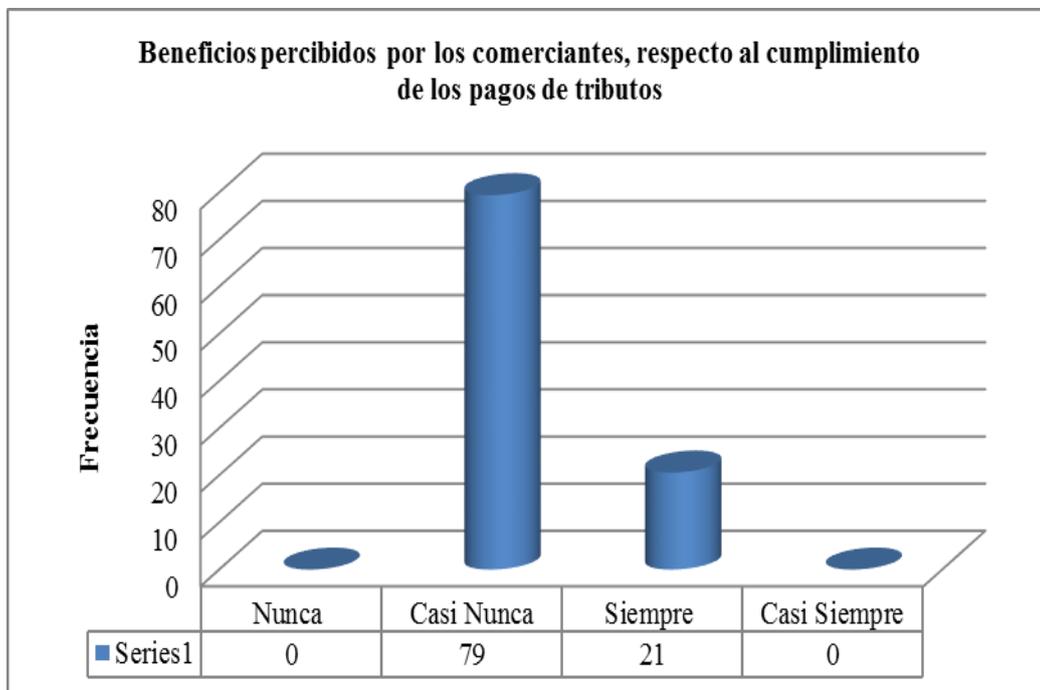
En la Tabla 14 y en la Figura 13, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 85% señalan que “Siempre” la corrupción de los funcionarios, es una razón por que los comerciantes no están de acuerdo a pagar sus tributos y el 15% indican que “Casi Siempre” la corrupción de los funcionarios, es una razón por que los comerciantes no están de acuerdo a pagar sus tributos

Tabla 15: ¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	54	79
Siempre	14	21
Casi Siempre	0	0
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 14:



Fuente: Datos de la encuesta

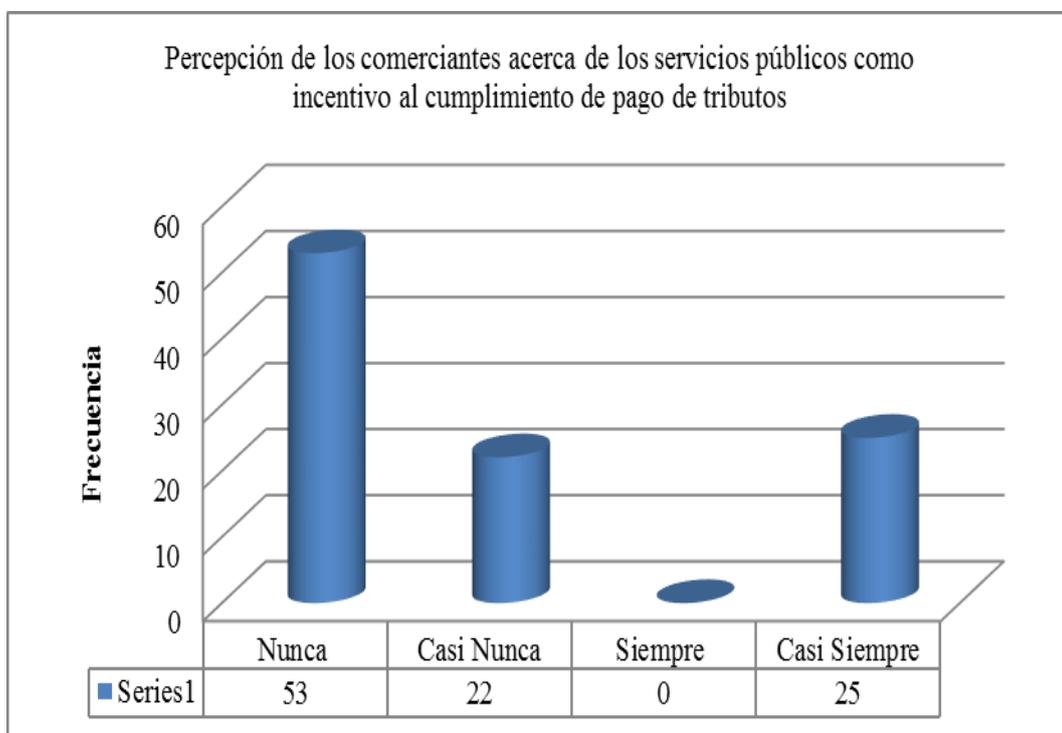
En la Tabla 15 y Figura 14, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 79% señalan que “Casi Nunca” los comerciantes mencionan que el pago de los **tributos** revertirá en beneficios de los **comerciantes** y el 21% indican que “Siempre” los comerciantes mencionan que el pago de los **tributos** revertirá en beneficios de los **comerciantes**.

Tabla 16: *¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente?*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	36	53
Casi Nunca	15	22
Siempre	0	0
Casi Siempre	17	25
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 15:



