

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE
APURIMAC**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**



**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA
INFORMALIDAD DEL COMERCIO AMBULATORIO EN EL CENTRO
POBLADO DE LAS AMÉRICAS ABANCAY – 2014”**

TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE

Licenciado en Administración de Empresas.

PRESENTADO POR:

BACH. ADM: GABRIEL HUIHUA CHIPANA

APURÍMAC - PERÚ

2018

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE
APURÍMAC**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA
INFORMALIDAD DEL COMERCIO AMBULATORIO EN EL
CENTRO POBLADO DE LAS AMÉRICAS ABANCAY – 2014”**

Candidato/a : Gabriel Huihua Chipana

Asesor : Ing. Gregorio Gauna Chino

Presidente de jurado : Mg. Mauro Huayapa Huaynacho

Primer jurado/a : Mg. Julián Ore Leiva

Segundo jurado/a : Lic. Adm. Arturo Nicanor Suarez Orellana

Accesitaria : Lic. Adm. Marina Vilca Cáceres

Abancay- Abril del 2018



**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA
INFORMALIDAD DEL COMERCIO AMBULATORIO EN EL
CENTRO POBLADO DE LAS AMÉRICAS ABANCAY – 2014”**



DEDICATORIA

A:

Mi colegio Simón Bolívar por los inolvidables momentos, del cual llevo el recuerdo más puro y nostálgico de mi vida, y todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Lorenzo y María por darme la vida, del mismo modo a mis hermanos (Julián, Marleni, flor, Yuliza, Angélica, Franklin, Alberto y Zulma).

A la memoria de Mariano Huihua Calluchi, quien por injusticia del poder, dio su temprana partida dejando un vacío de liderazgo en su amado pueblo, y de todo corazón al prodigioso pueblo de SAÑAYCA, mi tierra.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por darme la vida y por estar conmigo en cada paso que doy, para fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a todas aquellas personas de buen corazón.

A los docente de la facultad de administración por haber impartido en mí sus conocimientos y fortalecido mis capacidades para ser profesional al servicio de la Región y los buenos consejos que me dieron.

Gracias al Dr. Wilson Mollocondor Flores por su apoyo, paciencia y sabiduría al haber impartido en mí sus conocimientos.

Gracias a todas las personas que me apoyaron, económicamente a mis hermanos y demás familiares por sus buenos consejos, que gracias a ellos me supe enrumbar y lograr mis sueños.

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dr. LEONARDO ADOLFO PRADO CARDENAS.

RECTOR

Dr. ROLANDO RAMOS OBREGÓN

VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. IRIS EUFEMIA PAREDES GONZALES

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN:

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

AUTORIDADES DE LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Mg. MAURO HUAYAPA HUAYNACHO.

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN:

Dr. VICTOR CARMELINO VARGAS GODOY.

**DIRECTOR DE LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

Mg. SILVIA SOLEDAD LÓPEZ IBAÑEZ

DIRECTORA DE DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

CONFORMIDAD DE TISIS

El suscrito Ing. GREGORIO GAUNA CHINO Docente Adscrito de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Asesor del proyecto de investigación científica y tesis Universitaria (informe final) intitulado “CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA INFORMALIDAD DEL COMERCIO AMBULATORIO EN EL CENTRO POBLADO DE LAS AMÉRICAS ABANCAY -2014”, presentado por el Bachiller GABRIEL HUIHUA CHIPANA, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, el mismo que ha sido desarrollado en el Marco y exigencia de la metodología de investigación científica (forma y fondo) así como se acoge con los requerimientos de contenido estructural y de Procedimientos estipulados en el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Micaela bastidas de Apurímac y Plan Curricular de la Escuela Académico Profesional de Administración de la facultad de Administración.

Por lo anteriormente sustentado y en mi condición de Asesor, ante las autoridades y Jurado de evaluación, sustentación y defensa de tesis doy la CONFORMIDAD pertinente para los procedimientos académicos y administrativos que amerite para obtener el título profesional.

Abancay 10 de Mayo de 2018


.....
ING. GREGORIO CHINO GAUNA
ASESOR

CONSTANCIA DE CORRECCIÓN DE ESTILO

Quien suscribe, Licenciado en Educación con especialidad en Lengua y Literatura.

HACE CONSTAR

Que el texto de informe final de tesis titulada “**CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA INFORMALIDAD DEL COMERCIO AMBULATORIO EN EL CENTRO POBLADO DE LAS AMÉRICAS ABANCAY – 2014**”, presentado por el bachiller en ciencias administrativas **GABRIEL HUIHUA CHIPANA**, fue revisado por el suscrito, habiendo corregido la parte formal, estructural y gramatical por tanto esta expedito para su impresión final.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para fines que estime conveniente

Abancay 22 de enero del 2018.

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS
DE APURÍMAC


Lic. Héctor Marcilla Garay
DOCENTE

JURADOS

Presidente de jurado/a

:

Universidad Nacional Micaela Bastidas
de Apurímac

Mg. Mauro Huayapa Huaynacho
DOCENTE PRINCIPAL T.C.

Mg. Mauro Huayapa Huaynacho

Primer jurado

:

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
FACULTAD DE ADMINISTRACION
E.A.P.A.E.


Mg. Julián Ore Leiva
DOCENTE

Mg. Julián Ore Leiva

Segundo jurado/a

:

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
Facultad de Administración
Escuela Académica Profesional de Administración de Empresas

Lic. Adm. Arturo Nicanor Suarez Orellana
Docente Ordinario
M.A. T.C. P.

Lic. Adm. Arturo Nicanor Suarez Orellana

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



89

Quince (15). Finalmente el jurado evaluador y sustentación de tesis comunicó que deben tenerse las observaciones de forma y fondo advertidas en el presente acto.
Con lo que concluye el acto académico siendo los tres horas con veinte minutos del día y fecha presente o former los presentes.

Universidad Nacional Micaela Bastidas
Apurímac
Mg. Arturo Huayapuro Huaynacho
DOCENTE PRINCIPAL "C"
presidente de jurado.

Dr. Adm. José Pacheco Córdova
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
PROFESOR TITULAR

Victor Manuel Góñez
2do Miembro

Rosvel Ugarte Ascar
46295436

Denisse Serrano Tapia
42426719

Acta de Sustentación y Defensa de Tesis del Bachiller Pinto Huilma Chirpana en el concurso de la facultad de administración, sitado en la ciudad Universitaria de Tamboro de la Universidad Abancay Micaela Bastidas de Apurímac, siendo las Diecisiete horas del día. Veinti cuatro de julio del Dos mil Quince. Se reúnen los miembros de jurado evaluador de la tesis titulado "Cultura Tributaria y su Influencia en la Informalidad del Comercio Ambulante en el Centro Poblado de los Amigos Abancay 2014" al Bachiller referido anteriormente, Presidido por el Mg. Mauro Huayapuro Huaynacho, Mg. Julian Ore Leiva primer miembro y Lic. Adm. Arturo Arceana Serrano Orellana segundo miembro, en el propósito de dar cumplimiento al numerando Vuelto N° 068-2015-D-EAPA-FA-UNAMBA-Ab del 22 de julio del presente año con el que se comunica la fecha y hora de la sustentación y defensa de la tesis, presentado por el bachiller Pinto Huilma Chirpana, el cual fue aprobado con Resolución Decanal N° 015-2015-D-FA-UNAMBA y Resolución Decanal N° 032-2015-D-FA-UNAMBA. de julio. 23 de enero del 2015



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

y con Dictamen N° 008-2015-JEST-EAPAE/FA-UNAMBA, de fecha diecisiete de julio del 2015. Se da apertura al evento académico con la sustentación de Tesis por parte del aspirante al título profesional de Licenciada de Administración de Empresas, en estricto cumplimiento y procesos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos - UNAMBA, se le otorga Veinti cinco minutos de defensa y treinta minutos para la defensa a los interrogantes formulados por parte de los Jurados al aspirante.

Seguidamente se da lectura a las conclusiones y recomendaciones emanados por el Jurado evaluador, así mismo de de la rueda de preguntas y replicas sobre el tema de investigación donde participaran los tres miembros de jurado. Posteriormente el presidente de Jurado solicita a los asistentes y aspirante a que se retiren del aula para que puedan deliberar en forma privada, culminándose con la siguiente determinación aprobada por unanimidad con el calificativo de Catorce (14). Finalmente el jurado evaluador, sustentación de Tesis comienza que debe levantar las observaciones de forma y fondo advertidas en el presente acto.

Con lo que se concluye el acto académico dando los Dieciocho con cincuenta minutos del día y fecha procediendo a firmar los miembros de Jurado y el sustentante.

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Mg. *[Signature]*
DOCENTE PRINCIPAL TE

Mg. *[Signature]*

EL SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA
BASTIDAS DE APURIMAC

CERTIFICA

Que el presente documento es copia fiel del original que se encuentra en los archivos de esta institución y que se realizó en esta fecha y lugar.

08 JULIO 2016

Abel Ángel Encinas Ordoñez
SECRETARIO GENERAL

Otro SI: En cumplimiento a la Resolución N° 8, de fecha Veintidos de Enero del diecisiete, se dispone Cambio de Nombre de Pila: Decia: Pinto Huilhua Chipana Debe decir, GABRIEL (Pinto) Huilhua Ché para: Gabriel Huilhua Chipana, Tambuco caso de Agosto del 2017.



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



127

tes para el levantamiento de observaciones y empastado final de tesis.
Se da por concluido el presente acto académico siendo las 17:30 horas del mismo
día y en señal de conformidad firman los presentes.

Elizabeth Fuentes Yauri
DNI: 46840883

Zaida Kogoly Astete Guiso
DNI: 73184427

UNAMBA - FA - EAPA

Dra. Roberto LeValer Montezinos
DOCENTE

Dra. Marina Vilca Cáceres
CLAD - 02193
DOCENTE

Dr. Roger Anibal Luciani
DOCENTE

Adenda de Acta de sustentación y defensa de Tesis del Bachiller Pinto Huihua
Chipana y observancia a Resolución Rectoral N° 203-2017-UNAMBA del 10/mayo/2017

En la E.A.P. Administración, situado en la Ciudad Universitaria de Tamburco de la Universidad Nacional
Micaela Bastidas de Apurímac, el día dieciséis de octubre del dos mil diecisiete, a horas once de la mañana,
se reúnen el Dr. Víctor C. Vargas Godoy, Director de la EAP-Administración y el Bachiller Gabriel Huihua
Chipana con DNI N° 75827574 con la finalidad de dar cumplimiento a la Resolución Rectoral N° 203-2017-UNAMBA
de fecha 10/mayo/2017. Acta Adenda que se detalla a continuación:

Primero: Con fecha veinticuatro de julio del dos mil quince el Bachiller Pinto Huihua Chipana ha sustentado el in-
forme final de tesis titulado "Cultum tributaria y su influencia en la informalidad del Comercio ambulante -
en el Centro Poblado de Las Américas - Abancay 2014". Aprobando ante los miembros del jurado de evaluación y
sustentación de Tesis según consta en el Acta de sustentación de tesis de la EAPA. folios 89-90.

Segundo: Dentro del marco de la autonomía universitaria con Resolución Rectoral N° 202-2017-UNAMBA, resuelve --
aprobar la solicitud de cambio de nombre consignado como PINTO por el nombre de GABRIEL, debiendo decir en
ADELANTE GABRIEL HUIHUA CHIPANA en todos los documentos existentes habidos y por haber en la UNAMBA,
tomando en consideración la Resolución N° 08-2017- de fecha 23/01/2017 y Resolución N° 09-2017 de fecha 31/01/17
emitido por el Juzgado Mixto - Sede Challhuanca - Ayacucho - Apurímac.

Tercero: En estricto cumplimiento de la Resolución Rectoral N° 203-2017-UNAMBA del 10/mayo/2017 de la E.A.P. Administración cambia el nombre y reconoce como: GABRIEL HUIHUA CHIPANA al Bachiller
el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, concluyéndose el presente documento
once y treinta y firman los presentes en señal de conformidad.

DNI: 45877576

Victor C. Vargas Godoy
DIRECTOR (a)

EL SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA
BASTIDAS DE APURIMAC
DIRECCIÓN

CERTIFICA

Es copia fiel del original que con un
foja se remite en caso necesario.

Abancay 06 MAYO 2018

Abog. Frank Melinas Ordegoza
SECRETARIO GENERAL



INDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	8
MARCO REFERENCIAL	8
1.1. Antecedentes	8
1.1.1 Antecedentes de la Investigación	8
1.2 Cultura tributaria	14
1.2.1 El cumplimiento tributario voluntario.....	19
1.2.1.1. Percepciones del ciudadano	21
1.2.1.2 Conciencia tributaria	23
1.2.1.3 ¿Qué es lo que interviene en el cumplimiento tributario?	25
1.2.1.4 Teoría de la Disuasión según Allingham y Sadmo.....	27
1.2.2 Moral Tributaria.....	28
1.2.2.1 Ética del contribuyente	29
1.2.2.2 Ética de la administración tributaria.....	30
1.2.3 Actitudes frente al deber de contribuir.....	31
1.2.3.1 El homo economicus	31
1.2.3.2 El contribuyente chalanero.	32
1.2.3.3 El contribuyente malhumorado	32
1.2.4 Importancia de la Cultura Tributaria.	32
1.3 Informalidad.....	33
1.3.1 Grado de informalidad en el Perú.....	36
1.3.2 Diferentes escuelas de pensamiento.....	39
1.3.3 El comercio informal y el uso del espacio público.	42
1.3.3.1 Espacio público y legitimación	43
1.3.4 Teoría de campos y hábitos.....	45
1.3.4.1 Campos, interacción y subjetivización.....	45
1.3.4.2 Hábitos, conciencia interna y externa.....	47
1.3.5 Enfoques de informalidad	48
1.3.6 Actuar al margen de la ley fiscal	49
1.3.7 Pago de impuestos	50
1.3.7.1 Teoría de Eheberg.	53
1.3.7.2 Teoría de la Tributación según David Ricardo.....	54
1.3.8 Comercio Ambulatorio.....	55
1.4 Marco conceptual	58
CAPITULO II	60
HIPOTESIS Y VARIABLES	60
2.1 Formulación de hipótesis	60
2.1.1 Hipótesis general	60
2.1.2 Hipótesis específica	60
2.2 Variable y definición operacional de variables.....	61
CAPITULO III.....	62
METODOLOGIA	62
3.1 Tipo y nivel de investigación	62
3.1.1 Tipo de investigación	62
3.1.2 Nivel de investigación	62
3.2 Método y diseño de la investigación.....	62
3.2.1 Método de investigación	62
3.2.2 Diseño de investigación.....	63
3.3 Población y muestra	64
3.3.1 Población	64
3.3.1.1 Características y delimitación	64
3.3.2 Muestra.....	64
3.3.1.2 Técnicas de muestreo: probabilístico no probabilístico	64
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	65
3.4.1 Técnica	66

3.4.1.1 Encuesta	66
3.4.2 Instrumento	66
3.4.2.1 Cuestionario	66
3.4.3 Escala de Likert	66
3.5 Procesamiento y análisis de datos	67
CAPITULO IV	68
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	68
4.1 Resultados	68
4.1.1 Análisis situacional de la cultura tributaria y la informalidad del comercio.	68
4.2 Discusión	80
4.3 Contrastación de hipótesis.....	83
CAPITULO V.....	96
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
5.1 Conclusiones	96
5.2 Recomendaciones	97
BIBLIOGRAFÍA.....	99
Lincografía.....	102
ANEXOS	103

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	38
Perú: unidades productivas por sector "formal" e informal 2012.....	38
Tabla 2.....	52
Problema del bien común con dos personas y dos opciones.....	52
Tabla 3:	68
Comerciantes por cumplimiento tributario voluntario en el Centro Poblado de las Americas	68
Tabla 4:	71
Comerciantes por moral tributaria en el Centro Poblado las Américas.....	71
Tabla 5:	73
Comerciantes por actitudes frente al deber de contribuir en el CentroPoblado de las Americas	73
Tabla 6:	75
Comerciantes por actuar al margen de la ley en el Centro Poblado las Américas	76
Tabla 7:	77
Comerciantes por recaudación de impuestos en el Centro Poblado las Américas.....	77
Tabla 8:	79
Comerciantes por informalidad comercio ambulatorio en el CentroPoblado de las Americas	80
Tabla 9:	83
Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.....	83
Tabla 10:	85
Prueba de Chi-Cuadrada de Pearson Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.....	85
Tabla 11:	86
Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.	86
Tabla 12:	88
Prueba de Chi-Cuadrada de Pearson Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.....	88
Tabla 13:	89
Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.	89
Tabla 14:	91
Pruebas de chi-cuadrado de Pearson Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.....	91
Tabla 15:	92
Actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.....	92
Tabla 16:	95
Pruebas de chi-cuadrado de Pearson de las actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.	95

INDICE DE FIGURAS

Figura 1, círculo virtuoso de la tributación.	17
Figura 2, Distribución de regiones según el grado de conciencia tributaria.....	25
Figura 3, Condiciones del cumplimiento tributario.....	26
Figura 4, Perú: Unidades productivas no agropecuarias.	37
Figura 5, Perú: unidades productivas del sector formal e informal.....	38
Figura 6, Perú: unidades productivas no agropecuarias de los hogares, sin local, según lugar donde se desempeña el negocio, 2012.	57
Figura 7, Perú: unidades productivas no agropecuarias de los hogares, con local, según lugar donde se desempeña el negocio, 2012.	58
Figura 8, Variables, dimensiones e indicadores.	61
Figura 9, Cumplimiento tributario voluntario.....	69
Figura 10, Moral tributaria.....	71
Figura 11, Actitudes frente al deber de contribuir.	73
Figura 12, Actuar al margen de la ley.....	75
Figura 13, Recaudación de impuestos.	77
Figura 14, Informalidad del Comercio ambulatorio.....	79
Figura 15, Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.....	83
Figura 16, Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.....	85
Figura 17, Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.....	86
Figura 18, Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.....	88
Figura 19, Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.....	89
Figura 20, Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.....	91
Figura 21, Actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.....	92
Figura 22, Actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.....	95

RESUMEN

La tesis “Cultura tributaria y su influencia en la informalidad del comercio ambulatorio en el mercado de las Américas Abancay - 2014”, es un estudio que se realizó para conocer las opiniones de los Comerciantes Ambulantes del Centro Poblado de las Américas, en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias; Un estudio que se realizó en base a la información obtenida de la percepción de los comerciantes ambulantes sobre, la cultura tributaria y la informalidad del comercio ambulatorio, cuyo objetivo fundamental es determinar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas de Abancay – 2014, que según la contrastación de hipótesis indica que el valor “sig. Asintot” es 0,006 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que **“La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas Abancay - 2014”**, razón por la que la Hipótesis general se acepta. Llegando a la conclusión de que la cultura tributaria tiene una influencia significativa en la informalidad del comercio ambulatorio.

La contribución principal del presente trabajo de tesis, es proponer que se debe de promover la implementación de nuevos Programas en Educación Tributaria, por parte de SUNAT, debido a que la SUNAT no divulga, educa ni promociona la Cultura Tributaria como debe ser y de esta manera disminuir la brecha entre la formalización y cumplimiento óptimo. Metodológicamente de acuerdo al criterio propósito corresponde al tipo aplicado, porque tiene propósitos prácticos se investiga para transformar o producir cambios en un sector de la realidad y desarrollado a nivel explicativo de dos variables con el objetivo central de terminar la influencia del fenómeno.

ABSTRAC

The thesis "tax culture and its influence on the informality of street vendors in the market the Americas Abancay - 2014" is a study that was conducted to know the opinions of street vendors town center the Americas, in fulfilling their obligations tax. It is a study that was conducted based on information obtained from the perception of street traders on the tax culture and informality of street trading the fundamental purpose is to determine the influence of the tax culture in the informal sector of street vendors in the center Abancay populated the Americas - 2014, for himself propose a restructuring of tax policy in terms of awareness of these actors. The main contribution is to propose that should promote the implementation of new Tax Education Programs by SUNAT, because the SUNAT no reports, educates or endorse the Tax Culture as it should be, and thus narrow the gap between the optimal compliance and real. Methodologically according to the purpose criterion applied corresponds to the type, because it has practical purposes it is investigated to transform or produce changes in one sector of reality and developed two-level explanatory variables with the central goal of ending the influence of the phenomenon.

INTRODUCCION

La presente tesis es una investigación que tiene por objetivo determinar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio del mercado de Las Américas, Los datos del presente trabajo se obtuvieron de: Los comerciantes ambulantes del Centro Poblado las Américas de la Provincia de Abancay, la tesis de investigación plantea como problema general ¿De qué manera la cultura tributaria influye en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014?, y como problemas específicos se plantearon ¿Cómo es el cumplimiento voluntario incide en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas - Abancay 2014? ¿En qué medida la moral tributaria influye en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas - Abancay 2014? ¿En qué medida las actitudes frente al deber de contribuir influyen en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas - Abancay 2014?

El propósito de la investigación fue determinar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014, así como también los propósitos u objetivos específicos, planteados fueron los siguientes: comprobar si el cumplimiento voluntario influye en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014, determinar en qué medida la moral tributaria interviene en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado las Américas - Abancay 2014 y determinar cómo las actitudes frente al deber de contribuir inciden en la informalidad del comercio ambulatorio, en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014?. Las fuentes bibliográficas provienen de años de investigación en especial de libros como la de Hernando de Soto en su obra “El Otro Sendero” e investigaciones hechas a nivel internacional, nacional y local. La bibliografía fue contrastada

con la realidad de nuestra localidad en cuanto a la problemática que atraviesan los comerciantes ambulantes.

Este trabajo de investigación presenta los siguientes capítulos:

En el Capítulo I, se encuentra el Marco Referencial, contenidas por los antecedentes de la investigación y el marco teórico, dichos antecedentes son de las investigaciones realizadas con anterioridad tales como:

Análisis de la evasión fiscal del impuesto nacional sobre renta en Colombia, en los últimos cinco años – 2005, monografía elaborado por: Sergio Alexander Echevarría Vahos; Sandra Milena Martínez Cardona; Sergio Sánchez Castrillón y Mónica Yasmid Taborda Hoyos, que tiene como objetivo analizar lo referente a la evasión y elución tributaria desde sus causas y consecuencias y el análisis del control del estado; Así como la investigación hecha por Gonzales Catalán Mónica Mercedes, sobre los factores que inciden en la consolidación del comercio informal en vía pública, el caso de la feria de los cachureos de la Av. Argentina en Valparaíso” investigación realizada en el año 2012, que tiene como objetivo, realizar una descripción de los factores fundamentales que han mantenido a este grupo social inmerso en un espacio físico de la ciudad de Valparaíso y la tesis “La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011” tesis presentado por el Bach. Deybi Jonathan Quispe Cañi. Del mismo modo a nivel local se tiene la investigación denominada, “La evasión del impuesto a la renta en las empresas del sector abarrotes al por mayor en el distrito de Abancay – 2010”. Tesis presentada por la Bachiller Ríos Juárez, Yulisa, en el año 2011. Además de ello este capítulo se abordan los aspectos teóricos relacionados a la discusión de la cultura tributaria y la informalidad del comercio ambulatorio con enfoque como el Centro Interamericano de Administración Tributaria (CIAT), la organización internacional del

trabajo (OIT), el Programa Regional para la recuperación del empleo en América Latina y el Caribe (PRELAC).

Como también la teoría de “Los campus y hábitos” planteado por las escuelas de pensamiento como: La escuela marxista; la neo marxista y la neo clásica.