Fuente: Datos de la encuesta

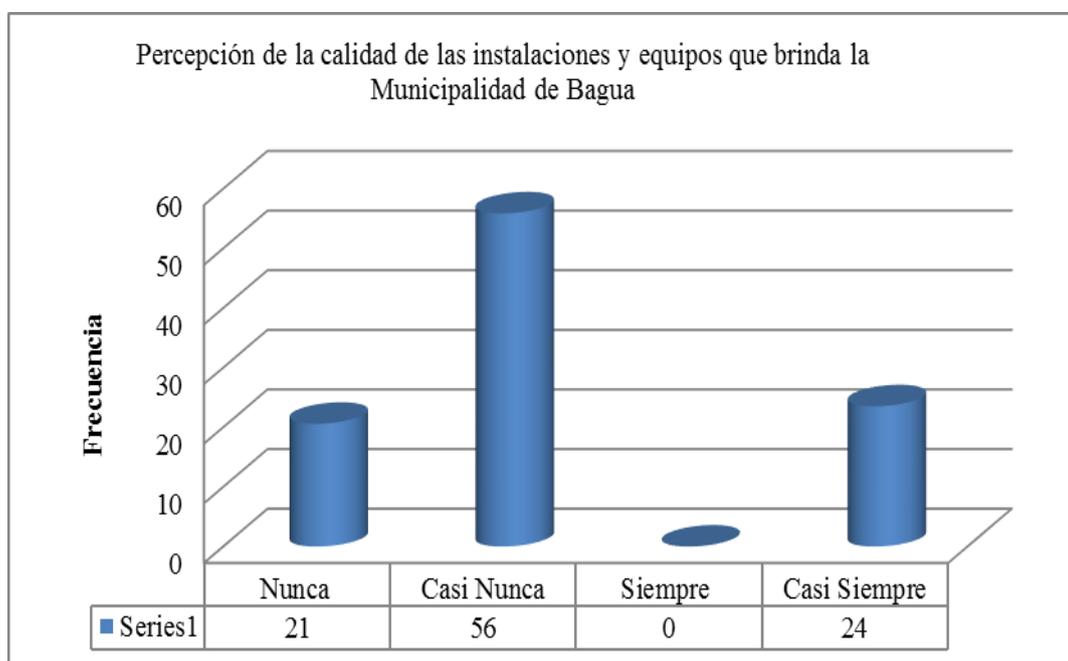
Según la Tabla 16 y Figura 15, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, con respecto los servicios públicos como incentivo para el compromiso del pago de sus tributos, el 53% señalan que “Nunca”, el 25% indican que “Casi Siempre” y el 22% refieren que “Casi Nunca”.

Tabla 17: *¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente?*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	21
Casi Nunca	38	56
Siempre	0	0
Casi Siempre	16	24
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 16:



Fuente: Datos de la encuesta

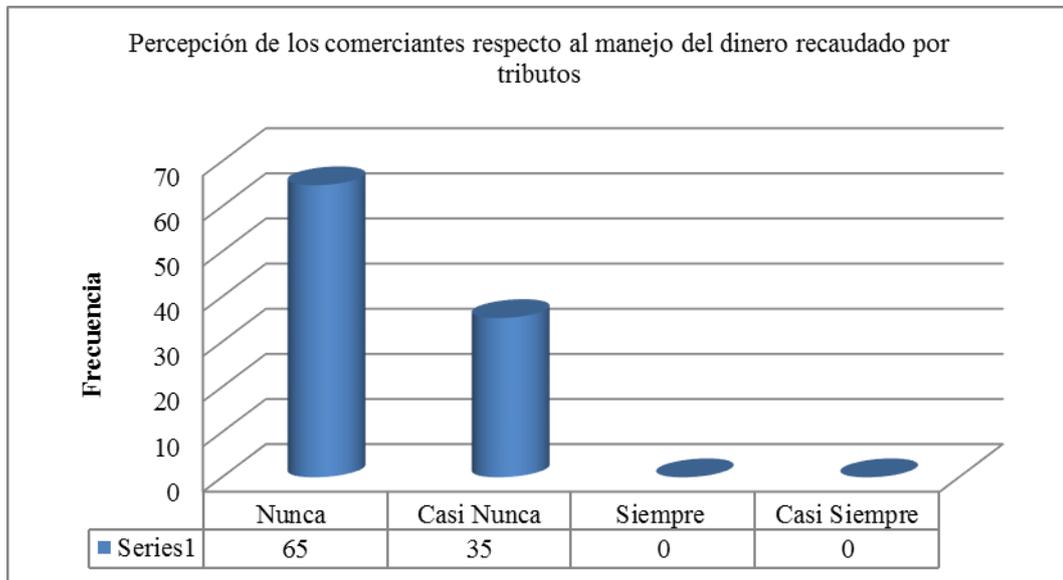
En la Tabla 17 y Figura 16, se aprecia a que del 100% de los comerciantes encuestados, el 56% manifiestan que “Casi Nunca” las instalaciones y los equipos de la municipalidad provincial funcionan de forma correcta, el 24% indican que “Casi Siempre” y el 21% refieren que “Nunca”.

Tabla 18: ¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	44	65
Casi Nunca	24	35
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
Total	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 17:



Fuente: Datos de la encuesta

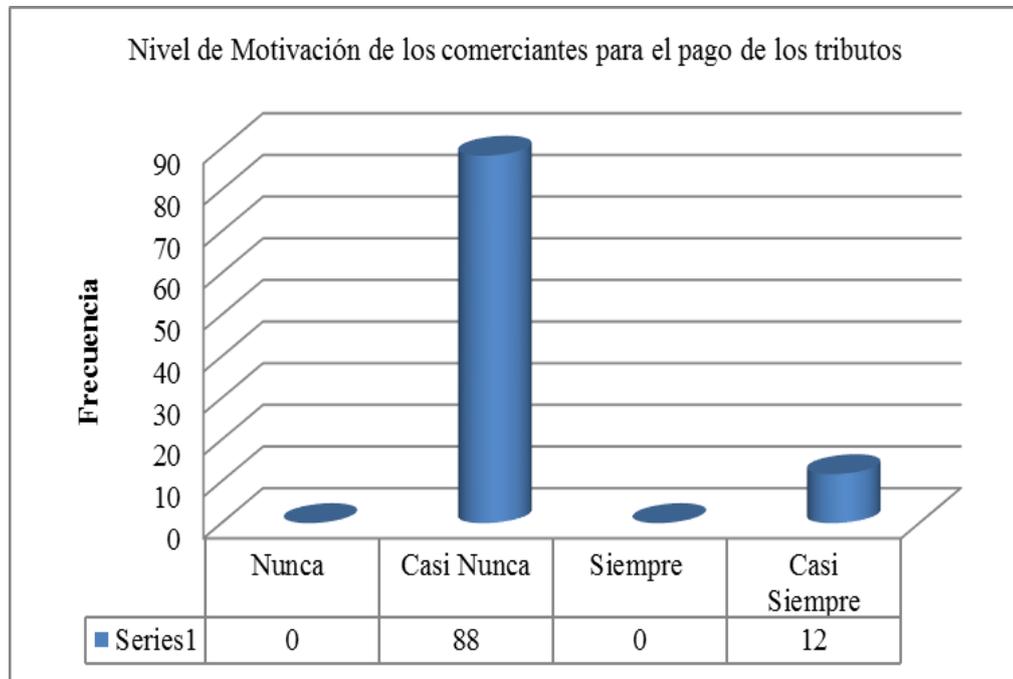
Según Tabla 18 y Figura 17, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 65% señalan que “Nunca” la municipalidad provincial hace uso incorrecto del dinero recaudado por el pago de los **impuestos** y el 35% indican que “Casi Nunca” a municipalidad provincial hace uso incorrecto de los tributos recaudado por el pago de impuestos.

Tabla 19: ¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	60	88
Siempre	0	0
Casi Siempre	8	12
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 18:



Fuente: Datos de la encuesta

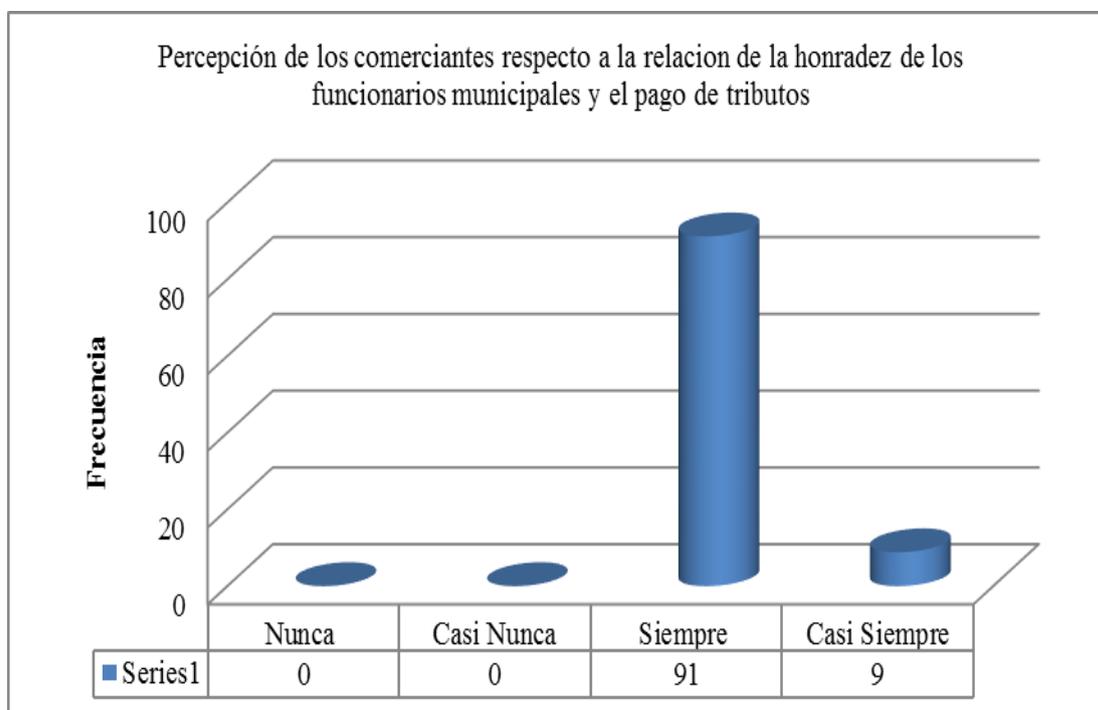
Según la Tabla 19 y Figura 18, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 88% señalan que “Casi Nunca” los comerciantes están motivados en realizar el pago de sus tributos y el 12% indican que “Casi Siempre” los usuarios están muy motivados en el pago sus impuestos.

Tabla 20: *¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados?*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	62	91
Casi Siempre	6	9
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 19:



Fuente: Datos de la encuesta

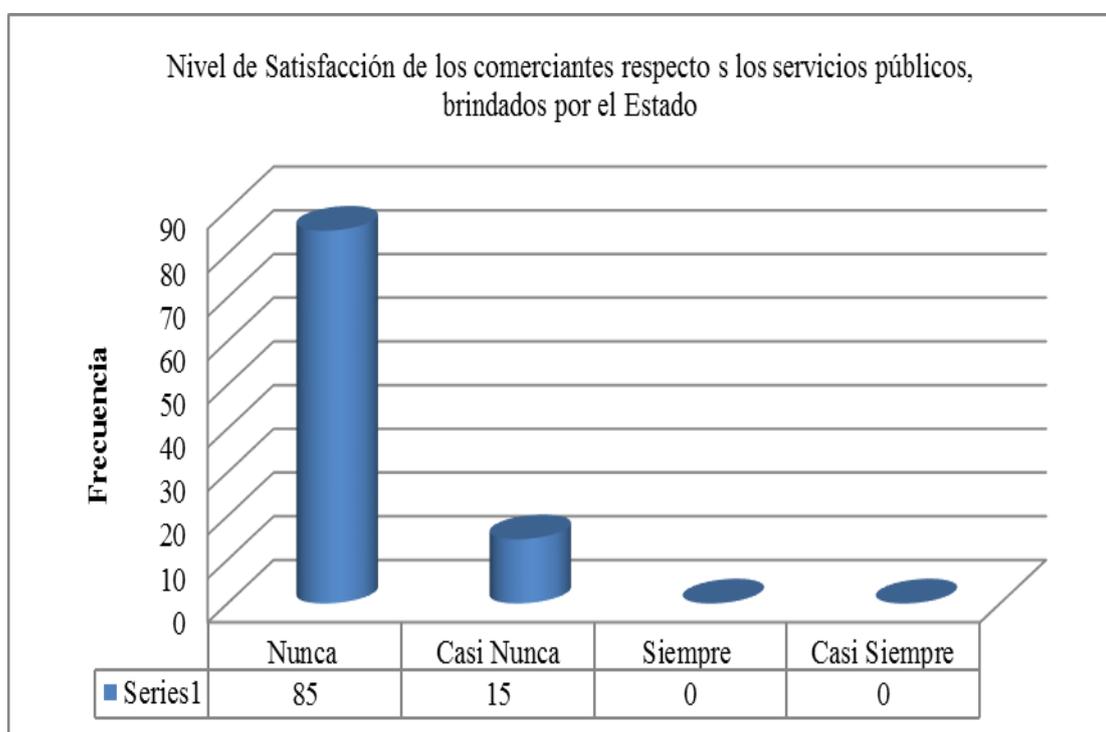
Según la Tabla 20 y Figura 19, apreciamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 91% señalan que “Siempre” los comerciantes realizan el pago de sus tributos con mayor convencimiento cuando aprecian que los funcionarios públicos son honestos y el 9% indican que “Casi Siempre” los usuarios realizan el pago de sus tributos con mayor convencimiento cuando aprecian que los funcionarios públicos son honestos.

Tabla 21: ¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	58	85
Casi Nunca	10	15
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura20:



Fuente: Datos de la encuesta

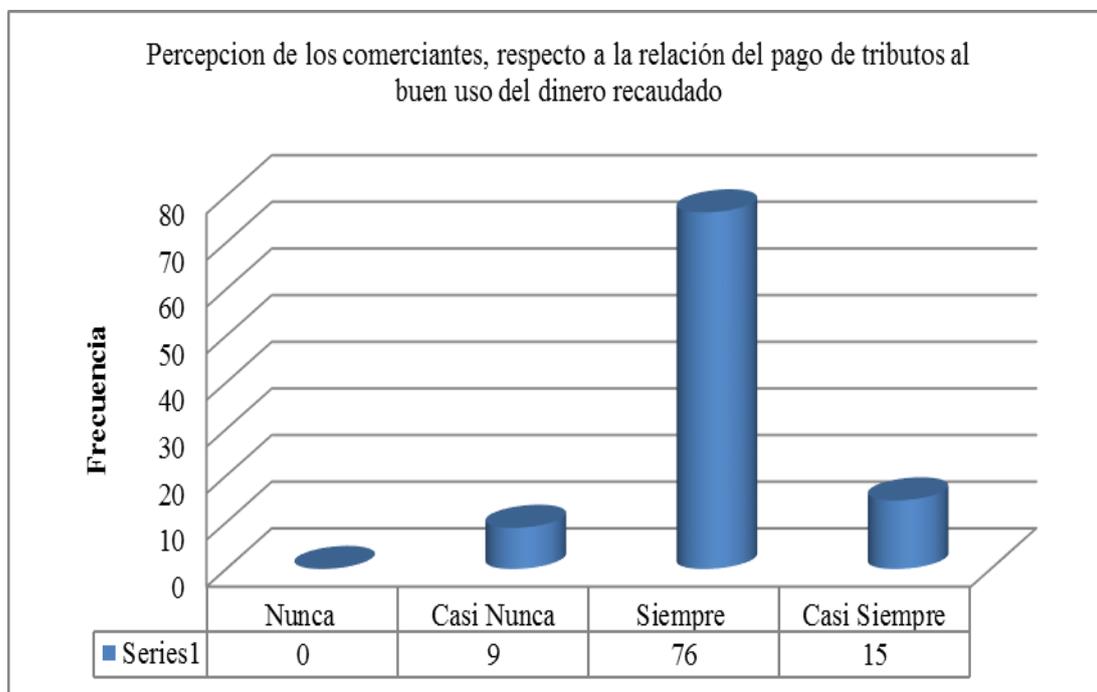
Según la Tabla 21 y Figura 20, se observa que del 100% de los comerciantes encuestados, respecto al nivel de satisfacción de los comerciantes con respecto a los servicios públicos, el 85% señalan que “Nunca” y el 15% indican que “Casi Nunca”