En el capítulo II, se aborda la hipótesis y variables de investigación teniendo como hipótesis general, La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014. Así como también las hipótesis específicas que son las que a continuación mostramos: H.E.1. El cumplimiento voluntario influye determinantemente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas – Abancay 2014, H.E.2; La moral tributaria influye en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.H.E.3; Si las actitudes frente al deber de contribuir fueran negativa entonces mayor será la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

El capítulo III, contiene todo lo referente a la metodología utilizada para esta investigación, teniendo como tipo de investigación aplicada, cuyo propósito es transformar o producir cambios en un sector de la realidad. Y de nivel explicativo porque va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Así mismo la investigación es hecha utilizando el método deductivo, porque parte de lo general a lo específico en los hechos o fenómenos de la realidad, y empleándose el diseño no experimental, transeccional/ correlacional - causal. Además de ello esta investigación se realizó, con una población de 969, personas dedicados al comercio ambulatorio como, unidades económicas; obteniendo una muestra para la presente investigación de 121

comerciantes, esto según obtenido con el muestreo probabilístico aleatorio simple. Para la recolección de información se utilizó la técnica de encuesta con instrumento cuestionario en el trabajo de campo.

En el capítulo IV, se aborda los resultados y la discusión de nuestra investigación, así como también la contrastación de las hipótesis planteadas en esta investigación.

En la hipótesis general tenemos que el valor “sig. Asintot” es 0,006 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay - 2014” razón por la que, la hipótesis general se acepta.

Del mismo modo en la H.E.1. se tiene que el valor “sig. Asintot” es 0,002 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “El cumplimiento voluntario tributario influye determinadamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis específica H1 se acepta. y en la H.E.2. según el chi cuadrado de pearson se deduce como el valor “sig. Asintot” es 0,012 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “La moral tributaria influye en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis específica H2 se acepta. Así como también de la H.E.3. se tiene que el valor “sig. Asintot” es 0,002 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “Si las actitudes frente al deber de contribuir fueran negativas entonces mayor será la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis específica H3 se acepta.

En el capítulo V, se aborda las conclusiones al cual se ha llegado con la presente investigación que son: La cultura tributaria tiene una influencia determinante en la informalidad del comercio ambulatorio, esto debido a que los actores que son los ambulantes, tienen escasa cultura tributaria y ven a las entidades recaudadoras como en la que menos deberían de confiar, por los constantes actos de corrupción en el que se ven involucrados los funcionarios públicos.

El cumplimiento tributario voluntario tiene una influencia determinante en el actuar al margen de la ley en los comerciantes ambulantes del centro poblado de las Américas, debido a que las percepciones que tienen los ciudadanos del estado no son nada buenas, de allí que surge la “viveza criolla” así como la inconsciencia de los comerciantes ya que a el beneficio repercute en ellos con obras sociales

La moral tributaria incide en gran medida en las bajas recaudaciones de la SUNAT y la municipalidad, porque consideran a dichas entidades como alguien que no se interesa por ellos y en definitiva suelen decir: “para que pagar mis tributos si luego se lo van a robar...”, por esta desconfianza es que no se logra captar todos los ingresos de dicho sector de la población; pero no se dan cuenta de los servicios que brinda el estado como: serenazgo, luz, agua y obras que se hacen en beneficio de toda la población (contribuyentes y no contribuyentes).

Las actitudes negativas de los comerciantes ambulantes del Centro Poblado las Américas, influyen de manera considerable en el aumento de la informalidad del comercio ambulatorio, esto por las malas ideas que tienen de las entidades del estado, por ello, no logran recaudar todo lo esperado, donde se evidencia la evasión en el pago de sus obligaciones.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes

1.1.1 Antecedentes de la Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó como referencia a las siguientes investigaciones:

a) A nivel internacional

Los factores que inciden en la consolidación del comercio informal en vía pública, el caso de la feria de los cachureos de la Av. Argentina en Valparaíso” Investigación realizada en el año 2012, por González Catalán, Mónica Mercedes para optar al Grado de Licenciada en Sociología y Título Profesional de Socióloga, que tiene como objetivo, realizar una descripción de los factores fundamentales que han mantenido a este grupo social inmerso en un espacio físico de la ciudad de Valparaíso, Chile.

La presente investigación es de tipo exploratorio - descriptivo, con el método cualitativo, porque se enmarca por medio de la comprensión o interpretación de los significados intersubjetivos de la acción social. En concordancia con lo anterior, se determina que este estudio tiene un diseño de tipo cualitativo, proyectado y transversal.

El acceso al escenario de esta investigación fue relativamente sencillo, tratándose del comercio en la vía pública que está abierto a todas las personas y no hubo necesidad de pedir permisos para acceder a él, lo más complicado ha sido obtener entrevistas, con algunos actores importantes dentro del grupo investigado por desconfianza o timidez de ellos, o sea por características

personales más que otra cosa. Con los que si accedían a ser entrevistados se les demostró interés por su condición, se comprometió con ellos a mantenerlos en el anonimato, obsequiándoles un pequeño presente por su cooperación, lo que lograba satisfacer su cooperación con la investigación.

Para erradicar el desconocimiento inicial que se tenía de este grupo social y así, lograr pautas de entrevistas más asertivas, sobre las condiciones en las que se encontraban estos sujetos; se realizaron ocho entrevistas pilotos, la finalidad de éstas fue lograr de mejor forma el trabajo de campo, tanto en el ámbito de entrevistas con la cooperación del participante. Del mismo modo tenía como finalidad lograr los primeros acercamientos con los sujetos, hablando con ellos sobre la investigación que se pretendía realizar siendo de bastante ayuda; Los resultados obtenidos que están basados tanto en las entrevistas que se realizaron a comerciantes feriantes y al público involucrado, cómo las anotaciones de espacio social.

Hubo sujetos que tenían más conocimiento de sus condiciones de trabajo, en este caso, por lo que aportaban con más información, pero todos al final cooperaron con su visión y con sus vivencias dentro de la Feria de Cachureos de la Avenida Argentina en Valparaíso - Chile.

En conclusión, a todo lo anterior, los sujetos que desarrollan actividades comerciales en el Bandedjón Central de la Avenida Argentina, le dan ciertas características positivas al lugar, un espacio único donde pueden desarrollar su actividad comercial por cuyo uso están dispuestos a pagar.

Además, la tesis titulada “Ética y cultura tributaria de los contribuyentes del Centro Comercial Plaza de la ciudad de Valera - Venezuela”, cuya autora es

la Sra. Msc. en Administración de Empresas Trinidad Ramírez de Egañez (2010), determina las siguientes conclusiones:

i). “La Cultura Tributaria no se logra de un día para otro. Para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del Estado con respecto a la importancia y necesidad de que el mismo pueda tener impuestos acordes que le permitan cubrir las necesidades del colectivo por medio de su incorporación en el presupuesto nacional, estatal o municipal”. En este sentido, cabe destacar que en los entrevistados hay un reconocimiento importante al hecho de asociar la Cultura Tributaria con el cumplimiento de sus deberes como ciudadano y con valores, creencias y aptitudes acerca de la tributación.

ii). “Existe una percepción negativa y asociada a la anti ética del uso de los recursos generados por los impuestos recaudados, aunado al hecho de no conocer el destino de los mismos”. Esta situación se contrapone con la característica fundamental que debe tener una política fiscal por parte del Estado la cual debe estar enmarcado en la ética pública y valores tales como: responsabilidad, solidaridad, transparencia, entre otros.

iii). Cabe destacar el rol desempeñado por los contadores o administradores de las empresas contribuyentes, así como de los medios de comunicación que son reconocidos como las fuentes mediante las cuales los dueños de establecimientos han obtenido información sobre los impuestos, lo cual indica la necesidad de fortalecer los programas de educación fiscal en los diferentes niveles de la población.

Análisis de la evasión fiscal del impuesto nacional sobre renta en Colombia, en los últimos cinco años – 2005, monografía elaborado por: Sergio

Alexander Echevarría vahos; Sandra Milena Martínez Cardona; Sergio Sánchez Castrillón y Mónica Yasmid Tabora Hoyos. Para optar título de Especialista en Políticas y Legislación Tributaria, que tiene como objetivo analizar lo referente a la evasión y elución tributaria desde sus causas y consecuencias y el análisis del control del estado. El cual llevo a la siguiente conclusión: El cobro de impuestos busca esencialmente financiar las actividades en las cuales el estado participa, el no asumir totalmente este impuesto lleva a la evasión y por consiguiente una disminución del nivel de vida. Es de anotar, que la evasión es un fenómeno que afecta en mayor o en menor grado a numerosos países, en donde se ha empleado múltiples métodos, lográndose pocos resultados.

b) A nivel nacional

La informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010. Tesis presentada por el Bachiller Nelly Luz Cárdenas Dávila, en la Universidad Católica Santa María de Arequipa que tiene como objetivo: determinar, de qué manera la informalidad influye en el nivel de competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de la región Arequipa. Dicha investigación es de tipo aplicativo por su finalidad, de nivel correlacional y explicativo método, cualitativo cuantitativo. Llegando a la siguiente conclusión

Los datos recogidos en la presente investigación revelan y demuestran que la informalidad hallada en el sector, la cual ha sido determinada por cuatro factores (registro legal, adquisición de insumos, pago de impuesto y situación de los trabajadores); influyen de manera decisiva en el nivel de competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la región de Arequipa, ya que la relación entre ambas es baja, pues debido a la primera es que, el sector no se preocupa por el desempeño económico de la empresa, por la eficiencia en la administración de

la empresa, por la eficiencia en los sus negocios y por la infraestructura de la empresa. Asimismo, en la presente investigación se ha comprobado que la informalidad influye en la competitividad de la MYPE, debido a que los factores que determinan la primera ocasionan que los micros y pequeños empresarios no se preocupen por los factores que pueden determinar la competitividad de la empresa. Esto es, debido a que el sector está preocupado más en evadir e eludir impuestos, no pagando los mismos y comprando sin comprobante de pago, así como de mantener en una situación irregular a sus trabajadores, es que, no se preocupan porque la eficiencia en la administración y en los negocios de la empresa sea buena, ya que su afán es reducir al máximo los costos fijos y variables, pero sin preocuparse por la calidad del producto o servicio final que pueda mantener a la empresa en el mercado y pueda competir con los demás de su sector, pues no se cuenta con una planificación ni estudio de mercado, además aún se mantiene la errada idea de que el empresario es el único capaz de tomar una decisión en torno al negocio, no permitiendo una integración del equipo de trabajo para mayores beneficios, lo cual tendría su causa en que la mayoría de las empresas son de corte familiar. Asimismo, la empresa, no tiene un buen nivel de infraestructura adecuada a las exigencias del mercado, pues la mayoría trabaja con instrumentos rudimentarios debido a su escaso nivel de inversión inicial y solo son reparados o reemplazados en casos extremos, a pesar que la mayoría del sector reinvierte sus utilidades, sin embargo estas son únicamente para reemplazar a los insumos consumidos.

“La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011” tesis presentado por el Bach. Deybi Jonathan Quispe Cañi, para optar el título

profesional decantador público en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman – Tacna en el año 2012, que tiene como objetivo, Determinar si la Política Tributaria influye en la Cultura Tributaria, del estudio se identifica como investigación aplicada, este tipo de estudios, aunque depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica y se enriquece con ellos, se caracteriza en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos, el diseño de la investigación es responde a los estudios transaccionales, ya que recopilan datos en un solo periodo. De nivel descriptivo correlacional. Concluye diciendo que la Política Tributaria tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a una inadecuada Política Tributaria, carencia de medidas para enfrentar la Evasión Tributaria y deficiente Programa de Educación tributaria. De la misma forma la evaluación del control de la Evasión Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a la inequidad y complejidad del Sistema Tributario.

Existe inadecuación de la legislación referente a las MYPES con respecto a la problemática de su informalidad. Tesis presentada por el bachiller Jorge Augusto Castillo Castillo, en el año 2008, para optar grado académico de magister en Derecho con Mención en Derecho Civil y Comercial que tiene como objetivo: analizar la cuestión del grado de informalidad de las MYPES en las distintas zonas materia de muestra, desde el punto de vista jurídico, tributario, comercial, financiero, administrativo y cultural. Dicha investigación es de tipo: básicamente empírica o aplicada. Concluye esta investigación en considera que el nivel de informalidad de la MYPE se ha hecho bastante visible

y obvio en todo el territorio nacional, y que el mismo resulta un elemento que frena el desarrollo del sector, y no ha dado soluciones plenas o suficientes para superar el problema, dada la complejidad del mismo y su carácter multívoco.

c) A nivel local

La evasión del impuesto a la renta en las empresas del sector abarrotes al por mayor en el distrito de Abancay – 2010. Tesis presentada por la Bachiller Ríos Juárez, Yulisa, en el año 2011. Para optar el Título Profesional de Administración de Empresas en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac y tiene como objetivo: describir la causas del impuesto a la renta, en las micro empresas del sector abarrotes al por mayor en el distrito de Abancay en el año 2010; Dicha investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptivo y de un método cuantitativo el cual llega a la siguiente conclusión: el sistema tributario es complejo, puesto que existe una gran cantidad de normas que están en constante cambios por lo cual los contribuyentes confirman desconocer los tributos que comprende el sistema tributario.

1.2 Cultura tributaria

Para definir el término de Cultura Tributaria, primero se debe empezar por entender que es la cultura, luego introducir el concepto de tributación, así relacionar ambas concepciones para obtener la definición del término que interesa.

a) Cultura

Etimológicamente, el término cultura tiene su origen en el latín, al principio significó cultivo, agricultura e instrucción y sus componentes eran el cultus (cultivado) y la Ura (resultado de una acción).

La cultura es el conjunto de conocimientos, modos de vida y costumbres de una sociedad determinada, o bien como el conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 2001, pág. 483)

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1994). La cultura es el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

En expresión del Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO (Nuestra diversidad creativa, 1996), “la cultura es manera de vivir juntos moldea nuestro pensamiento, nuestra imagen y nuestro comportamiento”.

Según León Carlos, citado por, (Quispe Cañi, 2012) considera que:

La cultura es una riqueza, un capital social, que tiene su lógica. Si no se cultivó durante años, mejor aún durante siglos, no se puede ahora improvisar ni suponerla. Es un capital que hay que crearlo y lleva su tiempo. Pero se puede crear, sólo que hay que saber cómo hacerlo. La cultura es aprendida y compartida, el hombre no hereda la mayor parte de sus modos habituales de comportamiento, lo adquiere en el curso de su vida. (pág. 83)

Del mismo modo la cultura “debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los cuales el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión del mundo” (Escobedo Dueñas, 2010, pág. 93).

b) Tributo

Como noción general los tributos son "las prestaciones en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio, en virtud de una Ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines" (Villegas, 1992, pág. 67).

Desde el punto de vista de las finanzas públicas, los tributos son "prestaciones obligatorias, generalmente en dinero, exigidos por el Estado en virtud de su imperio, para atender sus necesidades y realizar sus fines políticos, económicos y sociales" (Rrobes Moreno, 2012).

De la misma forma, desde el punto de vista de la Política Económica,

El tributo es "un medio para producir determinados impactos en la economía a nivel de la oferta, demanda, precios, etc. Una mayor carga tributaria provoca que las personas tengan menos ingreso disponible para sus compras (consumos), de tal modo que puede haber una retracción de la demanda y el consiguiente resentimiento de la oferta de bienes y servicios" (pág. 56).

La prestación de dar se debe llevar a cabo con carácter definitivo. Es decir cada vez que una persona entrega cierto monto de dinero al Fisco, se produce una transferencia de recursos para siempre. En principio no existe la posibilidad que el Estado devuelva dicho monto a la persona que pagó (Bravo Cucci, 2003, pág. 81).

- La Función Social Del Tributo

Los ciudadanos crearon el Estado para que atienda sus necesidades comunes, y como retribución se comprometieron al pago de tributos. En la moderna sociedad de hoy, a través de la administración tributaria los ciudadanos y ciudadanas contribuyen al sostenimiento del Estado democrático. Con los recursos de la tributación, el Estado democrático debe cumplir de manera eficiente con sus

funciones y los servicios que presta, y generar estabilidad y crecimiento económico en beneficio de los ciudadanos y ciudadanas bajo la forma de bienes y servicios públicos, que coadyuven al bienestar de todos los miembros de la sociedad. La tributación entonces, tiene un papel crucial en el proceso socio-económico ya que permite alcanzar el bienestar y la paz social. Para ello, hay un instrumento económico y legal que se denomina Presupuesto (SUNAT, 2012, pág. 12).



Figura 1, Círculo virtuoso de la tributación.

Fuente: SUNAT (2012)

c) Cultura Tributaria

Según, Roca Ruano (2011) manifiesta que la cultura tributaria es como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación” (pág. 668), Además de ello el mismo autor manifiesta que la cultura tributaria es un mecanismo de doble vía:

En la una están los contribuyentes, cumpliendo la obligación que tienen para con la sociedad y, en la otra, el Estado haciendo el uso más honrado y claro de los dineros que los contribuyentes aportan en ejercicio noble y desinteresado de su vocación de solidaridad.

La cultura tributaria se refiere entonces, al alcance del pago voluntario de los impuestos por parte del contribuyente y en la actualidad, es necesario y fundamental incrementarla. Además, en la medida en que los contribuyentes cumplan, podrán tener el derecho a reclamar los beneficios que el Estado debe otorgarles por obligación, entre ellos, la calidad de servicios públicos tan deseados y necesitados para la sociedad.

Según Méndez M. citado por, (Quispe Cañi, 2012), La Cultura Tributaria :

Un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes (pág. 83)

De igual modo Gómez Gallardo manifiesta que la Cultura Tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte Cultura Tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos. (Gomez Gallardo, 2008, pág. 22)

Según (Bravo salas f. , 2010)la Cultura Tributaria es el conjunto de:

- Valores cívicos orientadores del comportamiento del contribuyente.
- Conocimiento de las normas tributarias.

Actitudes frente a las normas tributarias.

- Comportamiento de cumplimiento de las normas tributarias.
- Percepciones de cumplimiento de las normas tributarias.

La Cultura Tributaria se refiere al “conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como el nivel de conciencia respecto a los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria” (Ramirez de Egueñez, 2010, pág. 34).

1.2.1 El cumplimiento tributario voluntario

Significativamente, en la legislación tributaria moderna existe interés en promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aunque no se precisa el sentido y alcance de la expresión. Al separar para el análisis los términos que componen la expresión, se encuentra dentro de la variedad de opiniones, que muchos de los actos realizados por el sujeto son voluntarios, es decir, sin factores externos que lo obliguen. Al respecto, (Ferrater, 1988), señala que, históricamente se ha interpretado la voluntad desde cuatro puntos de vista:

El psicológico o el antropológico: la voluntad corresponde a cierta facultad humana, como expresión de cierto tipo de actos. El moral: se relaciona la voluntad con los problemas de la intención y con los aspectos requeridos para el bien. El teológico: se ha usado para caracterizar el aspecto fundamental de la realidad o personalidad divina. El metafísico: se ha considerado como un principio de las realidades y como motor de todo cambio.

El cumplimiento voluntario se define como “la declaración correcta de la obligación tributaria en el momento apropiado y de acuerdo a las regulaciones tributarias.” Esta definición no asume nada sobre las motivaciones de los contribuyentes, por lo que el incumplimiento incluye una sub-declaración de ingresos debido tanto a un acto intencional como a una desinformación, confusión, negligencia o descuido. (45a Asamblea general del CIAT, 2011, pág. 39)

Algunos filósofos clásicos ya habían intentado poner en escena la voluntad en algunos actores sociales. (Rousseau, 1999, pág. 27), por ejemplo, para explicar el funcionamiento de la sociedad. El Estado es el dueño absoluto de la propiedad y bienes particulares, cuyos poseedores no pasan de ser simples depositarios del bien público. En su activo, el Estado elabora las leyes civiles y políticas. La voluntad general como Estado es siempre recta y dedicada a la utilidad pública, al interés común. Mientras que la voluntad particular interpreta al pueblo. El pueblo en cambio, no siempre presenta la misma rectitud, quiere su bien, pero no lo comprende, su voluntad es la suma de voluntades particulares y atiende al interés particular. Esta situación permite que aparezcan diferencias entre la voluntad particular y la general. La significación de tales voluntades en la obra de Rousseau, entran en juego para establecer la dinámica de un país. Este autor se refiere al Estado como consumidor y no productor, que obtiene la sustancia para su consumo del trabajo de sus miembros.

En el contexto de la Administración Tributaria, citado por (Quispe Cañi, 2012). La palabra “voluntad” está asociada a los vocablos “cumplimiento de los contribuyentes al tributo” como una forma de señalar la tendencia de dicha administración para lograr la recaudación presupuestada. Esta condición

requiere expresarse en un modelo que incluya una concepción de la voluntad del contribuyente y permita su participación en un marco institucional que tome en cuenta sus valores e intereses para motivarlo a dicho cumplimiento.

1.2.1.1. Percepciones del ciudadano

Uno de los procesos más importantes para el crecimiento de las organizaciones lo constituye su credibilidad ante los usuarios de sus servicios.

En tal sentido, la esencia de la vida social y la modificación de conductas parten de las percepciones y creencias que las personas tienen sobre las entidades y los líderes que las dirigen.

Como parte de una estrategia integral que busca mejorar la recaudación y al mismo tiempo cambiar la percepción del público sobre el cumplimiento fiscal, surge un proceso para la formación de la Cultura Tributaria. Esto no resulta para nada fácil cuando se advierte cuán extendida y arraigada se encuentra en diferentes grupos sociales una variedad de creencias y valoraciones que no sólo son contrarias a la tributación sino, en general, a la observancia de normas básicas de convivencia y de respeto a la ley.

No son pocos los casos en los que se aplaude la viveza y las argucias para evadir el pago de los impuestos, utilizar subterfugios para eludirlos o tratar de burlar los controles de las administraciones tributarias, ya sea en impuestos internos o aduaneros. Tales creencias se convierten en verdaderos anti-valores, a la ya difícil tarea de promover una cultura de la legalidad y del cumplimiento tributario.

Según el Psicólogo y Psiquiatra suizo Carl Gustav Jung (1875–1961), citado por (Dias Gomez, 2005, pág. s/n), desarrolló la teoría del ARQUETIPO: formación del “inconsciente colectivo”, constituido por la imaginación común a todos los pueblos, y que se manifiesta en las religiones, los mitos, las fábulas, leyendas o arte popular. Los arquetipos son los esquemas básicos que conforman las actitudes y creencias de alcance universal y que se heredan de generación en generación. El arquetipo de la “viveza criolla” de no pagar impuestos es aceptado por la sociedad, debido a la ausencia de una verdadera y profunda cultura tributaria.

La psicología del contribuyente se caracteriza por una fuerte tendencia al fraude, y justifica su actitud con preguntas que oímos decir frecuentemente “Para qué pagar impuestos si los servicios públicos no funcionan Para qué ser contribuyente cumplidor si el dinero que pagamos luego es robado por los corruptos Para muchos defraudar a la Hacienda Pública, constituye un placer que adula la vanidad propia y que avala un testimonio de destreza ante los conocidos.

Se dice que la conducta social humana está determinada por el principio de la búsqueda del placer y es por ello que la naturaleza egoísta del ser humano lo hace ser apegado a lo suyo o lo que cree que es suyo, de allí la dificultad de pagar con gusto y espontaneidad los tributos correspondientes. En ocasiones no se llega a vencer el gusto de no pagar los impuestos con el aliciente de estar actuando con “habilidad” ante la Administración Tributaria.

La Habilidad Social es entendida como la capacidad o disposición para el éxito personal en las interacciones que tienen lugar en la esfera social. Las habilidades sociales varían en función del contexto en que aparecen. Factores culturales, edad, sexo, o clase social son aspectos que influyen cuando pretendemos matizar lo que representa una conducta socialmente habilidosa.