Tabla 22: ¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	6	9
Siempre	52	76
Casi Siempre	10	15
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 21:



Fuente: Datos de encuesta (2018)

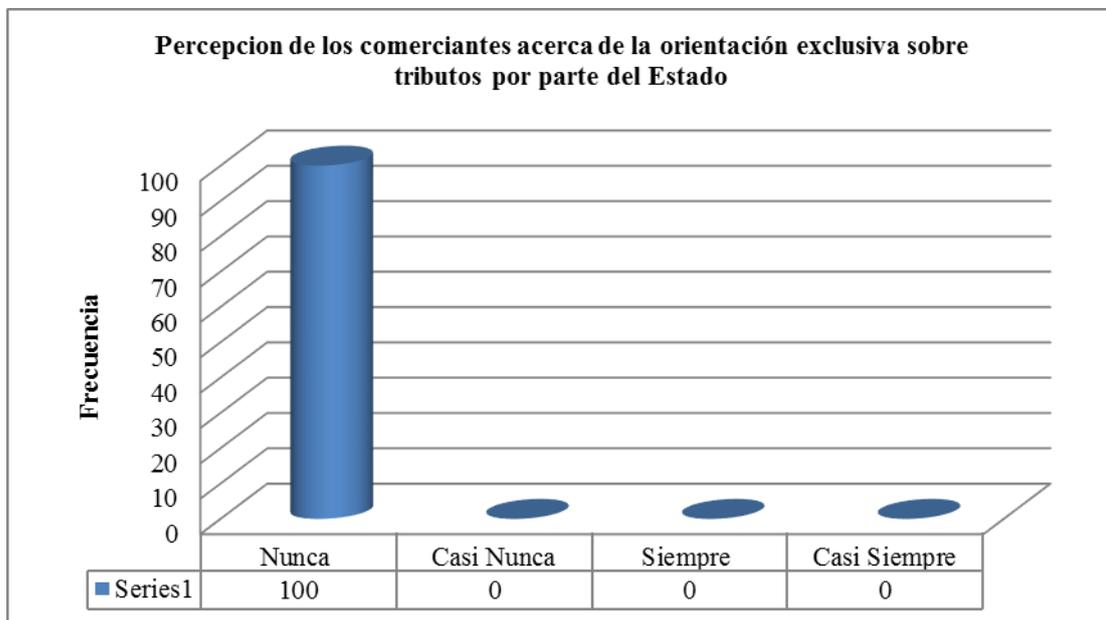
Según la Tabla 22 y Figura 21, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 76% indican que “Siempre” los contribuyentes pagan sus tributos, pero cuando lo recaudado será utilizado con la finalidad de realizar las obras públicas, el 15% indican que “Casi Siempre” los contribuyentes pagan sus tributos, pero cuando lo recaudado será utilizado con la finalidad de realizar las obras públicas y el 9% refieren que “Casi Nunca”.

Tabla 23: ¿En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	68	100
Casi Nunca	0	0
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 22:



Fuente: Datos de la encuesta

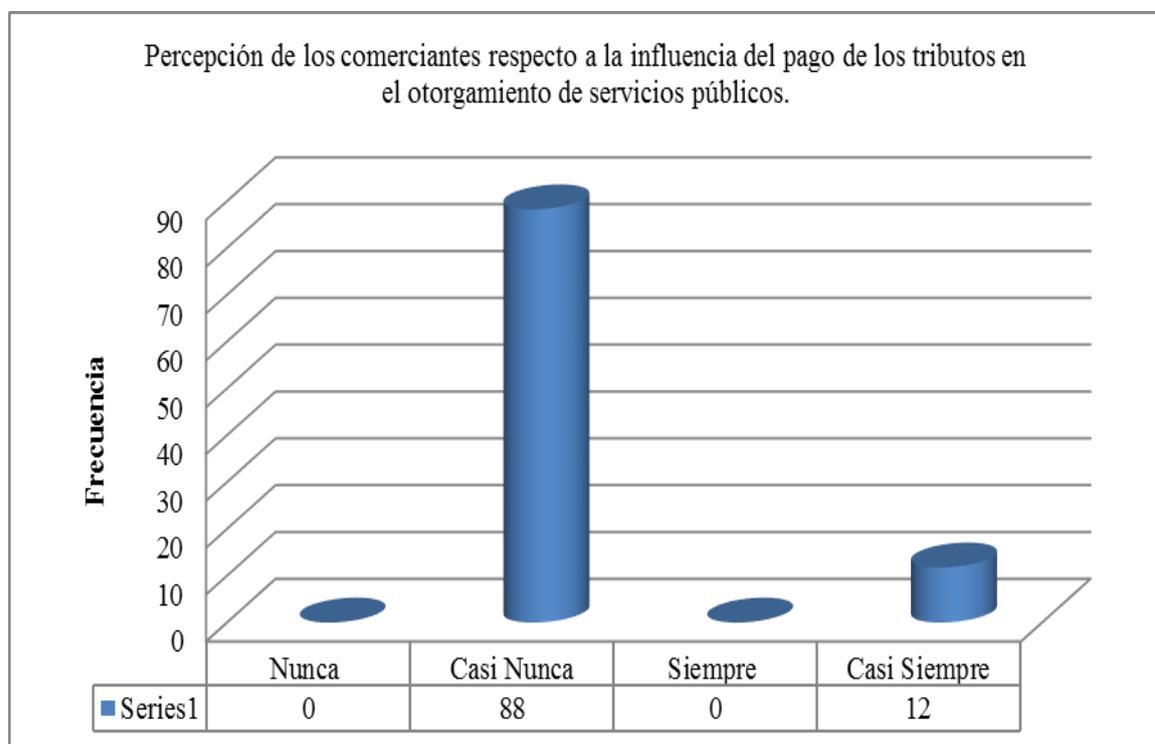
En la Tabla 23 y Figura 22, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 100% mencionan que “Nunca” en la municipalidad provincial existen colaboradores que en exclusivo se encuentran para orientar a los usuarios.

Tabla 24: ¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente paga sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	60	88
Siempre	0	0
Casi Siempre	8	12
TOTAL	68	100

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 23



Fuente: Datos de la encuesta

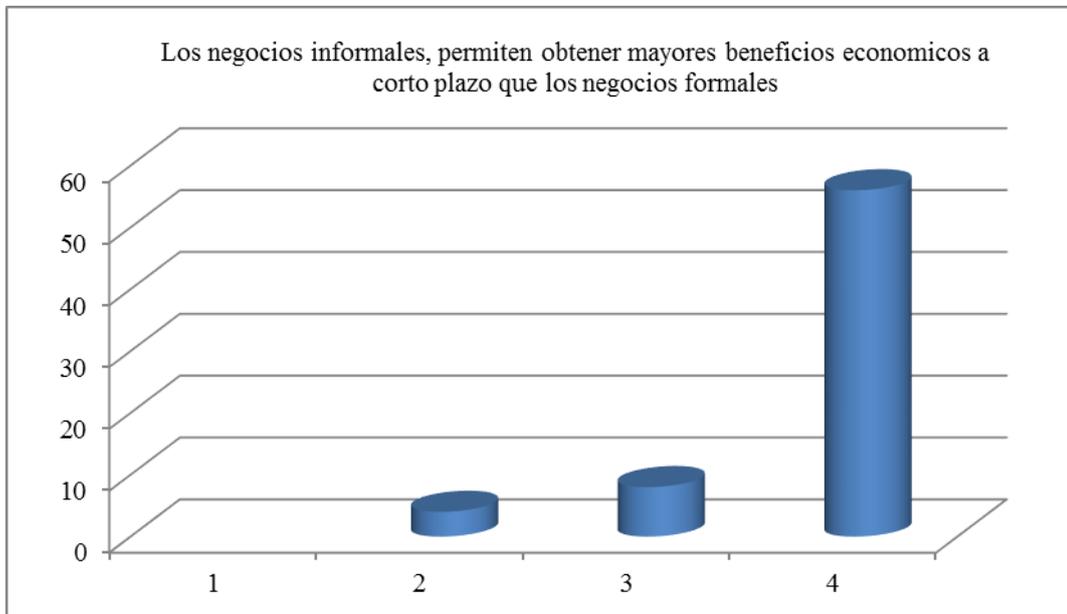
Según la Tabla 24 y Figura 23, se observa que del 100% de los comerciantes encuestados, el 88% mencionan que “Casi Nunca” los servicios públicos que ellos están recibiendo, es gracias que los contribuyentes están pagando sus tributos y el 12% indican que “Casi Siempre” los servicios públicos que ellos están recibiendo, es gracias que los contribuyentes están pagando sus tributos.

Tabla 25: *Los negocios informales, permiten obtener mayores beneficios económicos a corto plazo que los negocios formales*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	4	6%
Siempre	8	12%
Casi Siempre	56	82%
TOTAL	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 24:



Fuente: Datos de la encuesta

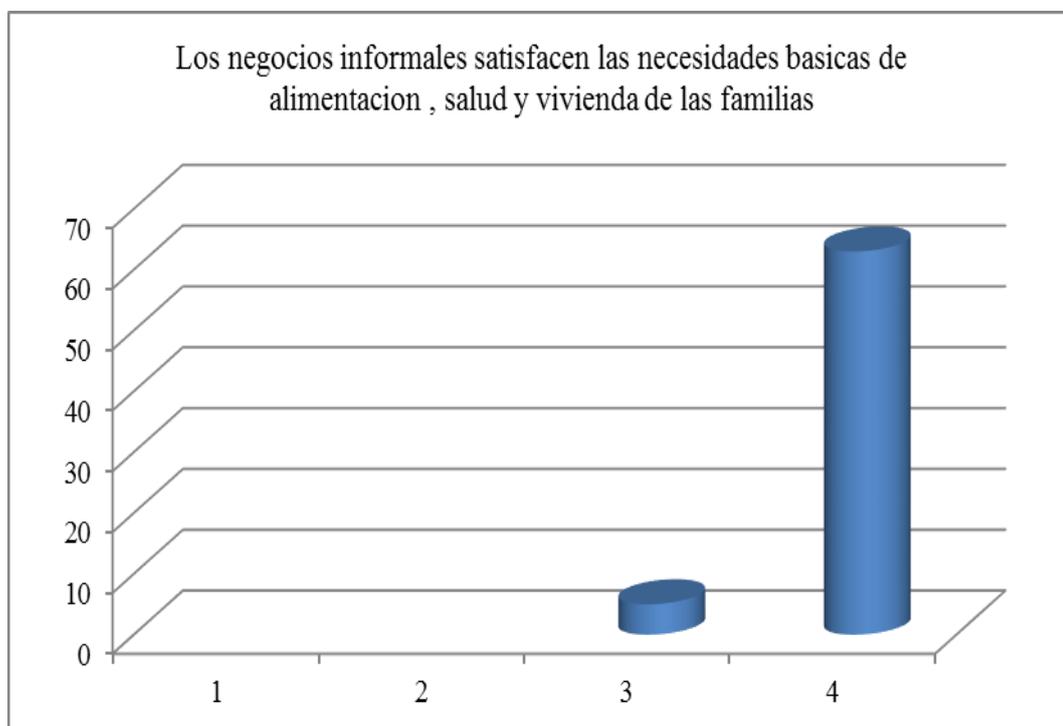
Según la Tabla 25 y Figura 24, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 82% indican que “Casi Siempre” Los negocios informales, permiten lograr mayores utilidades a corto plazo que los negocios formales, el 12% Los negocios informales, permiten lograr mayores utilidades a corto plazo que los negocios formales y el 6% considera que “Casi Nunca”, los negocios informales permiten conseguir mayores beneficios a corto plazo.

Tabla 26: *Los negocios informales satisfacen las necesidades básicas de alimentación, salud y vivienda de las familias*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Siempre	5	7%
Casi Siempre	63	93%
TOTAL	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 25:



Fuente: Datos de la encuesta

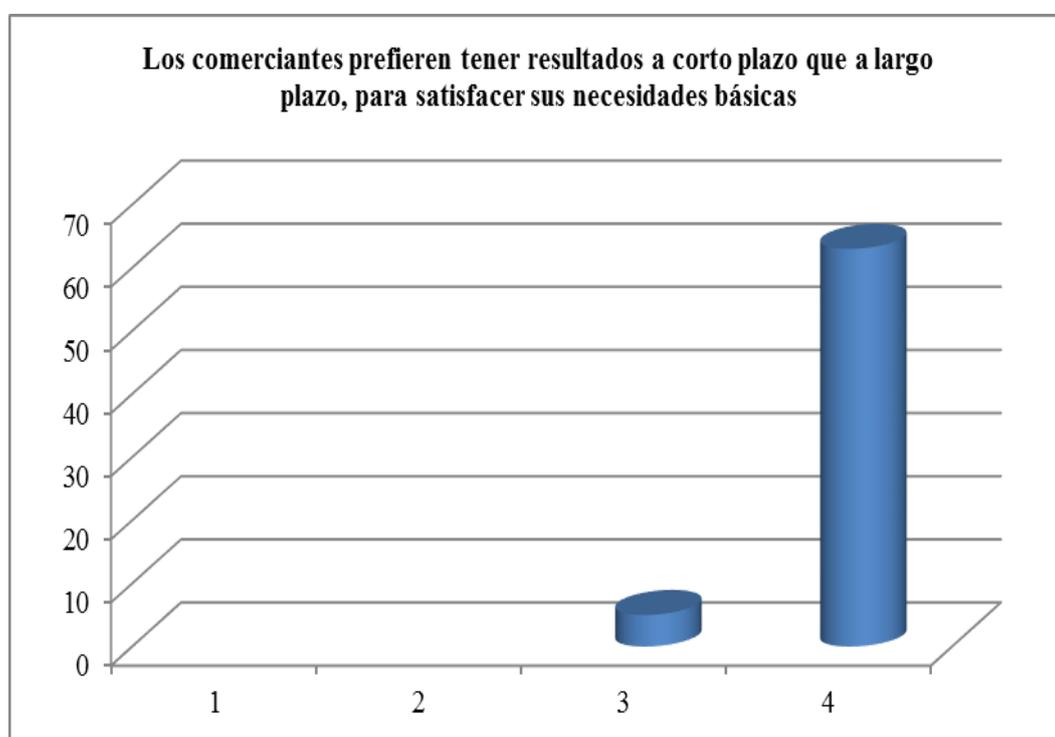
Según la Tabla 26 y Figura 25, se aprecia que del 100% de los comerciantes encuestados, el 93% señalan que “Casi Siempre” Los negocios informales, satisfacen sus necesidades básicas como es alimentación, vivienda y salud de las familias, el 7% considera que “Siempre” Los negocios informales, satisfacen sus necesidades básicas como es alimentación, vivienda y salud de las familias.

Tabla 27: Los comerciantes prefieren tener resultados a corto plazo que a largo plazo, para satisfacer sus necesidades básicas

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Siempre	5	7%
Casi Siempre	63	93%
TOTAL	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 26:



Fuente: Datos de la encuesta

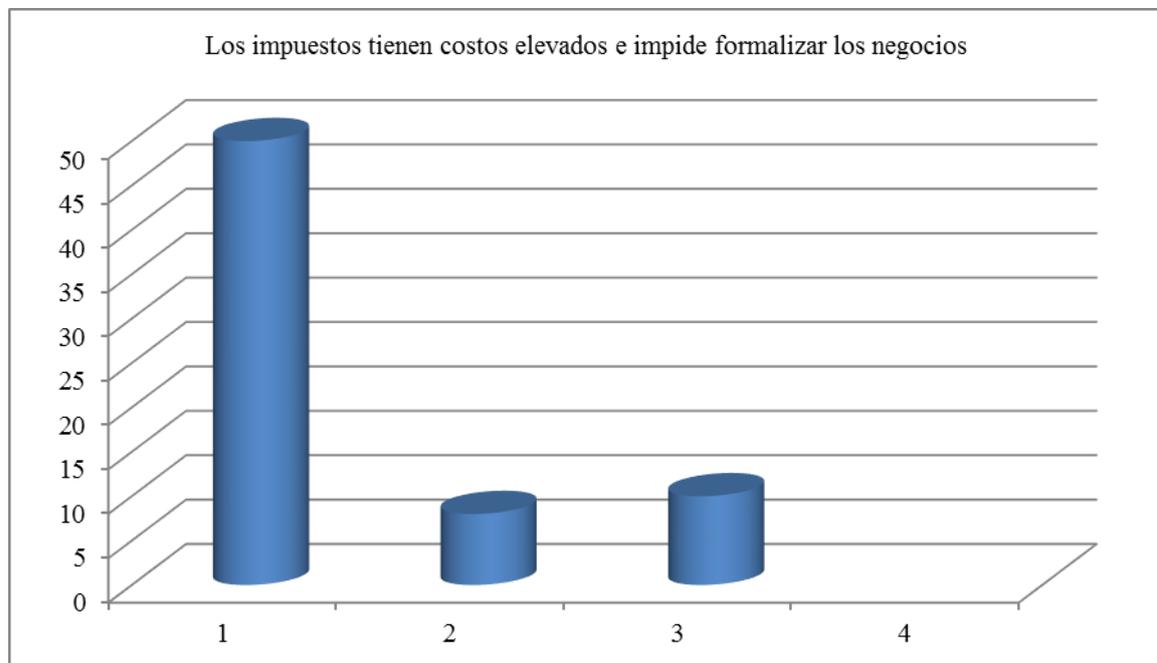
En la Tabla 27 y Figura 26, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 93% indican que “Casi Siempre” Los comerciantes prefieren tener resultados a corto plazo que a largo plazo, para satisfacer sus necesidades básicas, el 7% considera que “Siempre” los comerciantes prefieren tener resultados a corto plazo que a largo plazo, con el propósito de satisfacer las necesidades básicas

Tabla 28: *Los impuestos tienen costos elevados e impide formalizar los negocios.*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	50	74%
Casi Nunca	8	12%
Siempre	10	15%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	68	100%

Fuente: Datos de la encuesta

Figura 27:



Fuente: Datos de la encuesta

En la Tabla 28 y Figura 27, observamos que del 100% de los comerciantes encuestados, el 74% mencionan que “Nunca” los impuestos tienen costos elevados por lo tanto no impide formalizar un negocio, el 12% Casi Nunca y el 15% considera que “Siempre” Los impuestos tienen costos elevados e impide formalizar los negocios.

IV. DISCUSION

La investigación tuvo como fin evaluar la informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018. Los objetivos específicos que se han propuesto fueron: Determinar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande, analizar la política tributaria de los comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande y identificar el nivel económico de los comerciantes del Mercado de abastos de la Ciudad de Bagua Grande.

Los resultados de esta investigación nos permiten constatar que los comerciantes del Mercado de abastos de la Ciudad de Bagua Grande, actúan desde la informalidad y la cultura tributaria está en relación a los siguientes resultados: los comerciantes nunca son conscientes con el cumplimiento de las normas y responsabilidades tributarias (53%), perciben que los tributos recaudados casi nunca los benefician o revierten en su favor (74%); los servicios públicos nunca funcionan bien ni satisfacen a los contribuyentes (53%); los equipos e instalaciones de la Municipalidad nunca funcionan correctamente (56%); los comerciantes casi nunca cumplen con pagar puntualmente los impuestos (86%); nunca los motivan o se encuentran motivados para realizar el pago de los impuestos (88%); pagan sus tributos a pesar que los demás no lo hacen (85%) y nunca los servicios públicos están satisfaciendo plenamente las necesidades básicas de la sociedad (85%).