1.2.1.2 Conciencia tributaria

La conciencia tributaria se traduce en “un cambio de actitudes encaminadas al logro de una sociedad democrática más justa y solidaria, donde los ciudadanos se comprometan a actuar con responsabilidad y transparencia” (SUNAT, 2008, pág. 24).

La conciencia tributaria no es otra cosa que la voluntad del ciudadano de cumplir con sus obligaciones tributarias, porque entiende que ello redundará en beneficio de la sociedad. La conciencia tributaria debe formarse desde el colegio, explicándoles a los potenciales contribuyentes la importancia de la recaudación de los tributos y su inversión en beneficio de la sociedad, las clases de tributos y quienes tienen que pagar, la evasión tributaria y el daño que ocasiona a la economía del país, las infracciones tributarias y las sanciones, etc. (Hernandez Celiz, 2010, pág. 97).

El concepto de Conciencia Tributaria según, (Bravo salas F. , 2011, pág. 19) “la motivación intrínseca de pagar impuestos” refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales.

Sin ánimo de pecar de ser parciales o tal vez arbitrarios, pretendemos entregar en este momento una definición que procure identificar con mayor nitidez a la conciencia tributaria; entendiendo a ésta como la “interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados” Alva Matteucci,(2010). Esta definición incluye varios elementos:

El primero, es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria.

Segundo, consiste en cumplir de manera voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desea hacerlas. La coacción no debe intervenir aquí. Esto es aún extraño en nuestra sociedad.

Tercero, es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad, siendo el contribuyente un ser humano, debe pertenecer a una comunidad y disfrutar de los beneficios que ésta tiene. Por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo respectivo, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se

mejorará asimismo su funcionamiento. El Estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general.



Figura 2, Distribución de regiones según el grado de conciencia tributaria.

Fuente: Ponce, (2011)

1.2.1.3 factores que interviene en el cumplimiento tributario

Según la (SUNAT, 2012) el cumplimiento tributario no solo intervienen elementos asociados a la racionalidad económica de las personas; es decir, razonar de manera que se pueda obtener el mayor beneficio al menor costo posible, como podría ser el caso de muchos contribuyentes que dejan de pagar o pagan menos impuestos cuando creen que no van a ser detectadas, sino que también intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son la conciencia tributaria, el conocimiento de las normas y procedimientos, la oferta de servicios de

atención y otras facilidades. Entonces, podemos plantear que el cumplimiento fiscal es consecuencia de dos condiciones (pág. 10).

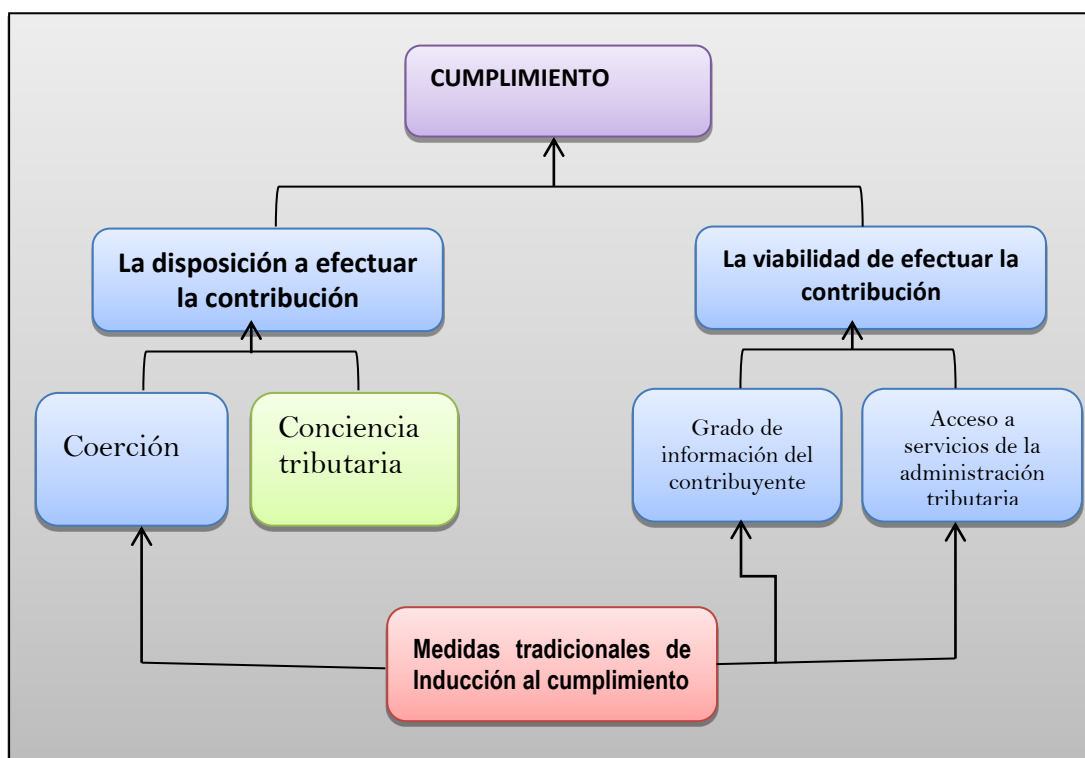


Figura 3, Condiciones del cumplimiento tributario.

Fuente: SUNAT (2012).

La disposición a efectuar la contribución (“querer contribuir”).

Es una condición que se encuentra determinada, de un lado, por la efectividad de las normas de coerción, el cálculo que hacen los agentes mediante la racionalidad económica y su grado de aversión a la penalidad del fraude. Por otro lado, la disposición a contribuir está determinada por la conciencia tributaria del agente, que determina su voluntad de pago y que es fruto de los procesos de legitimización, socialización e internalización de las obligaciones tributarias.

La viabilidad de efectuar la contribución (“saber y poder contribuir”).

Es una condición que se asocia al grado de información que tienen los contribuyentes sobre las reglas y procedimientos tributarios y, por otro lado, al acceso a los servicios de administración tributaria, es decir, la facilidad que tienen para efectuar sus contribuciones, simplificaciones administrativas, rapidez en el trámite, etc.

Si bien todas las medidas que tome la Administración Tributaria deben ser diseñadas para lograr la mayor efectividad, se plantea que pueden resultar insuficientes si se deja de lado la dimensión de conciencia tributaria y un mejor entendimiento de sus determinantes. A su vez, si estas condiciones no existen y no son de calidad, la conciencia tributaria no opera positivamente en el comportamiento de cumplimiento tributario voluntario, sino que tendría un efecto contraproducente.

1.2.1.4 Teoría de la Disuasión según Allingham y Sadmo.

Según, lo citado por (Mogollon dias, 2014), Siempre se ha pensado que bastaba que el ciudadano tuviese temor a que los detecten y sancione para que estuviera convencido que era mejor pagar los tributos. Esta forma de pensar se llama la “Teoría de la Disuasión”.

De acuerdo a dicha teoría, para una persona adversa al riesgo, la disposición a pagar tributos será mayor cuando:

Mayor sea la probabilidad que la Administración Tributaria descubra y sancione a los evasores.

Mayor sea la penalidad que se aplique a los evasores.

De acuerdo a la teoría de la disuasión, el pago del impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al

costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto. Sin embargo, estudios realizados en muchos países, incluido el nuestro, muestran que esta teoría tiene limitado poder explicativo y que los tradicionales métodos de coerción mediante fiscalizaciones y penalidades explican solo una fracción del cumplimiento fiscal voluntario.

Así se ha encontrado que en economías desarrolladas con altos niveles de cumplimiento de sus obligaciones tributarias como es el caso de los países nórdicos, los ciudadanos perciben que en realidad la administración tributaria de su país no tiene necesidad de desplegar operativos para detectar a los evasores.

En cambio, en países como el Perú tenemos bajos niveles de cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias a pesar que percibimos que las posibilidades de que nos detecten y sancionen son elevadas.

En conclusión, como no basta con fiscalizar y sancionar para que los ciudadanos cumplan voluntariamente con sus obligaciones fiscales, entonces es de suponer que existen otros elementos que intervienen para que el ciudadano decida cumplir dichos deberes.

1.2.2 Moral Tributaria

La Moral Tributaria se define como “el grado de compromiso o ajuste de las actuaciones en materia tributaria desarrolladas tanto por la Administración Tributaria como por el ciudadano contribuyente, con los principios y fundamentos éticos presentes en la normativa y práctica de los Sistemas Fiscales”. 45a Asamblea general del CIAT, (2011)

Quispe Cañi, (2012). Define que la moralidad “se basa principalmente en la calificación de los actos humanos en buenos o malos, acertados o erróneos,

según la guía de un grupo social determinado”. Establecer un indicador de moralidad en el pago de impuestos tiene asociados componentes económicos, sociales y hasta psicológicos. En el Perú se han establecido en muchas líneas de acción sobre el campo de fomentar la Cultura Tributaria; sin embargo, no existe evidencia que permita cuantificar su incidencia en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

Mendez (2005). Al hablar de la moral tributaria plantea dos puntos:

La ética del contribuyente, basada en el conocimiento de su deber y de la obligación de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y

La ética de la Administración Tributaria, en su papel de poder público responsable de la eficaz y efectiva aplicación de un Sistema Tributario.

1.2.2.1 Ética del contribuyente

El contribuyente tiene una serie de derechos, enunciados en las diferentes normas reguladoras, frente a las actuaciones llevadas a cabo por la administración tributaria al aplicar el Sistema Tributario. Pero también debe asumir obligaciones de carácter material y formal, que le llevan necesariamente a incurrir en costes de cumplimentación. El incumplimiento de estas obligaciones y deberes constituye ya de por sí una conducta ilegal y por tanto moral y éticamente reprobable. En ocasiones este posible incumplimiento de sus obligaciones por parte del contribuyente, no deriva de un ánimo defraudatorio o de elusión fiscal, sino del desconocimiento y complejidad de la norma.

Contribuyentes son aquellos respecto del cual se verifica el hecho generador de la obligación tributaria, es toda persona física o natural y jurídica o moral obligada a cumplir y hacer cumplir los deberes formales

según lo establece las leyes tributarias del país, esto debe proveerse del registro Único del contribuyente (RUC) el cual le sirve como código de identificación en sus actividades fiscales y como control de la administración para dar seguimiento al cumplimiento de los derechos y deberes de éstos.

1.2.2.2 Ética de la administración tributaria.

Las Administraciones Tributarias, encargadas de la aplicación efectiva del Sistema Tributario estatal y aduanero, tienen como principal misión liquidar y recaudar los impuestos, de acuerdo con los principios tributarios básicos de igualdad, equidad, capacidad económica, proporcionalidad, etc. reconocidos en el Derecho Constitucional y en la legislación.

Todas ellas tienen la vocación de asumir el compromiso de mejora continua de su eficacia y eficiencia, en entornos en los que los medios personales y materiales son limitados y ello conduce a un modelo de control tributario que debe combinar las actuaciones en profundidad, en base a criterios selectivos, con otras más superficiales en base a criterios de selección extensivos.

Estas actuaciones se pueden agrupar, por tanto, en dos áreas de actividad de sus políticas estratégicas: por una parte, la lucha contra el fraude fiscal y, por otra, el incentivo del cumplimiento voluntario de obligaciones por los contribuyentes.

1.2.3 Actitudes frente al deber de contribuir.

Quien no paga los impuestos trata de “justificarse” a sí mismo y ante los demás con una serie de argumentos supuestamente válidos, como: “todo el mundo evade impuestos”, “no recibo nada a cambio”, “ya cuenta el Estado con la defraudación, y por eso fija tipos altos”, “se emplean mal los fondos”, etc.

Según Spengler (1924), citado por (Tipke, 2002), designa al contribuyente como un ser compuesto de una mezcla de sentido de la justicia, envidia, irritación y picardía. En ocasiones, en el pecho de un contribuyente pueden habitar varias almas. El intento de clasificar las actitudes de los contribuyentes en las categorías que a continuación se mencionan no quiere expresar que sea posible una clara distinción. El orden elegido es puramente casual, por lo que no cabe extraer de él conclusión alguna.

1.2.3.1 *El homo economicus.*

Piensa en su conveniencia económica y no reconoce ningún deber moral de conducta. En su opinión, es lícito todo lo que le beneficia. El valor del dinero constituye para él el único factor determinante de la calidad de vida. Sin embargo, también calcula el riesgo de ser descubierto, porque las penas también resultan perjudiciales desde el punto de vista económico. Actuará de un modo u otro según exista mayor o menor riesgo. Si tiene un asesor fiscal a quien no puede convertir en su cómplice, acostumbrará, a no decirle toda la verdad. El homo economicus sabe que él también necesita del Estado y que el Estado necesita los impuestos, pero prefiere hacer de polizón y que paguen los demás. Esta no le origina ningún escrúpulo. Además, sabe que, en general, el secreto fiscal impedirá que los demás conozcan su conducta antisocial.

1.2.3.2 El contribuyente chalanero.

Partidario de compensar también sabe que depende de las prestaciones del Estado y de los municipios y que no puede construir por sí mismo carreteras, escuelas, hospitales, etc. Pero está convencido de que el sector público es un gran derrochador y que ofrece unas prestaciones mínimas, lo que autoriza al contribuyente a hacer lo mismo. Muchos contribuyentes consideran que el impuesto sólo es justo si existe una contraprestación equivalente, y esto apenas sucederá, en especial si se trata de grandes contribuyentes. Schneider, 1997 citado por (Quispe Cañi, 2012).

1.2.3.3 El contribuyente malhumorado

Está disgustado, ante todo, con la línea política que sigue el Estado. En su interior ha rechazado al Estado y lo considera como algo ajeno a él. Se dice a sí mismo que hay que pagar lo menos posible, para que no pueda continuarse con esa política. Es posible que el malhumorado no se refiera al Estado en sí mismo, puede referirse a una determinada política, especialmente a una política de excesivos gastos sociales. Quien considera que el Estado destina demasiado dinero en favor de sujetos asociales de todo el mundo y que explota a su costa a los ciudadanos que trabajan, puede adoptar la actitud de no pagar (todos) sus impuestos y abstenerse en las elecciones.

1.2.4 Importancia de la Cultura Tributaria.

La importancia de la cultura tributaria en nuestra región, es y debe ser abordada por las autoridades e instituciones pertinentes inculcando en la educación.

La importancia de la Cultura Tributaria está en la propia persona quien es la que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual, desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás. Por lo tanto, hay que admitir en las obligaciones tributarias un dispositivo en pro del bien común y al Estado como el ente facultado de alcanzar dicho propósito. Asimismo, el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones; sin embargo, hay que admitir que esta tarea es un proceso a largo plazo y que toma años alcanzar y desarrollar. Quispe Cañi, 2012, (pág. 88).

1.3 Informalidad.

Según Hernando De soto, (2009). En su clásica obra “el otro sendero” realizada en el instituto de libertad y democracia ILD manifiesta que:

El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer. La informalidad no es un sector preciso ni estático de la sociedad, sino una zona de penumbra que tiene una larga frontera con el mundo legal y donde los individuos se refugian cuando los costos de cumplir las leyes exceden a sus beneficios. Informal es aquello que no observa las formalidades o reglas establecidas además se puede decir “Informalidad es el desentendimiento de las formas. Rebeldía frente a la formalidad.” (pág. 15).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su elaboración de un estudio sobre el empleo en Kenia le añade atributos como: facilidad de entrada,

propiedad familiar de las empresas, escala de operación pequeña, tecnología adaptada e intensiva en fuerza de trabajo, destrezas adquiridas fuera del sistema educativo formal, mercados no regulados y competitivos.

En la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo celebrada en 1993, la OIT, llegó a una propuesta de definición operativa de sector informal, “son las unidades económicas de los trabajadores por cuenta propia quienes usan fuerza de trabajo familiar, y a las unidades de tamaño relativo pequeño, que utilizan trabajo asalariado, se convino que el límite de tamaño de una unidad para ser considerada como parte del sector informal sería precisado en cada país” Organización Internacional del Trabajo (OIT), (1993).

De soto, Mora y Araujo, Max Neef, Larroulet, & Tokman, (1988). Plantean que:

Muchos de los pobres son informales, pero muchísimas personas que no son pobres son informales también. La informalidad, en lo que podemos llamar el “modelo peruano”, se refiere a sociedades donde todavía el fenómeno de la pobreza y de la marginalidad es muy importante. Me parece que básicamente está reflejando aquella parte de la sociedad que quiere incorporarse al mercado y no puede. Que quiere dejar la marginalidad e integrarse más plenamente a los aspectos económicos y sociales de la vida de la colectividad y encuentra dificultades (pág. 7).

De soto et al. (1988) afirma: “que existen otras razones por las cuales crecen estos sectores, y es porque son muy funcionales para grandes empresas del sector formal. No es el pobre el que trabaja ilegalmente, sino que el rico trabaja ilegalmente a través del pobre” (pág. 11). Esto es clave. Incluso en Perú hay un ejemplo de la fábrica Bata. Era la fábrica Bata más grande que había en América Latina. El gerente fue ascendido y premiado porque informalizó gran parte de la producción de la

fábrica, con lo cual aumentó las utilidades de la empresa de una manera espectacular, o sea, demostró ser un notable empresario capitalista utilizando al sector informal.

Uno se pregunta por qué hay sectores comerciales que alegan que los informales les están quitando el negocio. Le están quitando el negocio al que está vendiendo directamente, pero no a la fábrica. A la fábrica le interesa ese ejército descomunal de vendedores que están a su servicio gratuitamente. (pág. 12).

En la ocupación informal “las personas llevan a cabo la venta de un producto y no de su trabajo, el ingreso obtenido mediante la informalidad procede del ingreso generado por el sector formal; se trata principalmente de la demanda de bienes y servicios de los hogares de los grupos asalariados de este sector. Por lo tanto, la demanda del sector informal dependerá de las remuneraciones que se cubren en el formal” López Granado, (1997).

WIEGO (Women in Informal Employment Globalizing and Organizing) citado por Ramos Soto, (2008). Propone la siguiente definición:

Todos los trabajadores (rurales y urbanos) que no gozan de un salario constante y suficiente, así como todos los trabajadores a cuenta propia-excepto los técnicos y los profesionales- forman parte de la economía informal. Los pequeños comerciantes y productores, el micro emprendedor, los empleados domésticos, los trabajadores a cuenta propia que trabajan en sus respectivas casas y los trabajadores ocasionales (los lustradores, los transportistas, la gente que trabaja a domicilio, por ejemplo en la confección o en la electrónica, y los vendedores ambulantes) integran la categoría informal (pág. 15).

Mientras la (Dirección Nacional de Micro y Pequeña Empresa, (2010, pág. s/n), indica que “en la literatura sobre desarrollo existe una amplia discusión en

torno a cómo definir economía formal y economía informal, ingreso formal e ingreso informal; actividad formal y actividad informal; trabajador formal y trabajador informal, etc.”, continúa diciendo que “en general el término informalidad ha sido asociado con pobreza, empleo de mala calidad y economía sumergida y, con ilegalidad”. Puede darse el caso de que una empresa produzca bienes reconocidos como lícitos pero que incumpla los requisitos de contratación formal de sus trabajadores, o que los trabajadores formales reciban ingresos extras no declarados, lo cual ilustra la complejidad del problema.

En una de sus publicaciones de la Revista de Estudios Económicos, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) afirma que un mayor nivel de educación reduce la informalidad puesto que la productividad del trabajo aumenta.

Mientras una persona tenga más conocimientos e instrucción, es decir reciba educación, se dará cuenta de que recurrir a la informalidad afectará de una manera u otra su vida. Son muchas las empresas que buscan escapar del marco legal y normativo, un ejemplo sería la no emisión de comprobantes de pago, no contar con licencia de funcionamiento o evadir los impuestos. En el caso que nos brinde un producto en mal estado, no tendríamos cómo sustentar una reclamación si no contamos con un comprobante (Loayza, (2007, pág. s/n).

1.3.1 Grado de informalidad en el Perú

El sector informal está conformado por unidades productivas heterogéneas. Existen diferencias importantes en términos de tamaño, lugar de ubicación, actividad económica, capital humano, etc. Esto supone que no todas las unidades productivas informales tienen el mismo grado de informalidad.

Se podría decir casi intuitivamente que algunas son más informales que otras. Sin duda resulta difícil y hasta arbitrario establecer grados de

informalidad para las unidades productivas, no obstante, es un ejercicio analítico capaz de mostrar un panorama diferente del fenómeno.

La figura 4, muestra la distribución porcentual de las unidades productivas de la economía total, según algunas características que pueden constituir grados de informalidad. En la jerarquía propuesta, las empresas más “formales” son las jurídicas (1,9%), mientras que las más informales son aquellas que simultáneamente no cuentan con RUC, no llevan registros contables ni tienen local (67,1%). Esta pirámide nos deja la percepción que la economía peruana se compone mayoritariamente de unidades productivas informales, o que tienden a serlo, dejando un escaso margen para la formalidad.

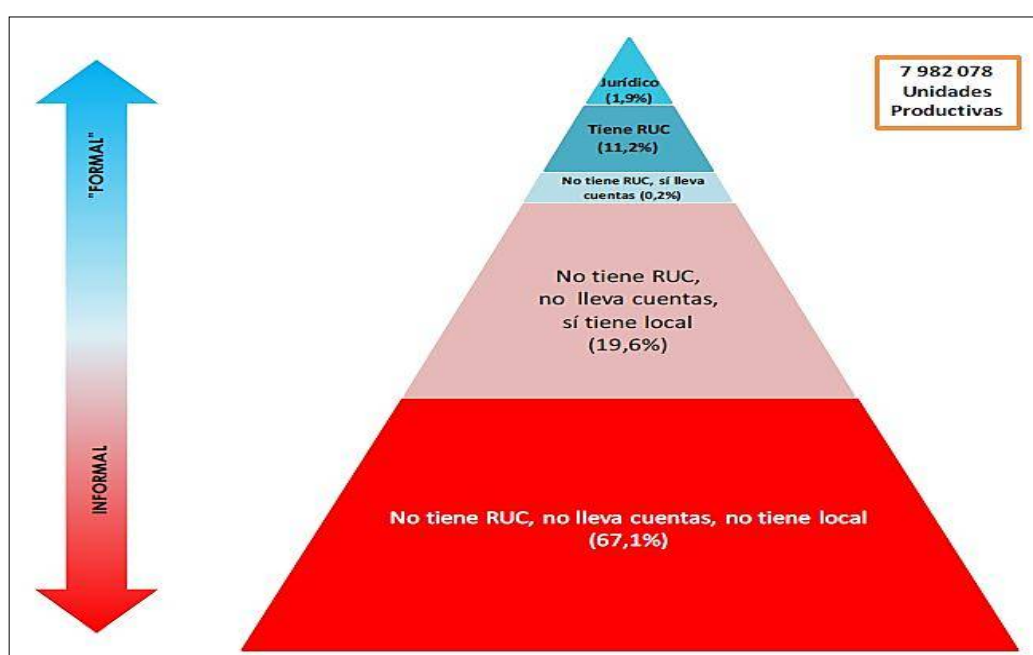


Figura 4, Perú: Unidades productivas no agropecuarias.

Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares 2012.

La figura 5, muestra la distribución porcentual de las unidades productivas “formales” e informales según actividad económica en el año 2012. El mayor número de unidades productivas informales se concentra en la actividad Agropecuaria (33,8%), le siguen las actividades de Comercio (23,9%),

Transportes (12,2%) y Otros servicios (10,9%). Por otro lado, en el sector “formal”, el mayor número de unidades productivas se concentran en la actividad comercio (39,1%), Otros servicios (27,5%) y Manufactura (13,4%).