Estos resultados tienen relación con la investigación realizada por Cárdenas (2014), donde manifiestan que la cultura tributaria es tener conciencia y estar informado sobre tributación; relaciona la evasión tributaria con las sanciones por no cumplir sus obligaciones tributarias; los impuestos son para beneficiar al país, los contribuyentes indican que las causas de incumplimiento de las responsabilidades tributarias es por falta de desconocimiento, descuido, falta de tiempo, y no se informan a través de los medios de comunicación.

Con respecto a la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado de abastos de la Ciudad de Bagua Grande está en relación con la educación cívica y tributaria que

tiene y los resultados nos indican lo siguiente: considerando que no reciben capacitación, señalan que siempre deberían impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes (85%), nunca se educa en la escuela sobre tributación o cumplimiento de obligaciones tributarias o pago de impuestos (85%), siempre pagar impuestos es reflejo de honradez (85%); la difusión tributaria a través de los festivales y concursos, casi nunca, es una estrategia adecuada para tributar (88%); cuando la administración municipal realizan acciones que promuevan la tributación, casi siempre, perciben que están cerca de los comerciantes (82%); enseñar a tomar conciencia para el cumplimiento de pagar de los tributos casi siempre es posible (85%) y siempre la educación tributaria genera conciencia tributaria.

Estos resultados tienen relación con la investigación realizada por Delgado (2015), consideró que es importante la implementación de los programas de educación tributaria como: talleres de orientación, seminarios de formación y capacitación, campañas de sensibilización; como una estrategia con el propósito de disminuir los niveles de incumplimiento del pago de sus tributos y de esta manera promover a tener conciencia y cultura tributaria, con el propósito de organizar y apoyar para que los contribuyentes cumplan de forma voluntaria con pagar las obligaciones tributarias y aumentar la recaudación tributaria.

Con respecto a la política tributaria de acuerdo a la percepción de los comerciantes del Mercado abastos de Bagua Grande, respecto a la informalidad tributaria y el conocimiento acerca de la misma, hace referencia a la afirmación de que en Bagua Grande solo el 0.6% de las empresas están formalizadas y el conocimiento sobre cultura tributaria es mínimo como se constata en los siguientes resultados haciendo referencia a la dimensión política: si los funcionarios municipales son honrados, los comerciantes se motivan para pagar los impuestos con mayor convencimiento (91%); si el dinero recaudado es usado para la realización de obras, los comerciantes cumplen con la obligación de pagar los impuestos (76%); una de las razones que no se paga los impuestos es por la alta corrupción que existe (85%); la municipalidad, nunca hace un correcto uso del dinero recaudado de los impuestos para la realización de las obras públicas (65%) la municipalidad nunca informa sobre el destino que le dan al dinero que se recoge de la cobranza de los impuestos (90%); en la

municipalidad nunca hay personal destinado a orientar y explicar a los contribuyentes (100%) y nunca existe comunicación escrita o charlas sobre los pasos que se tiene que seguir para cumplir con los compromisos tributarias en la municipalidad (100%).

Los resultados obtenidos tienen relación con la investigación realizada por González (0216) donde, determinó que los factores que originan la carencia de conciencia y cultura tributaria es el bajo nivel de conocimiento o desconocimiento sobre tributación, no están motivados para cumplir con el pago de **sus tributos**, exceso en el cobro de los impuestos, no le generan beneficio alguno y los gobernantes o autoridades están involucrados en corrupción.

V. *CONCLUSIONES – RECOMENDACIONES*

5.1 Conclusiones:

El crecimiento de la informalidad tributaria en los comerciantes del Centro de Abasto de la ciudad de Bagua Grande en estos últimos años se ha incrementado rápidamente, las diversas encuestas han corroborado este análisis. La informalidad se incrementa cuándo los comerciantes tienen conocimiento que la municipalidad no usa correctamente el dinero de los impuestos (65%), nunca informa del destino del dinero recaudado (90%), a pesar que realizan la rendición de cuentas sobre la recaudación (85%) no se refleja lo real, tampoco perciben que los orientan como contribuyentes (100%).

La cultura tributaria de los comerciantes del Mercado abastos es baja, el aspecto político, la situación económica inestable, entre otros aspectos como la corrupción hace que los contribuyentes dejen de lado sus deberes como ciudadanos de participar activamente con el Estado y prefieran actuar de manera informal, las encuestas reflejan el sentir de los contribuyentes, quienes son conscientes que nunca cumplen las normas tributarias (53%), una de las razones que atribuyen este comportamiento es porque consideran que los que los impuestos casi nunca invertirán en el beneficios para ellos (79%), ni el tributar nunca satisface al contribuyente (53%), casi nunca pagan a tiempos sus impuesto (84%) ni están motivados para hacerlo (88%).

La Educación Cívica, y una Gestión Municipal transparente y cercana al ciudadano, son acciones positivas que van a permitir tener un ambiente propicio para que los ciudadanos cumplan con sus responsabilidades tributarias y la informalidad disminuya. Los datos más relevantes indican que los comerciantes no han sido educados para pagar impuesto (85%), sin embargo, consideran que pagar impuestos es reflejo de honradez (85%), cuando la municipalidad fomenta la tributación los percibe cerca de ellos (82%), consideran que la educación cívica genera conciencia tributaria (100%), el enseñar genera conciencia de pago de impuesto (85%); además que la cultura tributaria se afianza en los comerciantes cuando los funcionarios son honrados (91%), el dinero recaudado

es usado íntegramente para las obras públicas (76%), no existe corrupción (85%).

5.2 Recomendaciones:

Se le invita a la Municipalidad de Utcubamba revisar y de ser necesario replantear sus métodos y estrategias para formalizar a los comerciantes del Mercado Modelo, así mismo dar prioridad y destinar recursos a las necesidades de infraestructura, salubridad y seguridad de los comerciantes, ya que es un centro donde gran parte de la población se reúne.

La Municipalidad de Utcubamba en interrelación con la SUNAT deben realizar capacitaciones para los comerciantes del Mercado Modelo, donde haga mención de temas importantes como la cultura tributaria, sistema tributario nacional y gestión empresarial donde se amplíe la visión de los comerciantes, y se muestre las oportunidades de crecimiento económico que poseen cuando pasan a ser negocios formales.

Las Municipalidades en coordinación con las entidades financieras deben organizar programas de formalización, cuyo incentivo es la obtención del crédito rápido e inicio de trámites de formalización donde se le facilite al comerciante cumplir con los requisitos necesarios, a fin de disminuir la informalidad y lograr el máximo índice de recaudación para el beneficio de la ciudad.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andaluz A (2017). La carga impositiva en Panamá como método de evasión fiscal de las Empresas Ecuatorianas. (Proyecto de Investigación). Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26565/1/T4135i.pdf>
- Andrade, E., y Gálvez, T. (2015). Informalidad laboral: conceptos y mediciones. Taller de Coyuntura. Departamento de Estudios.
- Banchon, E. F. (2016). Evaluación de conflictos tributarios en negocios informales de Primavera 1, Cantón Durán. (Tesis de Contador Público Autorizado). Universidad De Guayaquil. Guayaquil – Ecuador.
- Bonilla E (2014).Revista Ciudades, Estados y Política 1 (1):21-35.Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/42587/1/44456-210040-1-SM.pdf>
- Bravo, K. G., y Villavicencio, V. M. (2016). Informalidad de la cultura tributaria y su incidencia en el pago de impuestos de las pequeñas industrias arroceras del sector Yaguachi – Jujan. Periodo 2013 – 2014. (Tesis Ingenieros en Contaduría Pública y Auditoría). Universidad Estatal De Milagro. Milagro – Ecuador.
- Bustamante, J. (2016). Factores que influyen en el comercio informal de ropa en el Mercado Modelo de la Ciudad de Chiclayo. (Tesis de Pre grado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Cárdenas, L. (2012).La cultura Tributaria en un grupo de Actividad Económica Informal en la provincia de Pichincha. (Tesis de Maestría) Universidad Politécnica Salesiana. Quito Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>
- Chuquillanqui, B. (2012). Análisis de la informalidad y la evasión tributaria en las MYPES. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo. Recuperado de:<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1616/TESIS%20%285%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Durán R. L. (2007). Los Deberes de Colaboración Tributaria: un Enfoque Constitucional. Revista Vectigalia.

- Hernández y De La Roca (2006). *Economía y Sociedad* 62, CIES http://www.cies.org.pe/sites/default/files/files/otros/economiasociedad/09_hernandez.pdf.
- Hilasaca, O. D., y Palacios, M. C. (2018). *La cultura tributaria y el nacimiento de la informalidad. I Jornada De Investigación 2018. Universidad San Martín de Porres. Lima - Perú.*
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2016). *Producción y empleo informal en el Perú. Cuenta satélite de la economía informal 2007-2015.*
- Katicita. (2011). *¿Qué es política tributaria?* Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de; <http://katiru2503.blogspot.pe/2013/10/politica-tributaria-definicion.html>.
- Lizana, N. y Rodas, L. (2014). *Implicancias tributarias de la informalidad de los comerciantes del Mercado Moshoqueque, para mejorar la recaudación en el distrito de José Leonardo Ortiz. (Tesis de Pre grado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.*
- Loayza N (2007). *Causas y Consecuencias de la Informalidad en el Perú. Banco Central de Reserva del Perú. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf>*
- López, A. (2017). *Análisis de las características generales del sector informal en Ecuador – Segmento pequeños comercios. (Tesis de Maestría). Universidad de Posgrado Internacional Líder en Ciencias Sociales.*
- Malpica, C. (2014). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria - Asamblea General del CIAT N° 42, Guatemala. 2008 - Serie Temática Tributaria N° 15 Setiembre 2011 asistencia al Contribuyente.*
- Martínez, E. (2012). *Factores que conducen a la informalidad, los costos de la informalidad y Características del sector informal.*
- Mavares, K. (2010). *Educación tributaria y desarrollo profesional en las escuelas arquidiocesanas. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/968/2333>*
- Morales, F. (2016). *Teoría económica aplicable a la tributación. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/franciscoruiz/2013/06/08/teor-a-econ-mica-aplicable-a-la-tributacion/>*

- Moreno, C. (2012). Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: Análisis. Recuperado el 9 de Mayo de 2015, de La importancia de ser formal:
http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut104/index.htm
- Rabanal, M. (2018). La Informalidad y su Incidencia en la Evasión Tributaria de los Comerciantes del Mercado de Caquetá del año 2017. (Tesis de grado de bachiller en ciencias contables y financieras). Universidad Peruana De Las Américas. Lima – Perú
- Revista Economía y Sociedad 62, CIES (2016). Evasión tributaria e informalidad en el Perú. Disponible, en: Revista Enciclopédica Tributaria Opciones Legales - Fiscales (2014). Personas físicas 2014 actividad empresarial ¿cómo tributar? régimen de incorporación fiscal. México.
- Superintendencia de Administración Tributaria - SAT. (2016). Estrategias para la formación de la cultura tributaria. Guatemala.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, (2016). Cultura Tributaria Aduanera.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. Que entiende por Tributo.
- Torres, M. S. (2018), Informalidad y evasión tributaria en los comerciantes del mercado N° 1 del distrito de Pichanaki – Año 2016. (Tesis de Contador Público). Universidad Peruana Los Andes. Huancayo – Perú.
- Valero, T. y Ramírez, M. (2009). La cultura tributaria. Venezuela: Editorial Daena.
- Vargas, O. (2015). Evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Mayorista del Distrito de Trujillo – Año 2013. (Tesis de Pre grado). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo.
- Ynfante, E. A. (2018). Nivel de cultura tributaria y su influencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Central de Morropon en el periodo 2017 – 2018. (Tesis de Contador Público). Universidad Cesar Vallejo. Piura – Perú.

VII. ANEXOS:

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL
¿Cuáles es la informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018?	<p>Ho: La informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018, es alta.</p> <p>H1: La informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018, es baja.</p>	<p>Evaluar la informalidad tributaria en el mercado de Abastos de la Ciudad de Bagua Grande – 2018</p>	<p>Determinar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande.</p> <p>Analizar la política tributaria de los comerciantes del mercado de abastos de la ciudad de Bagua Grande</p> <p>Identificar el nivel económico de los comerciantes del Mercado de abastos de la Ciudad de Bagua Grande.</p>	<p>Informalidad</p>	<p>“La informalidad constituye en un hecho complejo y complicado que genera un desequilibrio socioeconómico en dónde los principales actores sociales como empresas, microempresas, trabajadores y otros, son excluidos de los beneficios tributarios, financieros y excluidos del empleo y salud” (Chuquillanqui, 2012).</p>

ANEXO 02: ENCUESTA

Cuestionario sobre Informalidad Tributaria. Se presentan proposiciones con cuatro (4) opciones para elegir según su conocimiento y percepción

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. Siempre
4. Casi Siempre

Por favor leer con detenimiento cada proposición y marcar con una equis (X) la que considere la correcta o considere que es su punto de vista. Agradecemos responder todas las proposiciones.

No existen respuestas buenas o malas.

1. ¿Se encuentra afiliado al RUC “Registro Único de Contribuyente”?

a). Si b).No

N°	Pregunta	1	2	3	4
2	Emite Ud, Comprobantes de pago de manera voluntaria				
3	Cumple con declarar sus tributos dentro del plazo Fijado				
4	Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen				
5	Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para ser negocios formales.				
6	Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes				
7	En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos				
8	Pagar impuestos es reflejo de honradez				
9	La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria				
10	Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos				
11	La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado				
12	Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación				
13	La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos				
14	Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos				
15	Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente				
16	Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente				
17	La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras publicas				
18	Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos				
19	Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados				
20	Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población				
21	La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras publicas				
22	En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes				
23	Los servicios públicos que se reciben son porque la gente pagan sus impuestos				
24	Los negocios informales, permiten obtener mayores beneficios económicos a corto plazo que los negocios formales				

25	Los negocios informales satisfacen las necesidades básicas de alimentación , salud y vivienda de las familias				
26	Los comerciantes prefieren tener resultados a corto plazo que a largo plazo, para satisfacer sus necesidades básicas				
27	Los impuestos tienen costos elevados e impide formalizar los negocios				

ANEXO 03: FOTOGRAFIAS
MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE



MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE



MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE