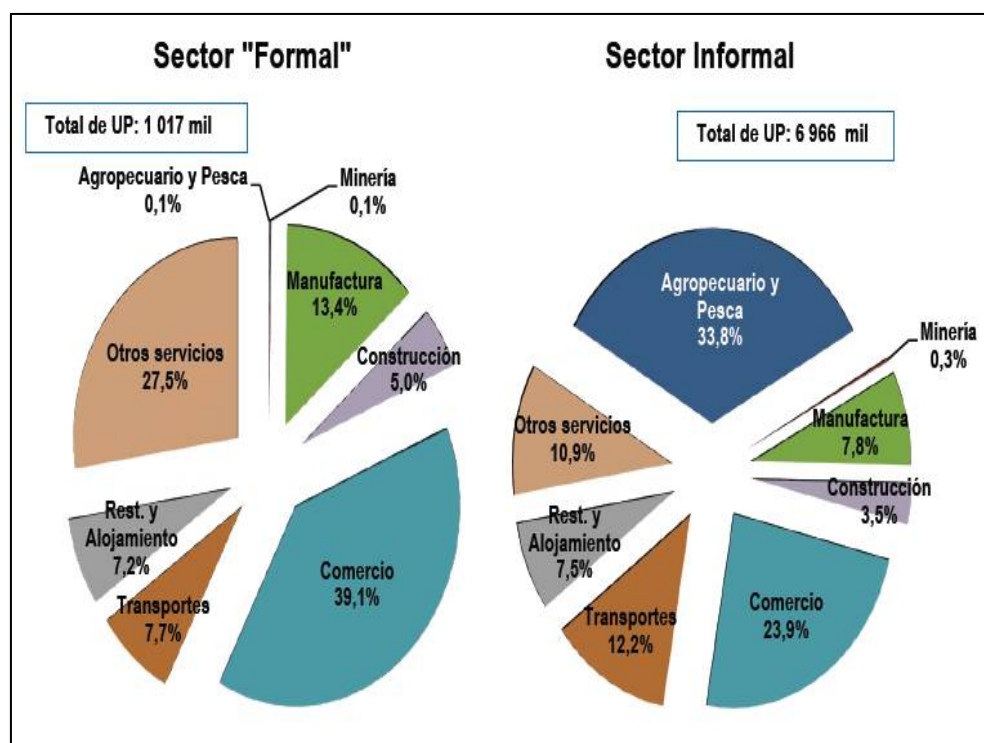


Figura 5, Perú: unidades productivas del sector formal e informal.

Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares 2012.

Tabla 1
Perú: unidades productivas por sector "formal" e informal 2012.

Actividades	Total	Sector "Formal"		Sector Informal	
		Sub-Total	%	Sub-Total	%
Total	7 982	1 017	100,0	6 966	100,0
Agropecuario y Pesca	2 356	1	0,1	2 355	33,8
Minería	23	1	0,1	22	0,3
Manufactura	683	136	13,4	547	7,8
Construcción	295	51	5,0	244	3,5
Comercio	2 065	398	39,1	1 667	23,9
Transporte y Comunicaciones	925	78	7,7	847	12,2
Rest. y Alojamiento	596	73	7,2	523	7,5
Gobierno *	0	0	-	0	-
Otros servicios	1 039	279	27,5	760	10,9

Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares 2012.

1.3.2 Diferentes escuelas de pensamiento

Según lo citado por Ramos Soto, (2008, pág. 28). Tres escuelas principales de pensamiento concernientes al sector informal no pueden adecuar una teoría a este sector, la historia formal de la escuela estructural de fuerza de trabajo excedente empieza a partir de 1970, y los análisis de la oficina de trabajo internacional de actividades económicas urbanas particulares, esta aproximación teórica fue adaptada para América Latina por el Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (PREAC), esta escuela analiza al sector informal como compuesto de una fuerza de labor que es creada por las limitaciones estructuradas que han sido puestas al sector formal, dice que el origen del sector informal han dado un crecimiento urbano, lo cual es capaz de absorber la mano de obra. Es decir, los desplazados se encuentran sin tener trabajo en el sector privado y generan sus propias oportunidades de empleo, pero existe un debate al respecto, de la relación entre el sector formal e informal de las economías urbanas, empero, la división de las actividades económicas no es cuestionada. El primer sector es moderno, estructurado y a escala, PREALC les atribuye siete características a las actividades informales:

- ❖ El estado tiene poco o ningún control sobre estas actividades.
- ❖ Las actividades son autónomas o complementarias del llamado del sector formal.
- ❖ Las operaciones informales son a pequeña escala, en comparación al sector formal, las pequeñas cantidades de inversión o de capital, limitada producción, las operaciones son caracterizadas por tecnológica poca sofisticada.

- ❖ El dueño de los medios de producción trabaja directamente en el proceso de producción y cuando necesita mano de obra adicional, este dueño emplea a los miembros de su familia, que pueden o no recibir un salario, los familiares o amigos reemplazan los recursos impersonales.
- ❖ En la compra de insumos y en la venta de servicios y productos compran caro y venden barato en comparación al sector formal, la razón es que no pueden competir con el poder de compra del sector formal.
- ❖ Debido a sus márgenes de baja ganancia y al volumen limitado de estas operaciones pocas veces tienen capital extra para reinvertirlos participantes en estas actividades económicas son pocas.
- ❖ Los participantes en estas actividades económicas son pobres.

En cambio, los neo marxistas, regularmente la escuela llamada economía política les asignan una diferente etiqueta a los participantes del sector informal. Los consideran como ejército de reserva de desempleado, además ven este fenómeno como un problema estructural, y están de acuerdo como el PREALC describe estas actividades económicas ya sus participantes, sin embargo, los dos se separan en un punto esencial. Para los neo marxistas el sector informal ni es autónomo ni complementario del sector formal, sino es manipulado y dominado por el sector capitalista formal para reducir los costos de producción.

El sector informal es parte del sector capitalista dependiente, pues existe relación económica entre la metrópoli y países satélites, como adherentes, como dice la teoría de interdependencia. Los estudiosos de la escuela estructural y los neo marxistas ven al sector informal como un vehículo que perpetua la pobreza. Los neoliberales, en cambio utilizan una definición simplista del sector informal contrario a los estructurales y neo marxistas. Hacen un futuro más optimista y

definen lo informal como todas aquellas actividades económicas que no están controladas o reguladas por el Estado, lo cual es una definición amplia y legalista.

Los neoliberales ven a los participantes del sector formal como víctimas descontrolados de gobiernos excesivos en materias concernientes a la empresa, derecho de propiedad, y la regulación del empleo, a su vez, ven a los participantes del sector informal como aquellos que se salen, que son independientes, que operan fuera de la interferencia del gobierno y son glorificados como los portadores del capitalismo libre. Los neoliberales tienen pocas características comunes con las escuelas estructurales y neo marxistas, en sus perspectivas del origen de estas actividades, los neoliberales ven estas actividades como complementarias y separadas al sector formal pero no ven el origen de este sector. Por ejemplo, en la exclusión de la fuerza de trabajo del sector formal, la estructura de la economía no es el problema, son más que sus limitaciones que se producen a partir de la regulación del Estado, y son contraproducentes, pregonan que una economía libre y sin restricción proporcionará adecuadamente y justamente para todos, esta aproximación, aunque no es de tanta influencia en círculos académicos como las otras dos, es de extrema importancia debido al apoyo que ha recibido.

En contraste, una nueva perspectiva de la economía informal, es vista como componente de un mercado laboral segmentado, de acuerdo con las investigaciones auspiciadas por las Naciones Unidas, de la Organización Internacional del trabajo (OIT) y del PREALC, la característica que define la empresa informal es la facilidad de acceso, determinadas por bajos capitales y pocos requisitos de capacitación.

Los trabajadores de este sector suelen tener bajos niveles de educación y provienen de determinados sectores de la población, como los inmigrantes urbanos recientes, sus ingresos son significativamente menores que los de los trabajadores del sector formal y sus oportunidades, para progresar más allá de las actividades informales, son muy limitadas.

Según Gómez jara (1999), citado por (Ramos Soto, 2008), menciona que:

Existen dos corrientes para el estudio de la informalidad, la perspectiva Keynesiana lo denomina sector informal, definido como la suma de actividades realizadas por empresas organizadas de acuerdo a una racionalidad productiva propia y diferente a la vigente en la parte visible de la economía, cuyo objetivo es garantizar la subsistencia familiar, y no como el sector formal capitalista cuya motivación es la acumulación, y la perspectiva neoliberal la cual lo denomina sector subterráneo, definido como el conjunto de actividades ilegales, en el sentido de que no cumplen con las reglamentaciones establecidas en el ámbito económico, fiscales, laborales, sanitarias. (pág. 38).

1.3.3 El comercio informal y el uso del espacio público.

De la relación entre Comercio Informal y Espacio Público emerge una categoría específica de éste a la que se le denomina Comercio informal en Vía Pública. Según (Gianini, 1995), desde su mirada filosófica entiende los espacios públicos, principalmente hablando de la calle, como un "Medio primario, elemental de la comunicación ciudadana" (pág. 19), una circunstancia básica para el contacto y la comunicación humana, la cultura humana. Un lugar con una clara dimensión socio-cultural, donde se da la relación y la identificación entre los individuos particulares, donde se da el contacto con los otros, donde se

genera la expresión comunitaria (Borja, 1998, pág. 15), espacios de convergencia donde nos encontramos con los demás y nos llegamos a reconocer en ellos y por lo tanto encontramos con nosotros mismos, con nuestro yo mismo.

Haciendo una reseña histórica sobre esta relación entre comercio informal y espacio público, se ha demostrado que no era “La soberanía, ni la razón política la que llevó a los primeros comerciantes informales a inundar el espacio público, era simplemente la pobreza”. Salazar, (2003, pág. 54).

En este mismo orden, la racionalidad del uso del espacio público para ejercer el comercio informal guarda relación, principalmente porque éste necesita ubicarse en espacios visibles y accesibles para la demanda por los productos de ese comercio, la cual está representada tanto por transeúntes esporádicos, como por clientes habituales. Silvia, (2007, pág. 48).

1.3.3.1 Espacio público y legitimación

Continuando con la idea de cómo se afianza el comercio informal en vía pública, es oportuno agregar que la consolidación de aquel en esa vía responde, por una parte, a:

La legitimación del uso del espacio que se da como “resultado de la permanente negociación entre los comerciantes en vía pública y los miembros del sistema político-institucional; y [por la otra parte], a la construcción de un conjunto de reglas no reconocidas jurídicamente que permiten la organización en tales espacios” Silvia, (2007, pág. 51)

Como lo hacen ver Portes y Castells, citada por Gonzales Catalan, (2012), puede existir una cierta tolerancia, debido a ciertos intereses

políticos, de parte de los organismos del Estado para con las actividades informales:

“Si bien a menudo se persiguen las actividades informales, el sector informal como un todo tiende a desarrollarse bajo los auspicios de la tolerancia oficial. Los gobiernos toleran y hasta fomentan las actividades económicas informales como manera de resolver conflictos sociales en potencia o de ganar apoyo político”.

Tal como señalan los autores citados, la legitimación a la que se hará referencia en estas líneas, no es la que tiene que ver con estatutos o leyes que avalen la situación, aunque está en relación con ella, por ser su contraparte; más bien se refiere a esa legitimación reconocida de manera implícita: “El representante del Estado como agente regulador puede ser, también, permisivo con ciertas prácticas de ocupación del espacio. Hay dos elementos que determinan fuertemente esta “actividad emisiva”: la reiteración de ciertas prácticas y, especialmente, su consolidación en el tiempo” Rincon, (2006, pág. 695). Aquí estaríamos asumiendo que el comercio informal en vía pública, por definición, no estaría aceptado legalmente – este es, por leyes que lo avalan-- en vez de eso, se genera una aceptación tácita que tiende a ser formalizada en el trato directo con los agentes del Estado.

Según este mismo autor, esta legitimación implícita también, en cierta forma, como connivencia, que es cuando los organismos estatales toleran y disimulan ciertas infracciones a ciertas leyes.

1.3.4 Teoría de campos y hábitos

1.3.4.1 Campos, interacción y subjetivización

Para hacernos entender su teoría de los campos, Bourdieu, citado por Aranda, (2002) nos dice que, los sujetos se hallan inscritos en espacios sociales estructurados y dinámicos, a los que responden y son capaces de modificar mediante la constante transformación del hábitus, del mismo modo nos dice que se trata de esferas de la vida social que han logrado autonomía a través de la historia, a partir de ciertas relaciones sociales, intenciones, intereses y recursos particulares que los diferencian de otros ámbitos o campos (pág. 218).

Hay que ser claros en saber que estas esferas actúan “como espacios multidimensionales donde lo simbólico tiene una importante función reproductora, los campos administran y orientan la energía social y son capaces de construir aspiraciones e imaginarios colectivos.” Vizcarra, (2002, pág. 55). Lo cual se entiende como la internalización del campo, donde los sujetos sustraen lo propio de éste y lo subjetivizan, participando en él con sus intereses y expectativas de vida.

Para que un campo funcione, se necesita que, por una parte, algo haya en juego y, por la otra, sujetos dispuestos a jugar, que estén dotados de lo que se denomina habitus, lo que implica el conocimiento y reconocimiento de las leyes inherentes al juego. En efecto, los campos son espacios de discrepancia y pugna entre grupos de agentes que sostienen diferentes perspectivas sobre el funcionamiento, los objetivos y las orientaciones al interior de cada uno de estos ámbitos de interrelaciones sociales, Bourdieu (2003, pág. 136) y, sin embargo, no podrían participar en este juego o

pugna interna si no estuvieran interiorizados del mismo habitus y no compartieran intereses comunes:

Un campo, se define entre otras cosas definiendo objetos en juego e intereses específicos, que son irreductibles a los objetos en juego y a los intereses propios de otros campos y que no son percibidos por nadie que no haya sido construido para entrar en el campo. Para que un campo funcione es preciso que haya objetos en juego y personas dispuestas a jugar el juego, dotadas con los habitus que implican el conocimiento y el reconocimiento de las leyes inmanentes del juego. Bourdieu, (2003) citado por (Gozales Catalan, 2012, pág. 37)

En consecuencia, cada campo, como espacio de relaciones entre sujetos, posee un hábito propio, dado por los sujetos que lo habitan como por las relaciones existentes entre ellos; siendo así, cada campo internaliza en los sujetos sus condiciones particulares y los sujetos externalizan en el campo sus intereses y expectativas personales. Los sujetos van teniendo distintas perspectivas de cómo funciona su campo y a causa de esto se van generando pugnas internas que van manteniendo o modificando el campo y que van manteniendo o modificando el hábito propio del campo que se encuentra en cada uno de los individuos que lo conforman.

Dicho en breve, los campos son espacios más sociales que físicos, a donde confluyen sujetos que van desarrollando relaciones entre ellos, lenguajes e intereses comunes que se van externalizando dentro del campo y pasan a formar parte de él.

1.3.4.2 Hábitos, conciencia interna y externa

El concepto de hábitos hay que entenderlo como las formas en que las estructuras sociales se interiorizan, los hábitos se van configurando a partir de las diversas formas de vida, como un verdadero sistema de disposiciones perdurables y transponibles, ya que se trata de tendencias a percibir, sentir, hacer y pensar de una determinada manera, que se han asimilado e incorporado por lo general inconscientemente por cada individuo, así como de acuerdo con su “recorrido” social. El hábitus tiene una función integradora de las disposiciones, lo que les permite a las personas lograr continuidad en sus vidas. Sirve para darle concordancia a la vida individual de los sujetos y el mundo que los rodea. Aranda, (2002, pág. 223), “La relación entre el hábitus y el campo es, ante todo, una relación de condicionamiento: el campo estructura el habitus, que es producto de la incorporación de la necesidad inmanente de este campo o de un conjunto de campos más o menos concordantes”, por el hábitus se clasifica el entorno y al hacerlo los sujetos se clasifican a sí mismos, dejando ver la posición social que los identifica con un grupo de pertenencia y al mismo tiempo los diferencia de otros grupos sociales. Es a través de este proceso que cada sujeto individualmente reconoce su campo de vida cotidiana, se maneja en él, genera relaciones con otros sujetos con los que comparte su campo y que, sus expectativas y metas coinciden con el campo en el que se encuentran, el hábitus vendría siendo “El lenguaje, el sistema de comunicación de cada campo, que genera la conexión entre los sujetos que comparten el campo” Gonzales Catalán, (2012, pág. 39).

1.3.5 Enfoques de informalidad

a) Hernando de Soto.

Para Hernando de Soto es su obra “El Otro Sendero” el origen de la informalidad es una atención creciente hacia una intervención exagerada del estado en la sociedad civil y en la actividad económicas; es decir surge como una respuesta ante las ineficientes y distorsiones introducidas por el estado dentro de un proceso histórico de una economía mercantilista, donde se incrementan de manera desmesurada los costos de transacción y legalización que resultan inalcanzables para los informales, optando por el no respeto por las leyes y constituyéndose en una alternativa de sobrevivencia y de ejercer su iniciativa económica.

b) José Matos Mar

Desde la perspectiva antropológica planteada por José Matos Mar en su obra “Desborde Popular y Crisis del Estado”, caracteriza a la informalidad en base a la falta de presencia del Estado.

La informatización es un proceso que ha creado y sigue incesante y sutilmente creando nuevos patrones o pautas de conducta, valores, comportamientos, actitudes, normas, creencias y estilos de vida, que se traducen en múltiples y variadas organizaciones primarias sociales, económicas y educativas, lo cual significa uno de los mayores cambios de toda nuestra historia, estas transformaciones se enmarcan en el cambio de la composición de la base social por la informalización de la economía, así los terratenientes serranos de antaño y la división agro exportadora de la costa ya no tienen presencia directa en el campo; los financieros y grandes

comerciantes han perdido fuerza y la capacidad de influencia sobre el estado ; nuevos sectores de poder económico han surgido de actividades licitas e ilícitas de la construcción (vías ilícitas favorecidos por los distintos gobiernos).

1.3.6 Actuar al margen de la ley fiscal

El actuar al margen de las leyes fiscales, significa que, los comerciantes no cumplen con las disposiciones que emana las autoridades en cuanto se refiere al pago de todo tipo de tributos, tanto al gobierno central como a los gobiernos locales, esto por los excesivos trámites burocráticos que existe, así como también del costo que origina los procesos de formalización.

Es por ello e Hernando de Soto en su obra “el otro sendero” lo cataloga como extra legales al cual los denomina “enérgicos pioneros” de la economía peruana manifestando también que el principal enemigo de estos comerciantes es el sistema legal vigente, que los excluye. Hernando de soto, indica que:

Existe la lucha de clases en el Perú. Pero la principal línea que biseca hoy a la sociedad peruana no es una horizontal que separa empresarios de trabajadores, en que los de arriba se enriquecen con la plusvalía del trabajo mal pagado de los de abajo. Por el momento la principal línea divisora es una frontera vertical, a cuya derecha están los políticos, burócratas y empresarios que ganan y viven de los favores del gobierno, y a cuya izquierda están los productores legales y extralegales excluidos del favor. Los pobres están votando con los pies contra el sistema mercantilista. En el Perú, o ingresan a las fragmentadas e incipientes economías del sector extralegal o migran por millones a los países desarrollados (págs. 16-17).

1.3.7 Pago de impuestos

El pago de impuestos es un tema el cual repercute en los comerciantes ambulantes envista de que reduce las ganancias que podrían obtener en la venta del día.

Vivir en sociedad implica una serie de acciones de control que se encaminan a la organización, integración y dirección de las voluntades personales con el fin de lograr metas comunes y socialmente aceptadas. Definir y alcanzar dichas metas no es un proceso sencillo, ya que requiere afrontar los conflictos que surjan entre las personas hasta lograr la aceptación y asimilación de las soluciones. Todo esto resulta en hábitos, actitudes y valores que adquieren las personas al compartir su historia y experiencia, conformando una cultura nacional. Beltrán Villalva, (2003, pág. 75).

Según Procuraduría de la defensa del contribuyente (PRODECON), (2013)

La idea del buen ciudadano se relaciona con el cumplimiento de sus deberes y obligaciones, como la de pagar impuestos, obligación que tiene como fin satisfacer las necesidades del grupo social, necesidades que una persona por sí misma difícilmente podría conseguir, por ejemplo, la construcción de calles, alumbrado público, carreteras, escuelas, hospitales, aeropuertos, tribunales, entre otros. Al respecto, no se debe olvidar que el pago de tributos debe cumplir ciertos principios que lo legitiman, como son: la igualdad tributaria, la capacidad contributiva, el principio de reserva de ley y el destino del gasto público. El pago de impuestos que se hace al

Estado para satisfacer necesidades identificadas como colectivas, en nuestro país se encuentra conceptualizado como “contribuciones”, las cuales derivan de diversas actividades que involucran lo relativo a la propiedad, al ingreso, la compraventa de ciertos productos y servicios, la seguridad social, y los servicios que proporciona el propio Estado como son las licencias o permisos, por mencionar algunos. Todo el dinero que se paga por concepto de contribuciones forma parte de los ingresos del Estado, que al ser ejercidos se traducen en beneficios materializados en los distintos servicios y obras públicas, como mantenimiento y continuidad de la estructura jurídico-política de las funciones estatales. (pág. 8).

Bajo este panorama, los ciudadanos que cumplen con sus obligaciones fiscales, entienden que la ciudadanía “no sólo se trata de que vean respetados sus derechos, no se trata sólo de que sean beneficiarios de la acción de la comunidad política, sino de que ellos tienen que ser también los agentes de la comunidad política, los protagonistas, los que construyan esa comunidad” Cortina, (2008, pág. 15).

Sin embargo, Barros Vio, (2013), respecto al pago de impuesto ejemplifica de manera detallada como sigue:

El pago de impuestos no es un juego entre los individuos que hacen las políticas y la “naturaleza”. Los contribuyentes están del otro lado de la cancha. El partido, que involucra individuos con preferencias, estrategias y comportamientos diferentes, es mucho más complejo e incluye interacciones y expectativas. El nivel de tasa impositiva y el número de contribuyentes no son suficientes para determinar los ingresos gubernamentales. Si los contribuyentes

tuvieran apenas dos opciones, cumplir o no cumplir con las leyes fiscales, sería necesario responder a una segunda pregunta para poder predecir los posibles resultados de tal interacción: ¿por qué algunas personas pagan sus impuestos y otras no lo hacen? La manera más directa para empezar a responder a la pregunta ¿por qué algunas personas pagan sus impuestos y otras no? – es utilizar la misma estructura del dilema del prisionero. Pero en este caso, en lugar de analizar la interacción entre dos prisioneros, este juego concierne el dilema que enfrentan los contribuyentes. En esta adaptación, ellos se encuentran con dos opciones: pagar o no pagar los impuestos de un bien común (, el mejor resultado individual es ahorrar el dinero y usarlo en otros gastos. Sin embargo, si los dos jugadores deciden hacer lo mismo, el servicio no será suministrado. Aunque el suministro de un bien común es del interés de todos, la motivación para conseguirlo gratis debilita la contribución, resultando en un equilibrio donde nadie paga los impuestos y el servicio público no es provisto.

Tabla 2,

Problema del bien común con dos personas y dos opciones.

		Jugador A	
		Cumple	No cumple
Jugador B	Cumple	4.4	3.6
	No cumple	6.3	0.0

Fuente: Barros Vio, (2013).

Este triste juego resalta la naturaleza del problema del bien común como los servicios públicos, por ejemplo, la defensa nacional, son indivisibles, no pueden ser fraccionados con precios a ser cobrados a cada individuo de una comunidad. Lo que significa que no se puede impedir el consumo

de los que no pagan. El que lo consigue gratis, también llamado polizón o aún *free rider*, puede beneficiarse del servicio público proveniente de los esfuerzos de los demás sin hacer ninguna contribución. Siguiendo esta idea, sería esperado que, sin ningún tipo de imposición, nadie pagara sus impuestos o contribuiría económicamente a una causa. (págs. 3-5).

1.3.7.1 Teoría de Eheberg.

Expresa que el pago de los tributos es un deber que no necesita un fundamento jurídico especial. Eheberg considera el deber de tributar como un axioma que en sí mismo no reconoce límites pero que los tiene en cada caso particular en las razones de oportunidad que aconseja la tendencia de servir el interés general. El último fundamento jurídico del tributo es precisamente el de que no necesita fundamento jurídico alguno. A sí como la nación y el estado, no sólo en casos graves, sino fundamentalmente en todo tiempo, pueden pedir la ofrenda de la vida a todo ciudadano, sin que para ello necesite ningún fundamento jurídico especial, así también tratándose de la ofrenda de cosas mucho menos valiosas que la vida, debe considerarse como un axioma el que cada cual debe aportar a la comunidad las fuerzas y valores económicos de que dispone, cuando así lo exige el bien general.

De esta manera, de acuerdo con esta teoría el fundamento Jurídico del tributo es, precisamente que no necesita ningún fundamento jurídico para justificar su existencia.

Aquí se compara a la tributación con la vida de los ciudadanos la ofrendan de sus vidas, sin que para ello sea necesaria la existencia de fundamento jurídico alguno, para exigir la ofrenda de cosas menos valiosas

que la vida, no es necesario la existencia de un fundamento jurídico, porque todos los ciudadanos deben aportar a la comunidad de fuerzas y valores económicos de que disponen, cuando lo exige el bienestar general.

1.3.7.2 Teoría de la Tributación según David Ricardo.

Señala que; “el problema principal de la economía política, consiste en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan”. Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros, a veces en el mismo tiempo.

En concordancia con lo citado anteriormente, el mismo autor señala, que el reparto o distribución de la riqueza, es precisamente la cuestión más susceptible de ser influida por las ideas políticas y sociales, ya que se pone en ella de manifiesto la pugna entre los intereses económicos de las distintas clases sociales. Y por ello, estableció la importancia de los impuestos, puesto que son una parte del producto de la tierra y del trabajo de un país, que se pone a disposición del Gobierno, y su importe se paga, deduciéndolo del capital o de las rentas del país.

Ahora bien, esa capacidad para pagar los impuestos, no depende del valor total en dinero de la masa de mercancías, ni del valor en dinero de los ingresos netos de los capitalistas, sino del valor en dinero de los ingresos de cada individuo, comparados con el valor en dinero de las mercancías que consume habitualmente.

Por lo tanto, debiera ser tarea de los gobiernos (previa recaudación eficiente de los tributos) estimular al sector privado, para que aumenten sus capitales y rentas, con la finalidad de diversificar el aparato productivo, dar incentivos para incrementar la producción, a través de mejoras en la productividad, para así generar nuevas fuentes de trabajo, con el objeto de aumentar el consumo, el ahorro y la inversión, a fin de crear mayores niveles de satisfacción a la población.

1.3.8 Comercio Ambulatorio

Tradicional mente el comercio ambulatorio ha sido considerado como actividad informal por antonomasia. Sin embargo, no es más que una de las distintas manifestaciones del problema, que consiste en el desarrollo de actividades comerciales en la calle, al margen de las disposiciones legales. El término “comercio ambulatorio” evoca dos actividades definidas: la del comerciante que ronda por la ciudad ofreciendo productos sin un lugar Fijo donde establecerse, y la del comerciante que expende mercadería o presta servicios desde un puesto fijo en la vía pública. (De soto, El otro sendero, 2009, pág. 90). Adema el mismo autor manifiesta que se habla de dos clases de comercio ambulatorio, que son:

La primera es la itinerante; este carece de ubicación fija y operan a una escala bastante reducida ofreciendo su mercadería al paso, este no posee mayor capital físico ni recibe crédito, sino que básicamente gana experiencia de la competencia.

El comercio ambulatorio según (Calderon , 2013). “se desarrolla en compras en pequeñas cantidades, mayormente de baratijas, víveres y alimentos

no perecibles. Asimismo deambulan por las calles hasta vender sus productos” (pág. s/n).

El segundo es un lugar fijo en la vía pública; supone que el ambulante ha dejado previamente de rondar, luego ha identificado el lugar no invade arbitrariamente sino previo análisis económico del lugar, examina además la resistencia que le puedan oponer otros ambulantes que ya estén en la plaza o que la cantidad de gente que se reúna por esa zona este dispuesta a consumir su mercadería. “Ocurre cuando el comerciante deja de deambular por las calles para querer establecerse en un lugar fijo invadiéndolo. El comerciante valoriza la ubicación apreciando el número de clientes potenciales donde el objetivo es determinar la oportunidad de explotar la ubicación” (pág. s/n)

Si nos detenemos a analizar las unidades productivas que no cuentan con local, observamos que existen diferencias significativas entre los negocios no agropecuarios del sector “formal” de los hogares y los del sector informal.

La figura Nro. 6, muestra que el 65% de las unidades productivas informales operan en las calles como ambulantes o en vehículos de transporte (35% y 30% respectivamente). Casi la cuarta parte (23%) de las unidades productivas informales operan en el domicilio de sus clientes y el 12% restante en un puesto improvisado. Las unidades productivas “formales”, por el contrario, operan mayoritariamente en el domicilio de sus clientes (53%), y en menor medida en la calle como ambulantes, en vehículos o puestos improvisados (22%, 20% y 5% respectivamente).

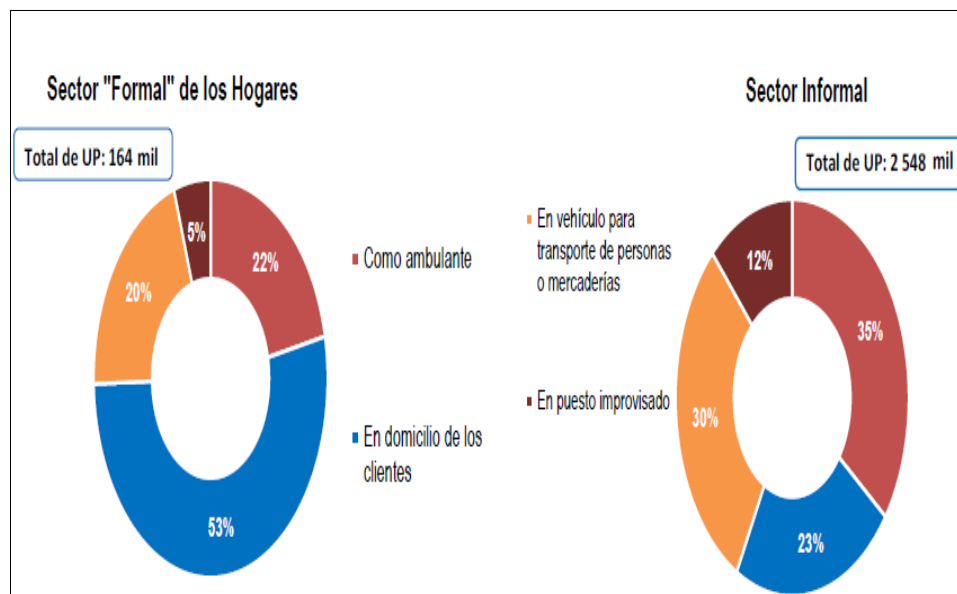


Figura 6, Perú: unidades productivas no agropecuarias de los hogares, sin local, según lugar donde se desempeña el negocio, 2012.

Fuente: INEI. - Encuesta Nacional de Hogares 2012.

Por otro lado, las unidades productivas que cuentan con local tienen también patrones diferentes según su pertenencia al sector informal o “formal” de los hogares. La figura 6, muestra que el local de las unidades productivas informales es mayoritariamente la vivienda del hogar (54%). En cambio, las unidades productivas “formales” cuentan con local exclusivo para el negocio (36%), incluso si se encuentra dentro de la vivienda (30%).

Estos resultados ponen en evidencia un concepto básico de los hogares con unidades productivas de mercado, según el Sistema de Cuentas Nacionales, el cual hace referencia que resulta difícil separar los activos de estos hogares con los del negocio.

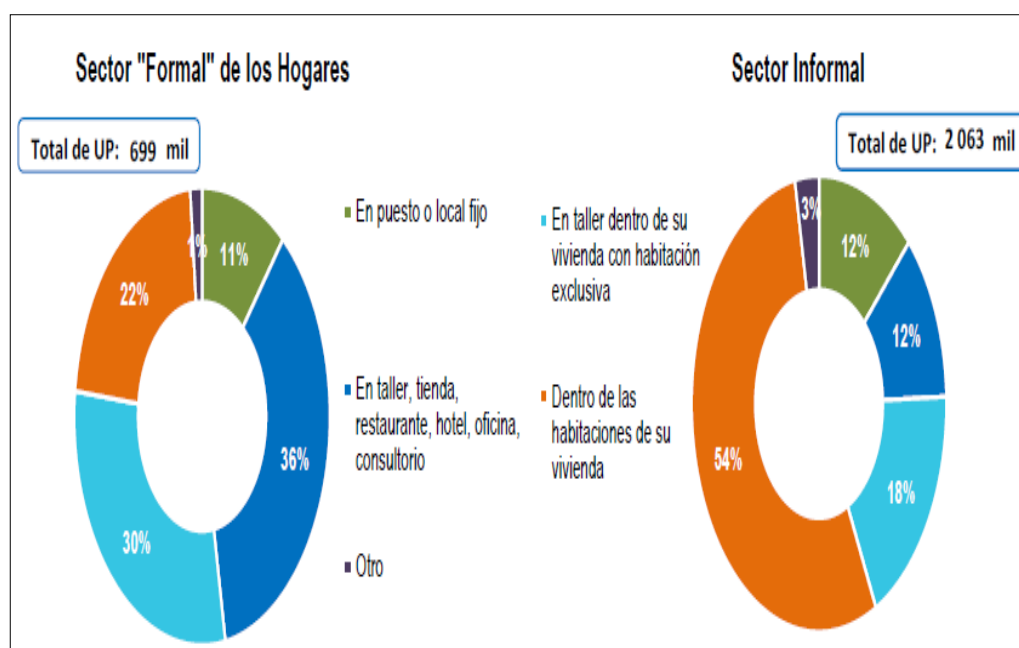


Figura 7, Perú: unidades productivas no agropecuarias de los hogares, con local, según lugar donde se desempeña el negocio, 2012.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares 2012.

1.4 Marco conceptual

- ❖ **Ambulante.** -Es aquella persona que comercializa sus productos sin tener un lugar fijo de venta, y que se traslada de un lugar a otro en busca de sus clientes.
- ❖ **Campo.** - Los campos son espacios más sociales que físicos, a donde confluyen sujetos que van desarrollando relaciones entre ellos.
- ❖ **Comercio Informal.** -El comercio surge y se desarrolla en las calles bajo la denominación de comercio ambulante, la gente comenzó a invadir la vía pública, cuyo uso para realizar sobre ella actos de disposición y utilizarla para su operación comercial sin licencias, dar facturas ni pagar impuestos.
- ❖ **Contribuyente.** - Es aquella persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

- ❖ **Cultura Tributaria.** - Es aquella que la persona debe tener conocimientos de las responsabilidades fiscales y pagos de impuestos, cronograma y modificaciones.
- ❖ **Delito Tributario.** - Acto por el cual una persona valiéndose de cualquier artificio, engaño, astucia o de otra forma fraudulenta, en provecho propio o de un tercero, deja de pagar en todo o en parte un tributo pre establecido por la ley.
- ❖ **Extralegal.** - Es cuando la persona actual fuera del marco de la ley por diferentes motivos.
- ❖ **Fisco.** - Es el órgano del estado que se encarga de recaudar y exigir a los contribuyentes el pago de sus tributos, así como la administración de dichos tributos.
- ❖ **Free Rider.** - Es una expresión inglesa utilizada en economía para referirse a aquellos consumidores de bienes o servicios indivisibles, sobre todo públicos, que se benefician de ellos sin pagar contraprestación alguna; así como a la utilización excesiva de algo por el simple hecho de que sea gratuito.
- ❖ **Hábitus.** - El lenguaje, el sistema de comunicación de cada campo, el sistema que genera la conexión entre los sujetos que comparten el campo.
- ❖ **Informalidad.** - Es el conjunto de unidades económicas que no cumplen con todas sus obligaciones tributarias.
- ❖ **Obligaciones Tributarias.** - Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. Por tratarse de una obligación, puede ser exigida de manera coactiva.
- ❖ **Racionalidad económica.-** Consiste en seleccionar entre diferentes alternativas. Esta selección o selecciones se refieren a objetos económicos (necesidades-recursos) y su orden se basa en estimaciones de valor y coste.
- ❖ **Tributo.** - Son las prestaciones en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio, en virtud de una Ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines.

CAPITULO II

HIPOTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis

2.1.1 Hipótesis general

La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

2.1.2 Hipótesis específica

H.E.1. El incumplimiento voluntario influye de terminantemente en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

H.E.2. La moral tributaria influye en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

H.E.3. Si las actitudes frente al deber de contribuir fueran positiva entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

2.2 Variable y definición operacional de variables.

Variable	Dimensiones	Indicadores
V.I Cultura Tributaria	Cumplimiento tributario voluntario	<ul style="list-style-type: none"> • Percepciones del contribuyente • Conciencia tributaria
	Moral tributaria	<ul style="list-style-type: none"> • Ética del comerciante • Ética de los recaudadores
	Actitudes frente al deber de contribuir	<ul style="list-style-type: none"> • Homo economicus • chalanero • malhumorado
V.D Informalidad	Actuar al margen de la leyes fiscales	<ul style="list-style-type: none"> • No cumple las disposiciones
	Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> • Declaración en la SUNAT • Emisión de comprobantes de pago
	Comercio ambulatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Itinerante • Lugar fijo en la vía pública

Figura 8, Variables, dimensiones e indicadores.

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

En la presente tesis se empleara la investigación científica de tipo aplicativo, cuyo propósito es producir cambios en un sector de la realidad, enfocada en la solución de problemas más que sobre la formulación de teorías.

Según (Arotoma Cacñahuaray, 2007), “La Investigación aplicada busca conocer la realidad para transformarla y resolver problemas (pág. 163).

3.1.2 Nivel de investigación

Según (Hernandez Sampieri, 2014), sobre el nivel de investigación manifiesta que:

“La investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Como su nombre lo indica su interés se centra en por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o porqué se relacionan dos o más variables” (pág. 95).

3.2 Método y diseño de la investigación

3.2.1 Método de investigación

El desarrollo del presente trabajo de investigación científica, se sitúa dentro del cuadro del método de investigación: deductivo.

Teniendo en cuenta que, en toda investigación científica, el método deductivo es partir desde lo general hasta lo particular en los hechos o fenómenos de la realidad.

Según (Hernandez Sampieri, 2014), define “como el más indicado para un descripción ordenado, coherente y lógico del problema bajo el tratamiento de premisas verdaderas y la conducción a sus conclusiones, identificación de las partes, las mismas que permitirán establecer la relación causa-efecto, relacionarlos y crear explicaciones” (pág. 33).

3.2.2 Diseño de investigación

Para el presente trabajo de investigación se aplicó el diseño: “No experimental, transeccional / correlacional - causal”.

Según (Hernandez Sampieri, 2014), “El diseño de investigación no experimental podría definirse como la investigación que se realizan sin manipular deliberadamente variables es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional la variables independientes para ver su efecto sobre otras variables; lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (pág. 149)”. De acuerdo a la ubicación en el tiempo es una investigación de tipo transversal, los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, es decir, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado (pág. 154)”.

A su vez los diseños transeccionales pueden dividirse en tres: exploratorias, descriptivos y correlaciones/causales; Basándonos

específicamente en el tipo de diseño transeccionales correlaciones/causales, estos diseños según (Hernandez Sampieri, 2014), “describen relaciones entre dos o más categorías ,conceptos, conceptos o variables en un momento determinados ya sean en términos correlacionales, en función de la relación causa – efecto tiene como propósito describir las variables y analizar sus incidencia e interrelación en un momento, ya sean en términos correlacionales, o en función de la relación causa – efecto (pág. 157)”.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

3.3.1.1 Características y delimitación

La población es eminentemente comercial, constituida por pequeñas unidades de negocio como ambulantes y comerciantes, en el centro poblado las Américas que consta de un total de 969 unidades económicas. (Municipalidad provincial de Abancay, 2014).

3.3.2 Muestra

3.3.1.2 Técnicas de muestreo: probabilístico no probabilístico

3.3.1.2.1 Muestreo probabilístico

En el muestreo probabilístico. Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis (Hernandez Sampieri, 2014, pág. 175).

La muestra se trabajará con el muestreo probabilístico aleatorio simple.

$$n = \frac{NZ^2 * pq}{(e^2)(N - 1) + Z^2 * pq}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra ¿?

N = Tamaño de la población (969)

Z = Nivel de confiabilidad (95%)

e = Margen de error (5%)

P = Probabilidad de éxito (90%)

q= Probabilidad de fracaso (10%)

3.3.1.2.2 Tamaño y cálculo de la muestra

Hallando La Muestra

$$n = \frac{969 * 1.96^2 * (0.90 * 0.10)}{(0.05^2)(969 - 1) + 1.96^2 * (0.90 * 0.10)}$$

$$n = 121$$

Para el presente estudio se considerará una muestra de 121 comerciantes del centro poblado las Américas obtenida con un nivel de confianza del 95% que los resultados encontrados en lo posible correctos.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La Recolección de información en toda investigación parte de un procedimiento

el cual se debe de cumplir para recoger los datos requeridos con la finalidad de comprobar la hipótesis central o probar la posición que hemos asumido cuando nos planteamos un problema de investigación. En la presente investigación se aplicará las técnicas de recolección de datos como: encuesta y entrevista.

3.4.1 Técnica

3.4.1.1 Encuesta

Esta técnica de recolección de información forma parte de la investigación, pues habrá un conjunto de preguntas a una muestra representativa de la población de los comerciantes el centro poblado las Américas, es un proceso a través del cual conseguiremos datos que constituirán aporte estadístico (Arotoma Cacñahuaray, 2007, pág. 127)

3.4.2 Instrumento

3.4.2.1 Cuestionario

Se aplicó un instrumento dirigido a los comerciantes del centro poblado las Américas, quienes aportaron datos sobre la Cultura Tributaria y su influencia en la informalidad del comercio ambulatorio.

3.4.3 Escala de Likert

En el proyecto de investigación se apoyará en la escala tipo Likert, para la recolección y procesamiento de datos.

Escalamiento tipo Likert, se considera como una escala indirecta debido a que ya no el encuestado determina su posición referente a un objeto, sino que, en este caso se le induce a determinar su grado de aceptación o rechazo frente a un conjunto de enunciados que muestran características

positivas y negativas del objeto puesto en estudio. La aplicación de la escala de Likert es necesario conocer que funciona con una escala de apreciaciones que van de acuerdo con el grado de aceptación o discrepancia que presenta el encuestado frente a un objeto, consecuentemente debe contener las apreciaciones de mayor aceptación y las de profundo rechazo.

3.5 Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de datos se hizo de forma automatizada con la utilización de medios informáticos. Para ello, se utilizaron el soporte informático SPSS 19.00, paquete con recursos para el análisis descriptivo de las variables y para el cálculo de medidas inferenciales; y Excel, aplicación de Microsoft Office, que se caracteriza por sus potentes recursos gráficos y funciones específicas que facilitan el ordenamiento de datos. Las acciones específicas en las que se utilizaron los programas mencionados son las siguientes:

En lo que respecta a Excel:

Registro de información sobre la base de los formatos aplicados. Este procedimiento permitió configurar la matriz de sistematización de datos, que se adjunta al informe.

En cuanto al SPSS 19.00:

Elaboración de las tablas de doble entrada que permite ver el comportamiento conjunto de las variables según sus categorías y clases.

Desarrollo de la prueba Chi cuadrado(χ^2) y cálculo de la probabilidad asociada a la prueba.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Análisis situacional de la cultura tributaria y la informalidad del comercio.

Tabla 3:

Comerciantes por cumplimiento tributario voluntario en el centro poblado las Américas.

Nº	COMPONENTES	nada de acuerdo		regularmente de acuerdo		muy de acuerdo	
		N	%	n	%	n	%
P1	¿Está usted de acuerdo con el cobro diario de arbitrios (tickets) por parte de la municipalidad?	28	23,1	39	32,2	54	44,6
P2	¿Los tributos que recauda la municipalidad ¿cree que contribuye a mejorar los servicios públicos en beneficio común de la sociedad?	22	18,2	55	45,5	44	36,4
P3	¿Usted pagaría sus tributos por iniciativa propia sin que el estado le obligue?	54	44,6	45	37,2	22	18,2
P4	¿Pagaría usted sus tributos de manera voluntaria?	90	74,4	0	,0	31	25,6
P5	¿Considera que pagar sus tributos al estado es?	25	20,7	61	50,4	35	28,9

Fuente: Encuestas realizadas a comerciantes ambulantes en el centro poblado las americas-2015.

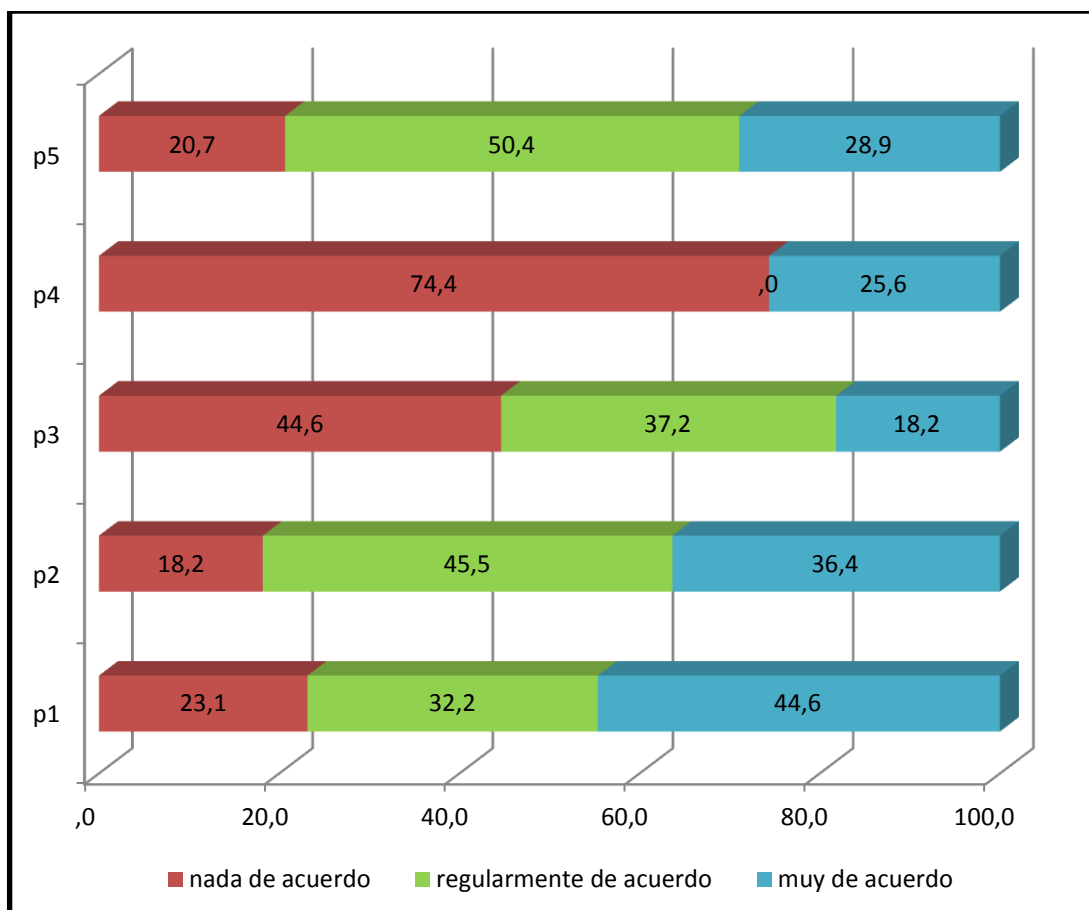


Figura 9, Cumplimiento tributario voluntario.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

El psicológico o el antropológico: la voluntad corresponde a cierta facultad humana, como expresión de cierto tipo de actos. El moral: se relaciona la voluntad con los problemas de la intención y con los aspectos requeridos para el bien. El teológico: se ha usado para caracterizar el aspecto fundamental de la realidad o personalidad divina. El metafísico: se ha considerado como un principio de las realidades y como motor de todo cambio.

En el contexto de la Administración Tributaria, citado por (Quispe Cañi, 2012). la palabra “voluntad” está asociada a los vocablos “cumplimiento de los contribuyentes al tributo” como una forma de señalar la tendencia de dicha administración para lograr la recaudación presupuestada. Esta condición requiere expresarse en un modelo que incluya una concepción de la voluntad del contribuyente y permita su participación en un marco institucional que tome en cuenta sus valores e intereses para motivarlo a dicho cumplimiento.

En ese sentido de acuerdo a esta dimensión desde el punto de vista del cumplimiento voluntario tributario, mostramos los resultados de la investigación de campo, reflejados en la tabla 3 y figura 9, se observa que la actitud frente al deber de contribuir son negativas en los comerciantes ambulantes del Centro Poblado las Américas.

De la tabla se aprecia que el 44,6% de los comerciantes considera que están de acuerdo con el cobro diario de arbitrios (tickets) por parte de la municipalidad, el 45,5% indican que están regularmente de acuerdo con, que los tributos recaudados contribuyen a mejorar los servicios públicos en beneficio de la sociedad, 44,6% de los encuestados indican nada de acuerdo a pagar los tributos sin que el estado le obligue, el 74.4% de los encuestados manifiestan nada acuerdo a pagar los tributos de manera voluntaria y un 50,4% consideran que pagar los tributos al estado es regularmente acuerdo.

Tabla 4:

Comerciantes por moral tributaria en el Centro Poblado las Américas.

N°	COMPONENTES	nada de acuerdo		regularmente de acuerdo		muy de acuerdo	
		n	%	n	%	n	%
P6	¿En su situación económica actual considera usted que no debería pagar sus tributos?	58	47,9	1	,8	62	51,2
P7	¿A su parecer contribuir al estado e malgastar su dinero?	26	21,5	62	51,2	33	27,3
P8	¿Para usted, no pagar sus tributos aumenta sus ingresos?	13	10,7	47	38,8	61	50,4
P9	¿Usted desconfía de las entidades públicas porque son ineficientes en su gestión?	9	7,4	42	34,7	70	57,9
P10	¿Si las entidades recaudadoras hacen buen uso de los recursos económicos estaría dispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias?	59	48,8	0	,0	62	51,2

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes ambulantes del centro poblado las Américas- 2015.

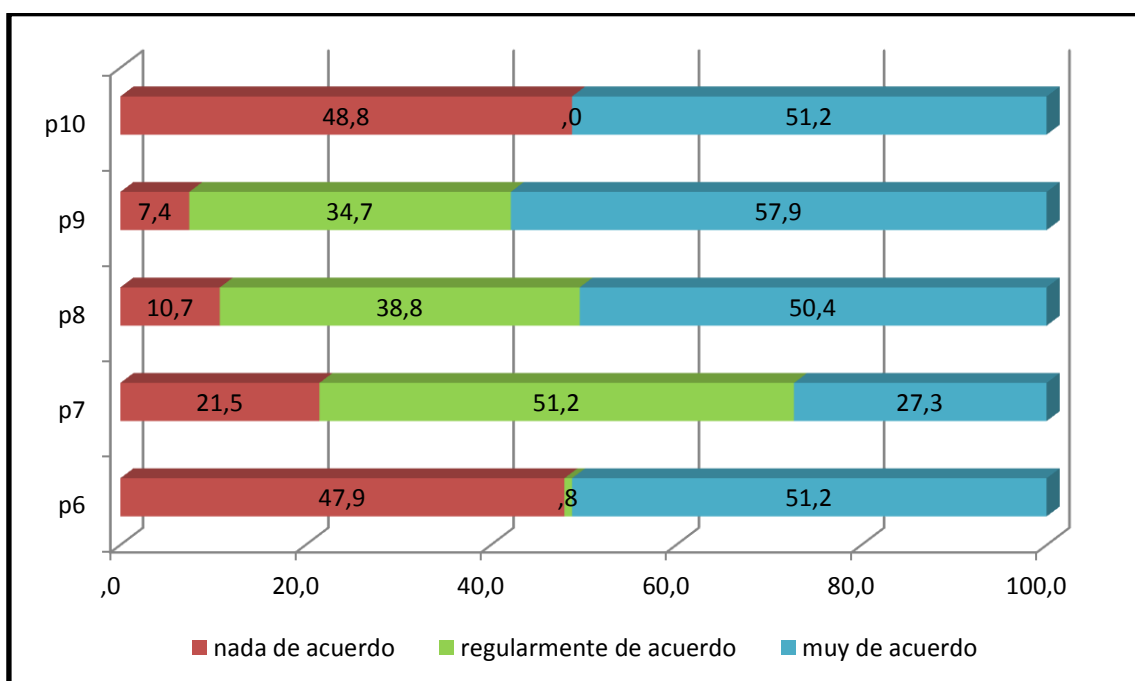


Figura 10, Moral tributaria

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas- 2015.

Interpretación:

De acuerdo a lo planteado por la (45a Asamblea general del CIAT, 2011). La Moral Tributaria se define como “el grado de compromiso o ajuste de las actuaciones en materia tributaria desarrolladas tanto por la Administración Tributaria como por el ciudadano contribuyente, con los principios y fundamentos éticos presentes en la normativa y práctica de los Sistemas Fiscales”. Así como (Méndez, 2005), al hablar de la moral tributaria plantea dos puntos:

1. La ética del contribuyente, basada en el conocimiento de su deber y de la obligación de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y
2. La ética de la Administración Tributaria, en su papel de poder público responsable de la eficaz y efectiva aplicación de un Sistema Tributario.

En ese sentido de acuerdo a esta dimensión desde el punto de vista de la moral tributaria , mostramos los resultados de la investigación de campo, reflejados en la tabla 4 y figura 10, se observa que la las actitudes frente al deber de contribuir son negativas en los comerciantes ambulantes del centro poblado las Américas, Del cuadro se observa que el 51,2% de los comerciantes no debería pagar sus tributos, seguido de un 51,2% de los encuestados manifiestan estar regularmente de acuerdo que contribuir al estado es malgastar su dinero, 50,4% indican estar muy de acuerdo con que no pagar los tributos aumenta sus ingresos a la vez un 57,9% consideran estar muy de acuerdo con que las entidades públicas son ineficientes en su gestión y 51,2% manifiestan estar muy de acuerdo, si las entidades recaudadoras hacen buen uso de los recursos económicos.

Tabla 5:

Comerciantes por actitudes frente al deber de contribuir en el Centro Poblado las Américas

N°	COMPONENTES	Nada de acuerdo		Regularmente de acuerdo		Muy de acuerdo	
		N	%	n	%	n	%
P11	¿El pagar tributos solo beneficia al estado mas no así a los ingresos económicos de usted?	31	25,6	52	43,0	38	31,4
P12	¿Para usted, el sector público es un gran derrochador del dinero que recauda?	22	18,2	54	44,6	45	37,2
P13	¿Cree que el estado debe ser más flexible con la aplicación de las normas a los micros comerciantes?	25	20,7	49	40,5	47	38,8
P14	¿Considera usted que los impuestos deba ser pagado por las grandes empresas?	33	27,3	51	42,1	37	30,6
P15	¿Cree que la gran mayoría de comerciantes no paga sus tributos?	43	35,5	39	32,2	39	32,2

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

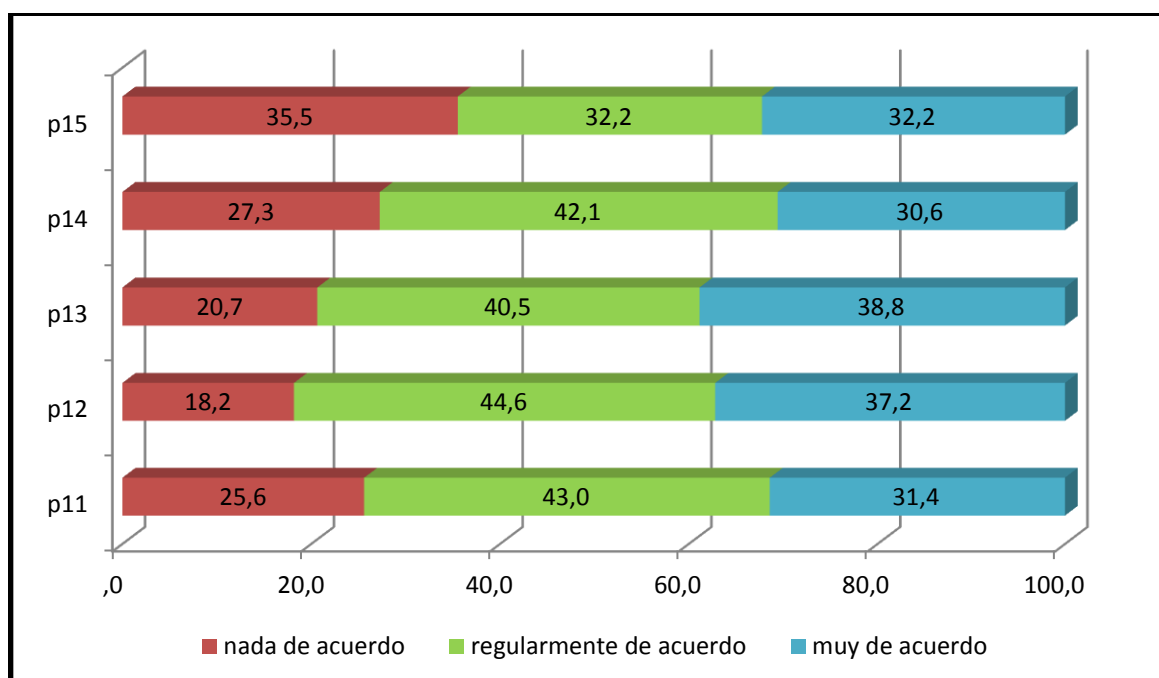


Figura 11, Actitudes frente al deber de contribuir.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

Como manifiesta (Tipke, 2002), Quien no paga los impuestos trata de “justificarse” a sí mismo y ante los demás con una serie de argumentos supuestamente válidos, como: “todo el mundo evade impuestos”, “no recibo nada a cambio”, “ya cuenta el Estado con la defraudación, y por eso fija tipos altos”, “se emplean mal los fondos”, etc. designa al contribuyente como un ser compuesto de una mezcla de sentido de la justicia, envidia, irritación y picardía. En ocasiones, en el pecho de un contribuyente pueden habitar varias almas. El intento de clasificar las actitudes de los contribuyentes en las categorías que a continuación se mencionan no quiere expresar que sea posible una clara distinción. El autor menciona tres tipos de actitudes, En ese sentido de acuerdo a esta dimensión desde el punto de vista de las actitudes de los comerciantes, mostramos los resultados de la investigación de campo, reflejados en la tabla Nro. 5 y figura 11, se observa que las actitudes frente al deber de contribuir son negativas en los comerciantes ambulantes del Centro Poblado las Américas, se tiene que el 43,0% de los encuestados indican estar regularmente de acuerdo que pagar los tributos solo beneficia al estado mas no así a los ingresos económicos del comerciante, seguido de un 44,6% de los encuestados manifiestan estar regularmente de acuerdo que el sector público es un gran derrochador del dinero que recauda, del mismo modo un 40,5% de los encuestados indican estar regularmente de acuerdo con que el estado debe ser más flexible con la aplicación de las normas a los micros comerciantes, así mismo un 42,1% indica estar regularmente de acuerdo con que los impuestos deba ser pagado solo por las grandes empresas y un 35,5% indica estar nada de acuerdo con que la gran mayoría de comerciantes no paga sus tributos.

Tabla 6:

Comerciantes por actuar al margen de la ley en el Centro Poblado las Américas

Nº	Componentes	Nunca		A veces		Siempre	
		n	%	n	%	n	%
P16	¿Cuenta usted con algún documento de permiso por el uso del espacio público?	59	57,0	0	,0	62	43,0
P17	¿Cree usted que las leyes para la recaudación de tributos está de acuerdo a la realidad de los comerciantes?	90	74,4	0	,0	31	25,6
P18	¿Cumple usted con alguna reglamentación del municipio como: resoluciones u ordenanzas?	54	44,6	50	41,3	17	14,0

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas-2015.

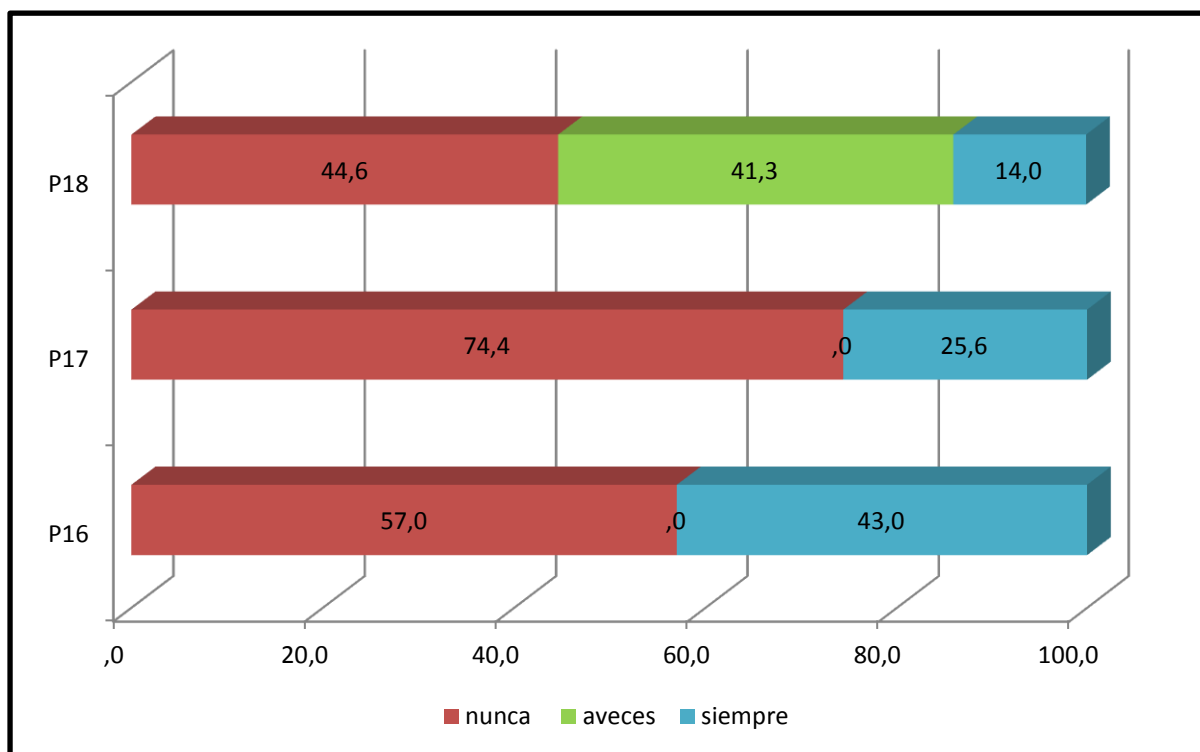


Figura 12, Actuar al margen de la ley

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas-2015.

Interpretación:

Según (De Soto, El Otro Sendero, 2009), indica que: Existe la lucha de clases en el Perú. Pero la principal línea que biseca hoy a la sociedad peruana no es una horizontal que separa empresarios de trabajadores, en que los de arriba se enriquecen con la plusvalía del trabajo mal pagado de los de abajo. Por el momento la principal línea divisora es una frontera vertical, a cuya derecha están los políticos, burócratas y empresarios que ganan y viven de los favores del gobierno, y a cuya izquierda están los productores legales y extralegales excluidos del favor. Los pobres están votando con los pies contra el sistema mercantilista. En el Perú por ejemplo, o ingresan a las fragmentadas e incipientes economías del sector extralegal o migran por millones a los países desarrollados (págs. 16-17). En ese sentido se muestra los resultados obtenidos el trabajo de campo, mostrados en la tabla 6 y figura 12, donde los comerciantes del centro poblado las Américas indican como se aprecia, que el 57,0% de los comerciantes considera que no cuenta con documentos de permiso por el uso del espacio público, así mismo un 74,0% de los encuestados considera que las leyes para la recaudación de impuestos no está de acuerdo a la realidad de los comerciantes , y un 44.0% de los encuestados reflejaron que no cumple con alguna reglamentación del municipio como: resoluciones u ordenanzas.

Tabla 7:

Comerciantes por recaudación de impuestos en el Centro Poblado las Américas.

Nº	COMPONENTES	Nunca		A veces		Siempre	
		n	%	N	%	n	%
P19	¿Usted emite algún comprobante de pago como facturas, boletas de venta, ticket u otros?	106	87,6	10	8,3	5	4,1
P20	¿Paga usted al municipio por el uso del espacio público?	15	12,4	57	47,1	49	40,5
P21	¿Usted recibió charlas por la SUNAT o la MUNICIPALDAD sobre tributación?	95	78,5	25	20,7	1	,8
P22	¿Si emite o emitiera comprobantes de pago declararía puntualmente a la SUNAT?	42	34,7	64	52,9	15	12,4
P23	¿Cree usted que no debe declarar a la SUNAT por que tiene pocos ingresos?	55	45,5	0	,0	66	54,5

Fuente: Encuestas realizadas a comerciantes ambulantes del centro poblado de las americas-2015.

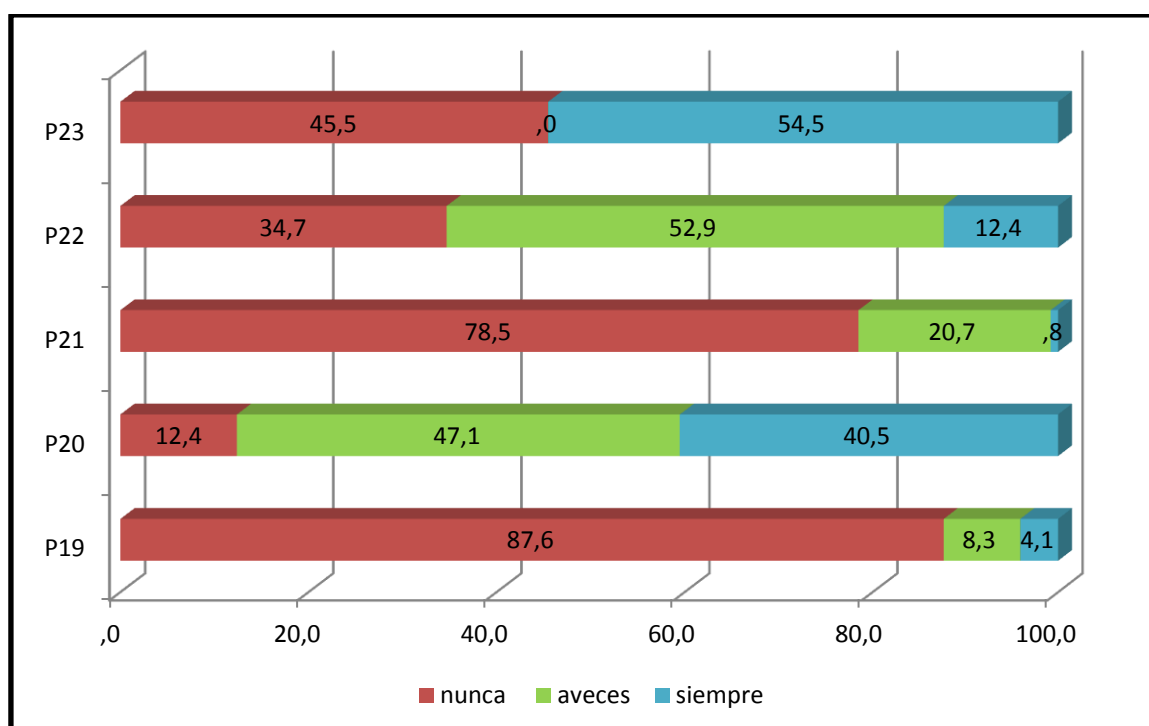


Figura 13, Recaudación de impuestos.

Fuente: Encuestas realizadas a comerciantes ambulantes del centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

Según (Procuraduría de la defensa del contribuyente (PRODECON), 2013), La idea del buen ciudadano se relaciona con el cumplimiento de sus deberes y obligaciones, que tiene como fin satisfacer las necesidades del grupo social, necesidades que una persona por sí misma difícilmente podría conseguir, por ejemplo, la construcción de calles, alumbrado público, carreteras, escuelas, hospitales, aeropuertos, tribunales, entre otros. Al respecto, no se debe olvidar que el pago de tributos debe cumplir ciertos principios que lo legitiman, como son: la igualdad tributaria, la capacidad contributiva, el principio de reserva de ley y el destino del gasto público. (pág. 8). En ese sentido los resultados obtenidos del trabajo de campo reflejados en la tabla 7 y figura 13, se tiene que los ambulantes del centro poblado las Americas no tienen en cuenta el bien que pueda generar el pago de los impuestos, dicho resultado muestra como sigue, del cuadro se tiene que el 87,6% de los comerciantes manifiesta que no emiten comprobantes de pago como: facturas, boletas, tickets u otros por la venta de sus productos, del mismo modo el 47,1% indican que a veces se paga por el uso del espacio público mas no así constantemente, así mismo un 78,5% de los encuestados indican que nunca recibieron charlas por parte de la SUNAT y/o la municipalidad sobre tributación, como también el 52,9% considera que si emite o emitiera comprobantes de pago solo a veces declararía puntualmente a la SUNAT en un 54,5% cree que nunca deberían de declarar a la SUNAT por que posee pocos ingresos solo para solventar su hogar.

Tabla 8:

Comerciantes por informalidad comercio ambulatorio en el Centro Poblado las Américas.

Nº	Componentes	Nunca		A veces		Siempre	
		N	%	n	%	n	%
p24	¿Cree usted que la falta de trabajo es motivo para a que venda en la calle?	29	24,0	0	,0	92	76,0
p25	¿Usted es un comerciante eventual?	69	57,0	31	25,6	21	17,4
p26	¿Su puesto de venta siempre es un lugar fijo en la calle?	29	24,0	41	33,9	51	42,1
p27	¿Usted vende su producto donde se concentre gran cantidad de persona?	7	5,8	32	26,4	82	67,8
p28	¿Usted anda en busca de sus clientes?	43	35,5	45	37,2	33	27,3

Fuente: Encuestas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

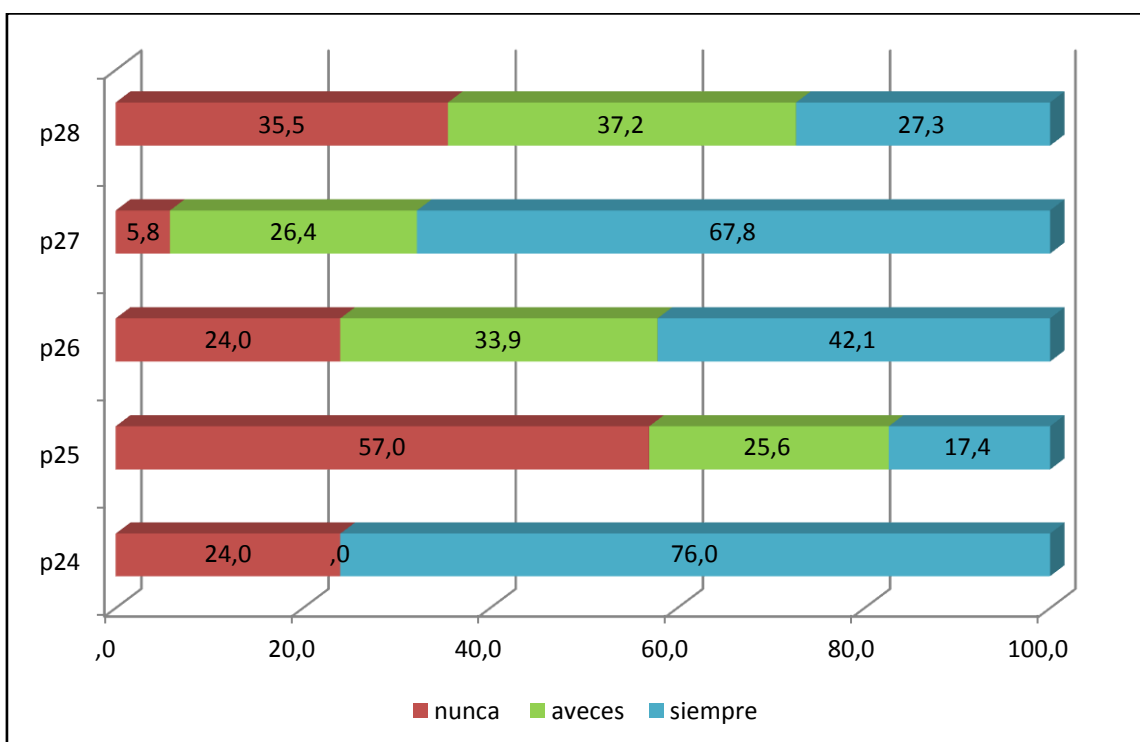


Figura 14, Informalidad del Comercio ambulatorio.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

El comercio ambulatorio de acuerdo a lo planteado por (De Soto, El Otro Sendero, 2009, pág. 90). Tradicionalmente ha sido considerada como actividad informal por antonomasia. Sin embargo, no es más que una de las distintas manifestaciones del problema, que consiste en el desarrollo de actividades comerciales en la calle, al margen de las disposiciones legales. El término “comercio ambulatorio” evoca dos actividades definidas: la del comerciante que ronda por la ciudad ofreciendo productos sin un lugar fijo donde establecerse, y la del comerciante que expende mercadería o presta servicios desde un puesto fijo en la vía pública. En ese sentido se muestran los resultados de la investigación de campo, relejados en la tabla 8 y figura 14, tenemos que los comerciantes del centro poblado las Américas, indican en un 76,0% la causa fundamental para que sea un comerciante ambulante es la falta de trabajo, del mismo modo el 57,0% mencionan que no son comerciantes eventuales, mas al contrario se dedican a esta actividad todos los días, así como también el 42,1% de los encuestados indican que su puesto de venta es un lugar fijo en la vía pública, seguido de un 67,8% de los comerciantes encuestados vende su producto donde hay mayor concentración de personas y el 37,2% manifiesta que a veces anda en busca de sus clientes.

4.2 Discusión

La presente investigación es válida porque se respalda en modelos teóricos a su vez se apoya en información de fuente primaria y secundaria proporcionada por instituciones de renombre nacional como: la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) Municipalidad Provincial de Abancay ; la

variable independiente cultura tributaria se fundamenta por el planteamiento de la 45 asamblea general de la CIAT en el 2011, así como lo planeado por la SUNAT y la teoría de Spengler, mientras que la variable dependiente “informalidad”, se fundamenta en el enfoque de Hernando de Soto y Matos Mar, en ese sentido, los resultados obtenidos por presente investigación pueden ser aplicados en posteriores investigaciones, puesto que los modelos y enfoques aplicados son herramientas que permiten analizar y entender las razones por la que los comerciantes expenden sus productos en la vía pública así como también las razones por las que no contribuyen al fisco nacional por la venta de productos; cabe señalar que la cultura de los comerciantes es fundamental para el desarrollo de la región así como del país. A la vez indicar que se tuvo limitaciones en cuanto al recojo de información de la muestra seleccionada, ya que los comerciantes ambulantes se encuentran dispersos y ocupados en la venta de sus productos.

Por otro lado con respecto a la hipótesis general planteada La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado las Américas – Abancay 2014, se acepta la hipótesis general alterna, ya que existe influencia significativa dado que el valor “sig. Asintot” es 0,006 menor a 0,05 como resultado del estadístico de contraste (prueba de chi-cuadrado); ya que la cultura tributaria de los comerciantes ambulantes del centro poblado las Américas influye en la informalidad del comercio ambulatorio debido al no cumplimiento voluntario, a la escasa moral y a las actitudes negativas frente al deber de contribuir; por otro lado la hipótesis alterna (H1) El cumplimiento voluntario influye determinante mente en la en el actuar al margen de la ley en el centro poblado las Américas – Abancay 2014. Se da por aceptada puesto que el valor “sig. Asintot” 0.002 menor a 0,05 como resultado del estadístico de contraste

(prueba de chi-cuadrado) debido a que las percepciones como: para que pagar tributos si luego se la roban o para que pagar yo si otros no lo hacen son percepciones que encaminan a ser informales, así como también la conciencia de los comerciantes juega un papel fundamental ya que el pagar tributos trae consigo el bienestar de la sociedad. Del mismo modo la hipótesis alterna (H2) La moral tributaria influye en gran medida la recaudación de impuestos en el centro poblado las Américas – Abancay 2014. Se da por aceptada ya que existe influencia debido a que “sig. Asintot” es 0.012 menor a 0.05 como resultado del estadístico contraste prueba de (chi-cuadrado) dado que los comerciantes del centro poblado las Américas tienen un bajo compromiso de pagar sus tributos ya que la ética del comerciante es desconocer su deber de contribuir y por ende disminuye la cantidad de recaudaciones en el fisco. Finalmente la hipótesis específica alterna (H3) Si las actitudes frente al deber de contribuir son negativa entonces aumentara la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado las Américas – Abancay 2014, se da por aceptada ya existe influencia debido a que la “sig. Asintot” es 0.002 menor a 0.05 como resultado del estadístico contraste prueba de (chi-cuadrado) dado que los comerciantes ambulantes mantienen una actitud negativa frente a lo que es el pago de tributos al estado.; el cumplimiento voluntario la moral tributaria y las actitudes frente al deber de contribuir son esenciales para que no exista o disminuya la informalidad del comercio ambulatorio.

4.3 Contrastación de hipótesis

Tabla 9:

Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.

Variable	Informalidad del comercio ambulatorio								
	Nunca		A veces		Siempre		Total		
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Cultura tributaria	Nada de acuerdo	73	81,1	12	13,3	5	5,6	90	100,0
	Regularmente de acuerdo	13	59,1	6	27,3	3	13,6	22	100,0
	Muy de acuerdo	3	33,3	3	33,3	3	33,3	9	100,0
	Total	89	73,6	21	17,4	11	9,1	121	100,0

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

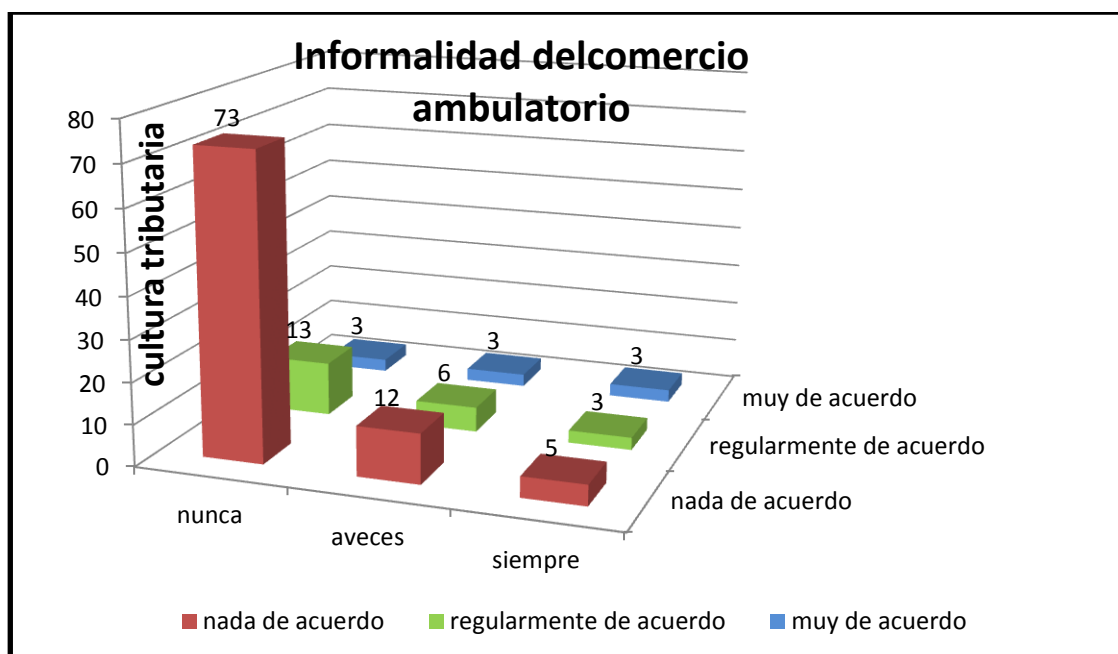


Figura 15, Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas-2015.

Interpretación

La cultura “debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los cuales el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión del mundo” (Escobedo Dueñas, 2010, pág. 93). La cultura es aprendida y compartida, el hombre no hereda la mayor parte de sus modos habituales de comportamiento, lo adquiere en el curso de su vida.

Según (Roca Ruano, 2011), manifiesta que la cultura tributaria es como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación” (pág. 668). En tal sentido la cultura tributaria influye de terminantemente en la informalidad del comercio ambulatorio del centro poblado las Américas dado que según la tabla 9 y figura 15, se da debido a la interacción del cumplimiento tributario voluntario, actuar al margen de la ley, moral tributaria y recaudación de impuestos así como también de las actitudes frente al deber de contribuir y el comercio ambulatorio, aunque con la poca importancia que se le da a la moral tributaria sumado a ello la el bajo nivel de importancia en cuanto a conciencia tributaria como también actitudes negativas que influyen en la informalidad del comercio ambulatorio. El comercio ambulatorio surge a partir de generar ingresos propios debido a la poca oportunidad de trabajo que tienen dichos actores, así como también el poco nivel de educación que tienen y muestra una escasa cultura tributaria, pues no son conscientes de que los tributos pagados trae consigo el bienestar de toda la población con obras públicas y servicios que el estado brinda.

Prueba de Hipótesis

Ho: No existe influencia significativa de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio del Centro Poblado las Américas – Abancay 2014.

H1: Existe influencia significativa de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio del Centro Poblado las Américas – Abancay 2014.

Tabla 10:

Prueba de Chi-Cuadrada de Pearson Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.

	Informalidad del comercio ambulatorio	
Cultura tributaria	Chi cuadrado	14,269
	Gl	4
	Sig.	,006 ^{*.a,b}

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

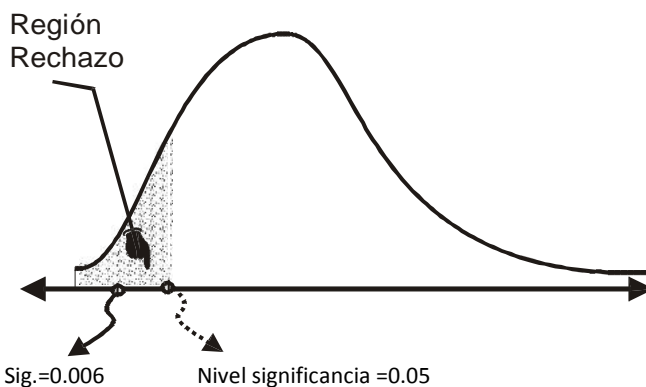


Figura 16, Influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

Se observa de la tabla de chi cuadrado de Pearson se deduce como el valor “sig. Asintot” es 0,006 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se

rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis general se acepta.

Tabla 11:

Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.

Dimensiones	Actuar al margen de la ley								
	Nunca		A veces		siempre		Total		
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Cumplimiento voluntario tributario	nada de acuerdo	72	87,8	7	8,5	3	3,7	82	100,0
	regularmente de acuerdo	15	55,6	10	37,0	2	7,4	27	100,0
	muy de acuerdo	7	58,3	3	25,0	2	16,7	12	100,0
	Total	94	77,7	20	16,5	7	5,8	121	100,0

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas-2015.

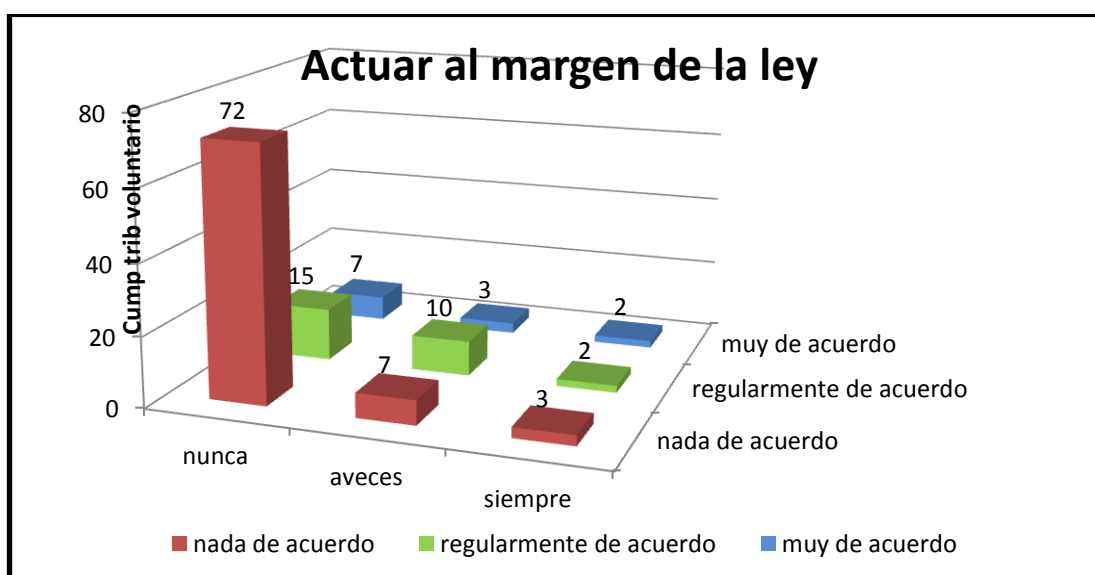


Figura 17, Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas-2015.

Interpretación

En la tabla 11 y figura 17, se observa que el cumplimiento voluntario tributario influye en actuar al margen de la ley de los comerciantes ambulantes del Centro Poblado las Américas Abancay – 2014, dado que el cumplimiento voluntario tributario es nada importante para los comerciantes ambulantes por que disminuye sus ingresos por ende no hacen la declaración correcta de sus obligaciones tributarias, de modo que también la percepción de los comerciantes está asociada a lo que el Psicólogo y Psiquiatra suizo CARL GUSTAV JUNG denominaba la “viveza criolla” de no pagar impuestos es aceptada por la sociedad, debido a la ausencia de una verdadera y profunda cultura tributaria, así como también la conciencia tributaria implica que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados.

Prueba de hipótesis

H₀: No existe influencia determinante mente del cumplimiento voluntario tributario en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

H₁: Existe influencia determinante del cumplimiento voluntario tributario en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

Tabla 12:

Prueba de Chi-Cuadrada de Pearson Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.

		Actuar al margen de la ley	
Cumplimiento voluntario	tributario	Chi cuadrado	17,142
		Gl	4
		Sig.	,002 ^{*,a,b}

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015

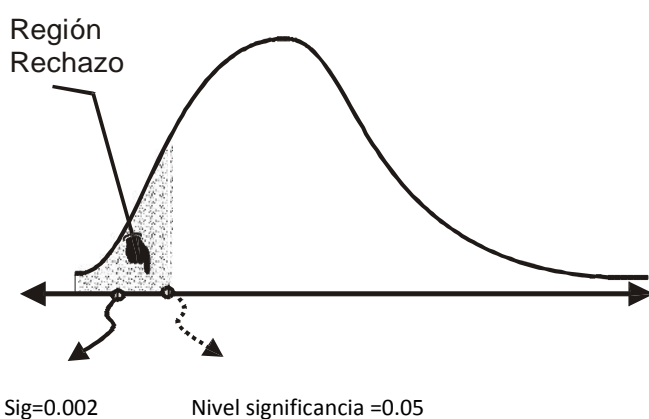


Figura 18, Influencia del cumplimiento voluntario tributario en el actuar al margen de la ley.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

Se observa de la tabla de chi cuadrado de Pearson se deduce como el valor “sig. Asintot” es 0,002 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “el cumplimiento voluntario tributario influye de terminantemente en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis específica H1 se acepta.

Tabla 13:

Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.

Dimensiones		Recaudación de impuestos							
		Nunca		A veces		Siempre		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Moral tributaria	Nada de acuerdo	72	75,8	17	17,9	6	6,3	95	100,0
	Regularmente de acuerdo	9	45,0	8	40,0	3	15,0	20	100,0
	Muy de acuerdo	2	33,3	2	33,3	2	33,3	6	100,0
	Total	83	68,6	27	22,3	11	9,1	121	100,0

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

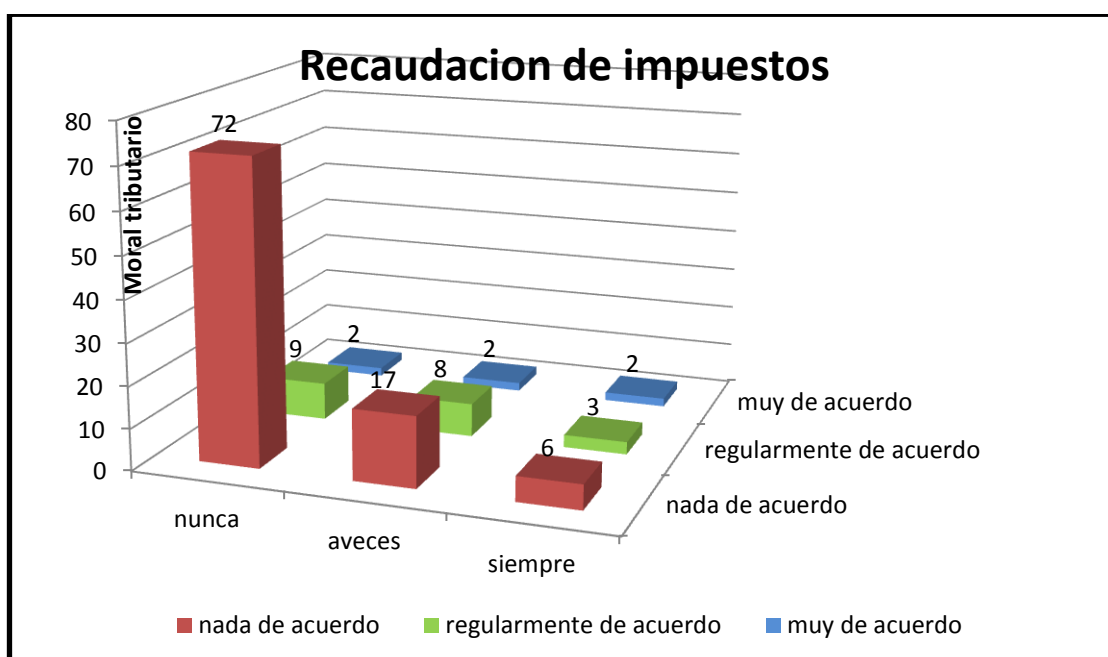


Figura 19, Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación

En la tabla 13 y figura 19, se observa que la moral tributaria influye en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado las Américas de Abancay – 2015, dado que estos comerciantes ambulantes en estudio tienen o consideran nada importante a la moral tributaria el cual se basa principalmente en la calificación de los actos humanos en buenos o malos, acertados o erróneos, del mismo modo la ética del contribuyente, basada en el conocimiento de su deber y de la obligación de cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El incumplimiento de estas obligaciones y deberes constituye ya de por sí una conducta ilegal y por tanto moral y éticamente reprobable. En ocasiones este posible incumplimiento de sus obligaciones por parte del contribuyente, no deriva de un ánimo defraudatorio o de elusión fiscal, sino del desconocimiento y complejidad de la norma.

Prueba de Hipótesis

H₀: No existe influencia en gran medida de la moral tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado las Américas – Abancay 2014.

H₁: Existe influencia en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado las Américas – Abancay 2014.

Tabla 14:

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.

	Recaudación de impuestos	
Moral tributaria	Chi cuadrado	12,841
	gl	4
	Sig.	,012 ^{*,a,b}

Fuente: encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado las americas-2015.

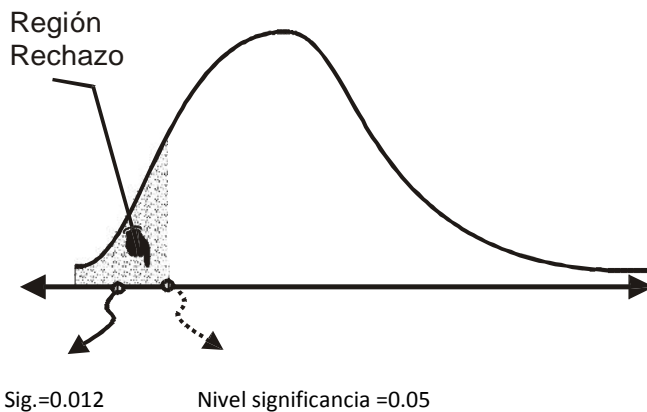


Figura 20, Influencia de la moral tributaria en la recaudación de impuestos.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación:

Se observa de la tabla de chi cuadrado de Pearson se deduce como el valor “sig. Asintot” es 0,012 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “La moral tributaria influye en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis específica H2 se acepta.

Tabla 15:

Actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.

Dimensiones		Comercio ambulatorio							
		nunca		A veces		Siempre		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Actitudes frente al deber de contribuir	nada de acuerdo	65	81,3	12	15,0	3	3,8	80	100,0
	regularmente de acuerdo	20	66,7	6	20,0	4	13,3	30	100,0
	muy de acuerdo	3	27,3	5	45,5	3	27,3	11	100,0
	Total	88	72,7	23	19,0	10	8,3	121	100,0

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

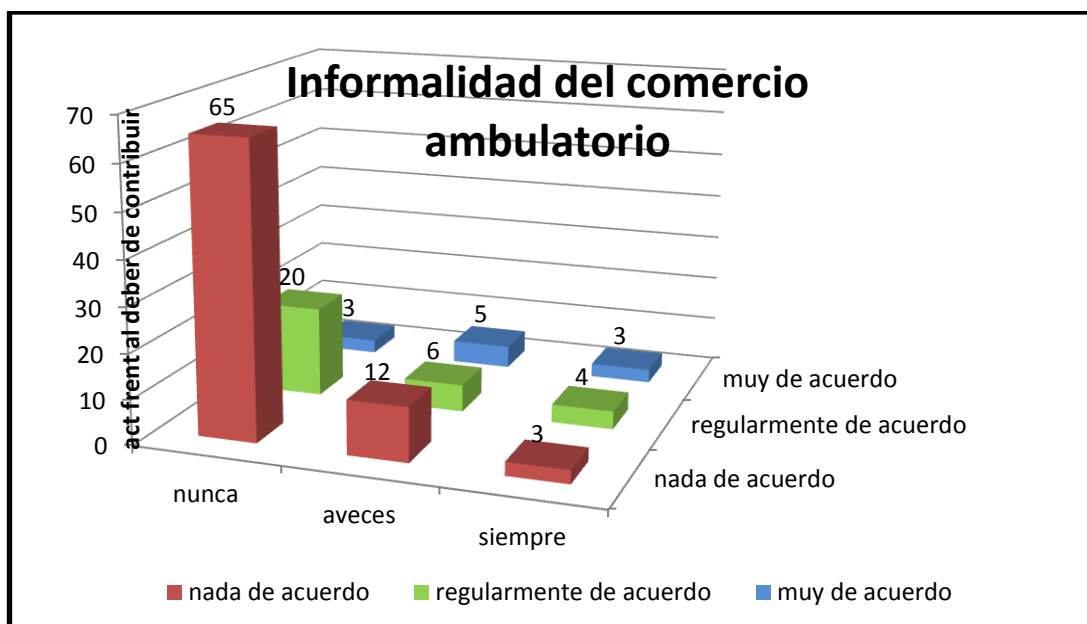


Figura 21, Actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las americas-2015.

Interpretación

En la tabla 15 y figura 21 indica que las actitudes frente al deber de contribuir no son nada positivas por lo cual la informalidad del comercio ambulatorio no disminuirá en los comerciantes del centro poblado las Américas, es por ello que los comerciantes quienes no paga los impuestos trata de “justificarse” a sí mismo y ante los demás con una serie de argumentos supuestamente válidos, como: “Todo el mundo evade impuestos”, “no recibo nada a cambio”, “ya cuenta el Estado con la defraudación, y por eso fija tipos altos”, “se emplean mal los fondos”, etc.

Según Spengler (1924), citado por (Tipke, 2002), designa al contribuyente como un ser compuesto de una mezcla de sentido de la justicia, envidia, irritación y picardía. En ocasiones, en el pecho de un contribuyente pueden habitar varias almas. El intento de clasificar las actitudes de los contribuyentes en las categorías que a continuación se mencionan no quiere expresar que sea posible una clara distinción. El orden elegido es puramente casual, por lo que no cabe extraer de él conclusión alguna, estas son:

El homo economicus quien piensa en su conveniencia económica y no reconoce ningún deber moral de conducta. En su opinión, es lícito todo lo que le beneficia. El valor del dinero constituye para él el único factor determinante de la calidad de vida. Además, sabe que él también necesita del Estado y que el Estado necesita los impuestos, pero prefiere hacer de polizón.

El chalanero o partidario de compensar también sabe que depende de las prestaciones del Estado y de los municipios y que no puede construir por sí mismo carreteras, escuelas, hospitales, etc. Pero está convencido de que el

sector público es un gran derrochador y que ofrece unas prestaciones mínimas, lo que autoriza al contribuyente a hacer lo mismo.

El mal humorado está disgustado, ante todo, con la línea política que sigue el Estado. En su interior ha rechazado al Estado y lo considera como algo ajeno a él. Es posible que no esté disgustado con el estado si no con alguna política en particular.

Todas estas actitudes que se encuentra en el interior de los comerciantes, y ello hace que la informalidad siga su curso y cada vez más aumente el nivel de informalidad en los comerciantes ambulantes, por ende, se ve reflejado en la baja recaudación de impuestos por las entidades encargadas como la SUNAT y la municipalidad, quienes de manera directa no promocionan charlas de concientización para reducir esta evasión que perjudica tremendamente al país.

Prueba de Hipótesis

H₀: Si las actitudes frente al deber de contribuir fueran negativas entonces disminuirá la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

H₁: Si las actitudes frente al deber de contribuir fueran positivas entonces disminuirá la informalidad del comercio ambulatorio en el Centro Poblado de las Américas – Abancay 2014.

Tabla 16:

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson de las actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.

	Comercio ambulatorio	
Actitudes frente al deber de contribuir	Chi cuadrado	16,529
	gl	4
	Sig.	,002 ^{a,b}

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

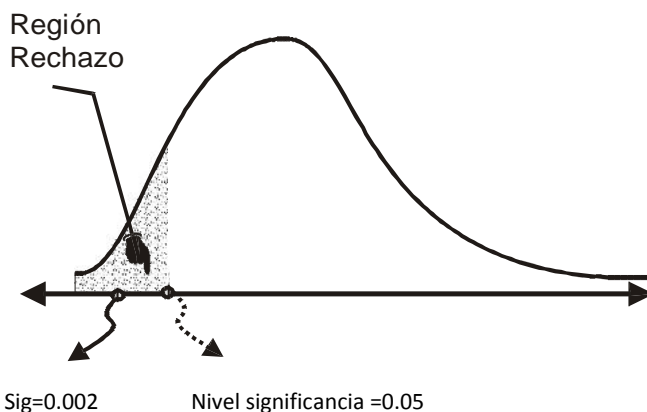


Figura 22, Actitudes frente al deber de contribuir son positivas entonces menor será la informalidad del comercio ambulatorio.

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el centro poblado de las Américas-2015.

Interpretación:

Se observa de la tabla de chi cuadrado de Pearson se deduce como el valor “sig. Asintot” es 0,002 menor a 0,05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo que podemos afirmar que “si las actitudes frente al deber de contribuir fueran negativa entonces mayor será la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay - 2014”, razón por la que la Hipótesis específica H3 se acepta.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En la presente tesis luego de una exhaustiva investigación donde se da a conocer la situación actual del comercio ambulatorio y la informalidad se llegó a las siguientes conclusiones:

La cultura tributaria tiene una influencia significativa y es uno de los factores determinantes para que la informalidad del comercio ambulatorio tenga una repercusión en la recaudación de impuestos, esto debido a que los actores que son los ambulantes, tienen escasa cultura tributaria y ven a las entidades recaudadoras como en la que menos deberían confiar, por los constantes actos de corrupción en el que se ven involucrados los funcionarios públicos.

El cumplimiento tributario voluntario tiene una influencia determinante en el actuar al margen de la ley en los comerciantes ambulantes, debido a que las percepciones que tienen los ciudadanos del estado no son nada buenos, de allí que surge la “viveza criolla” que conlleva a una reducción en la recaudación de impuestos.

La moral tributaria incide en gran medida en las bajas recaudaciones de la SUNAT y la municipalidad, porque consideran a dichas entidades como alguien que no se interesa por ellos, utilizando términos despectivos y por esta desconfianza es que no se logra captar todos los ingresos de dicho sector de la población; pero no se dan cuenta de los servicios que brinda el estado como: Serenazgo, luz, agua y abras que se hacen en beneficio de toda la población (contribuyentes y no contribuyentes).

Un aspecto de mayor repercusión son las actitudes negativas de los comerciantes ambulantes que influyen de manera considerable en el aumento de la informalidad del comercio ambulatorio esto por las malas ideas que tienen de las entidades del estado, por ello no logran recaudar todo lo esperado, por ello se evidencia de manera abrumante el incumplimiento de sus obligaciones.

5.2 Recomendaciones

La Cultura Tributaria no se logra de un día para otro. Para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del estado con respecto a la importancia y necesidad de que el mismo pueda tener impuestos acordes que le permitan cubrir las necesidades del colectivo por medio de su incorporación en el presupuesto estatal, regional y municipal. En este sentido, cabe destacar que en los entrevistados hay un reconocimiento importante al hecho de asociar la Cultura Tributaria con el cumplimiento de sus deberes como ciudadano y con valores, creencias y aptitudes acerca de la tributación.

Para incrementar la Cultura Tributaria y con ella el cumplimiento voluntario de las obligaciones, es necesario que los contribuyentes tengan confianza en la Administración Tributaria y en la municipalidad, además se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad, que en definitiva son lo que evidencia una mejor calidad de vida en el ciudadano, por lo que se propone una mayor atención por parte del estado a los ambulantes.

Se debe de promover la implementación de nuevos Programas en Educación Tributaria por parte de SUNAT, debido a que la SUNAT no divulga, educa ni promociona la Cultura Tributaria como debe ser, donde los comerciantes con estas

capacitaciones puedan incrementar su moral, por consiguiente, se aumentaría la recaudación en las entidades del estado.

Reducir la informalidad del Comercio Ambulatorio mediante una mejora en las actitudes de los comerciantes, para ello las entidades del estado debe concientizar a dichos actores en cuanto a lo retributivo que es contribuir y hacer entender que la administración en sector público no es tan deficiente como piensan.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

45a Asamblea general del CIAT. (2011). *Centro Inter americano de administraciones tributarias*. Gutemala.

abancay, M. p. (2014). *base de datos de comerciantes ambulantes*. ABANCAY.

Alva Matteucci, M. (2010). *la conciencia tribuaria y los macanismos para crearla*. Recuperado el martes de enero de 2015, de articulos de derecho tributario: <http://blog.pucp.edu.pe>

Aranda, J. (2002). *Constructivismo y analisis de los movimientos sociales*. tovea: Ergo sun.

Arotoma Cacánhuaray, S. (2007). *Tesis de grado y metodologia de la investigacon en organizacnes mercado y sociedad*. Lima : DSG Vargas S.R.L.

Barros Vio, B. (2013). *¿Por ue las personas pagan sus impuestos?* UCES.

Beltrán Villalva, M. (2003). *funcionalismo esructuralismo, teoria de sistemas* . españa: ariel.

Borja, J. (1998). *ciudadania y espacio publico*. barcelona.

Bourdieu, P. (2003). *Cuestiones de socilogia*. Madrid: istmu.

Bravo Cucci, J. (2003). *Fundamentos d derecho tributario*. Lima: Palestra.

Bravo salas , f. (2010). *Cultura tributaria*. Recuperado el Miercoles de enero de 2015, de <http://www.sunat.com.pe>

Bravo salas , F. (2011). los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria. *REVISTA DE ADMINISTRACION TRBUTARIA*, 19.

Bravo Salas, F. (2010). *Cultura tributaria*. Recuperado el Miercoles de enero de 2015, de <http://www.sunat.com.pe>

Bravo Salas, F. (2011). los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria. *REVISTA DE ADMINISTRACION TRBUTARIA*, 19.

Calderon , D. (setiembre de 2013). *blogspot*. Recuperado el lunes de febrero de 2015, de <http://comercioambulatorioenlima.blogspot.com>

Charaja Cutipa, F. (2009). *metodologia de la investigacion en administracion*.

Cortina, A. (2008). *ciudadania verdadera*. mexico: Tec - limusa.

De soto, H. (2009). *El otro sendero*. Lma: Norma SAC.

De soto, H., Mora y Araujo , M., Max Neef, M., Larroulet, C., & Tokman, V. (1988). *economia popular y mercados abiertos*. Lima: Estudios publicos.

Dias Gomez, M. (2005). *Psicologia fisca y tributaria*. Lima: UNMSM.

- DIAZ GOMEZ, M. (2005). *Psicología fiscal y tributaria*. Lima: UNMSM.
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. (2001). *Real academia española*. España: Vigésima segunda edición.
- Dirección Nacional de Micro y Pequeña Empresa. (2010). *informalidad de las MYPEs*. Lima.
- EDNA, J., CAMPOS, P., & IGLESIAS, N. (2002). *informalidad y sub desarrollo*. México: Cal y arena .
- Escobedo Dueñas, M. L. (2010). *cultura tributaria orientado a una recudacion fiscal*. Tacna: UNJBG.
- Ferrater, J. (1988). *diccionario del a filosofía alianza*. Barcelona: barcelona.
- Gianini, H. (1995). *Reflección cotidiana*. Santiago: universitaria.
- Gomez Gallardo, L. (2008). *la difucion de la cultura triutaria y su influencia en el sistema educativo peruano*. Lma: UNMSM.
- Gozales Catalan, M. M. (2012). *Factores que inciden en la consolidacion del comercio informa en la via pulica*. Valparaiso: Universidad de valparaiso.
- Hernandez Celiz. (2010). *Manual de la legislacion tributaria*. Lima.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigacion*. México: interamericana editore.
- Loayza, N. (2007). Causas y consecuencias de la informalidad. *Estudios economicos* , 12.
- Lopez Granado, J. (1997). *Macro economia de empleoy politicas de pleno empleo para mexico*. México: porrua.
- Mendez, M. (2005). *cultura tributaria contribuyentes*. Venezuela: MERIDA.
- Mogollon dias, v. (2014). *nivel de cultura tributaria en lo comerciantes de chiclayo en el 2012*. Chiclayo: ucstm.
- Municipalidad provincial de Abancay. (2014). *diagnostico de comerciantes que invaden la via publica*. Abancay: gerencia de medio ambiente y servicios publicos.
- Organizacion Internacionla del Trabajo (OIT). (1993). *Decimo quinta conferencia de estadigrafos de trbajo "ESTUDI SOBRE EL EMPLEO EN KENIA"*. Ginebra.
- Ponce, M. (2011). *Sistema tributaroy rol de la administracion tributaria*. Lima: UNMSM.
- Procuraduria de la defensa del contribuyente (PRODECON). (2013). *cultura tributaria en 12*. México: prodecon.
- Quispe Cañi, D. J. (2012). *politica tributaria y su ncidencia en la cultra tributaria*. Tacna: UNJBG.
- Ramirez de Egueñez, T. (2010). *Etica y cultur tributaria*. CARACAS: IUTE.

- Ramos Soto, A. L. (2008). Sector informal. *Observatorio de la economía latino americana*, S/N.
- Rincon, A. (2006). *Racionalidad normativa*. toluca.
- ROBLES MORENO, C. (2012). *reflecciones sobre derecho tribuarrrio*. Recuperado el Lunes de Enero de 2015, de <http://blog.pucp.edu.pe>
- Roca Ruano, C. (2011). *estrategias paa la formacion de la cultura tributaria*. GUATEMALA: 42° Asamblea general de laCIAT.
- Rousseau, J. J. (1999). *el contraro social*. Recuperado el miercoles de enero de 2015, de elaleph: <http://www.elaleph.com>
- RPP Noticias. (viernes de Enero de 2015). *rpp.com*. Recuperado el Miercoles de Enero de 2015, de <http://www.rpp.com.pe>
- Rrobles Moreno, C. d. (2012). *reflecciones sobre derecho tribuarrrio*. Recuperado el Lunes de Enero de 2015, de <http://blog.pucp.edu.pe>
- Salazar, G. (2003). *ferias y espacios reducidos de soberania ciudadana*. santiago: sur.
- Silvia, D. (2007). *conflicto por el espacio publico y el comercio en la via publica*. mexico: cotidiana.
- SUNAT. (2008). *Programa de cultura y conciencia tributaria*. Lima.
- SUNAT. (2012). *Cultura y conciencia tributaria* . Lima.
- Terra Blog. (2011). *Ventajas y desventajas de ser una mype formal*. Lima.
- Tipke, K. (2002). *Moral tributario del estado y de los contribuyenes*. Madrid: UNIVERSIDAD DE COLONIA.
- UNESCO. (1994). *Nuestra diversidad creativa*. ginebra.
- Valderrama Mendoza , S. (1995). *pasos para elaborar proyectos de tesis de investigacion*.
- Vilegas, H. (1992). *Derecho financiero y tributario*. Buenos Aires: Depalma.
- Villegas, H. (1992). *Derecho financiero y tributario*. Buenos Aires: Depalma.
- Viscarra, F. (2002). *premisas y conceptos basicos en la sociologia de peirre bourdeu*. colima: universidad de colima.

LINCOGRAFÍA

- Alva Matteucci, M. (2010). *la conciencia tribuaria y los macanismos para crearla*. Recuperado el martes de enero de 2015, de articulos de derecho tributario: <http://blog.pucp.edu.pe>
- Bravo Salas, F. (2010). *Cultura tributaria*. Recuperado el Miercoles de enero de 2015, de <http://www.sunat.com.pe>
- Calderon , D. (setiembre de 2013). *blogspot*. Recuperado el lunes de febrero de 2015, de <http://comercioambulatorioenlima.blogspot.com>
- RPP Noticias. (viernes de Enero de 2015). *rpp.com*. Recuperado el Miercoles de Enero de 2015, de <http://www.rpp.com.pe>
- Robles Moreno, C. d. (2012). *reflecciones sobre derecho tribuarrío*. Recuperado el Lunes de Enero de 2015, de <http://blog.pucp.edu.pe>
- Rousseau, J. J. (1999). *el contraro social*. Recuperado el miercoles de enero de 2015, de elaleph: <http://www.elaleph.com>

ANEXOS

Anexo 1
Matriz de consistencia

Tabla 16:
Matriz de consistencia

Planteamiento de problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis de investigación	Variables de estudio	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿De qué manera la cultura tributaria influye en la del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas – Abancay 2014?</p> <p>Problemas específicos ¿Cómo el cumplimiento voluntario incide en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014?</p> <p>¿En qué medida la moral tributaria influye en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014?</p> <p>¿En qué medida las actitudes influyen en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014?</p>	<p>Objetivo general Determinar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014?</p> <p>Objetivos específicos Comprobar si el cumplimiento voluntario influye en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014</p> <p>Determinar en qué medida la moral tributaria interviene en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014</p> <p>Determinar cómo las actitudes inciden en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas - Abancay 2014</p>	<p>Hipótesis general La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas – Abancay 2014.</p> <p>Hipótesis específicas El cumplimiento voluntario influye determinante mente en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas – Abancay 2014.</p> <p>La moral tributaria influye en gran medida en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas – Abancay 2014.</p> <p>Si las actitudes fueran positivas entonces disminuirá la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas – Abancay 2014.</p>	<p>V.I Cultura tributaria</p> <p>V.D Informalidad del comercio ambulatorio</p>	<p>Cumplimiento tributario voluntario</p> <p>Moral tributaria</p> <p>Actitudes frente al deber de contribuir</p> <p>Actuar al margen de la ley</p> <p>Impuestos</p> <p>Comercio ambulatorio</p>	<p>Percepciones del contribuyente</p> <p>Conciencia tributaria</p> <p>Ética del contribuyente</p> <p>Ética de la administración tributaria</p> <p>Homo economicus</p> <p>chalanero</p> <p>malhumorado</p> <p>Cumplimiento de las Disposiciones</p> <p>Emisión de comprobantes de pago</p> <p>Declaración en la SUNAT</p> <p>Itinerante</p> <p>Lugar fijo</p>	<p>Tipo: aplicativo porque tiene propósitos prácticos. Se investiga para transformar y producir cambios en un sector de la realidad</p> <p>Nivel: explicativo ya que tiene relación causal y no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo</p> <p>Método: deductivo, por qué parte de lo general para llegar a lo particular.</p> <p>Diseño: “No experimental, transeccional / correlacional - causal”.</p> <p>Población: La población es eminentemente comercial, constituida por pequeñas unidades de negocio como ambulantes y comerciantes, en el centro poblado las Américas que consta de un total de 911 unidades económicas</p> <p>Muestra: 121 encuestas que serán aplicadas a los comerciantes en estudio</p> <p>Técnicas: Encuesta esta técnica de recolección de información forma parte de la investigación, pues habrá un conjunto de preguntas a una muestra representativa de la población</p> <p>Presupuesto: el presupuesto que se tiene para la elaboración de esta tesis es de</p>

Fuente: Elaboración propia

Anexo2
Validación de instrumento



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION

La presente encuesta es para desarrollar el trabajo de investigación denominado "cultura tributaria y su influencia en la informalidad del comercio ambulante en el centro poblado las Américas – Abancay 2014", le agradecemos por su colaboración.

Indicaciones: En cada pregunta tendrá tres respuestas alternativas, marque usted con un aspa "X" la respuesta que considere se ajusta más a la realidad. Gracias

DATOS GENERALES

Sexo

- a) Femenino ()
b) Masculino ()

Edad

- a) 18 a 27 años
b) 28 a 37 años
c) 38 a 47 años
d) 48 a 57 años
e) 58 a más años

¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) sin estudios
b) primaria
c) secundaria
d) superior

CULTURA TRIBUTARIA

Cumplimiento tributario voluntario.

PREGUNTA	Muy de acuerdo	Regularmente de acuerdo	Muy en desacuerdo
1. ¿Está usted de acuerdo con el cobro diario de arbitrios (tickets) por parte de la municipalidad?	1	3	5
2. Los tributos que recauda la municipalidad ¿cree que contribuye a mejorar los servicios públicos en beneficio común de la sociedad?	1	3	5
3. ¿Usted pagaría sus tributos por iniciativa propia sin que el estado le obligue?	1	3	5
	si		no
4. ¿Pagaría usted sus tributos de manera voluntaria?	1		5
	muy importante	regularmente importante	nada importante
5. ¿Considera que pagar sus tributos al estado es?	1	3	5

Moral Tributaria

PREGUNTA	si		no
6. ¿En su situación económica actual considera usted que no debería pagar sus tributos?	1		5
	Muy de acuerdo	Regularmente de acuerdo	Muy en desacuerdo
7. A su parecer contribuir al estado e malgastar su dinero?	1	3	5
8. ¿Para usted, no pagar sus tributos aumenta sus ingresos?	1	3	5
9. ¿Usted desconfía de las entidades públicas porque son ineficientes en su gestión?	1	3	5
10. Si las entidades recaudadoras hacen buen uso de los recursos económicos estaría dispuesto a cumplir con sus obligaciones tributaria?	1		5



Actitudes Frente al Deber de Contribuir

PREGUNTA	Muy de acuerdo	Regularmente de acuerdo	Muy en desacuerdo
11. ¿El pagar tributos solo beneficia al estado mas no así a los ingresos económicos de usted?	1	3	5
12. ¿Para usted, el sector público es un gran derrochador del dinero que recauda?	1	3	5
13. ¿Cree que el estado debe ser más flexible con la aplicación de las normas a los micros comerciantes?	1	3	5
14. ¿Considera usted que los impuestos deba ser pagado por las grandes empresas?	1	3	5
15. ¿Cree que la gran mayoría de comerciantes no paga sus tributos?	1	3	5

INFORMALIDAD DEL COMERCIO AMBULATORIOS

Actuar al Margen de la Ley

PREGUNTA	si		no
16. ¿Cuenta usted con algún documento de permiso por el uso del espacio público?	1		5
17. ¿Cree usted que las leyes para la recaudación de tributos está de acuerdo a la realidad de los comerciantes?	1		5
	siempre	a veces	nunca
18. ¿Cumple usted con alguna reglamentación del municipio como: resoluciones u ordenanzas?	1	3	5

Recaudación de Impuestos

PREGUNTA	1	3	5
	siempre	a veces	nunca
19. ¿Usted emite algún comprobante de pago como facturas, boletas de venta, ticket u otros?	1	3	5
20. ¿Paga usted al municipio por el uso del espacio público?	1	3	5
21. ¿Usted recibió charlas por la SUNAT o la MUNICIPALIDAD sobre tributación?	1	3	5
22. ¿Si emite o emitiera comprobantes de pago declararía puntualmente a la SUNAT?	1	3	5
	si		no
23. ¿Cree usted que no debe declarar a la SUNAT por que tiene pocos ingresos?	1		5

Comercio Ambulatorio

PREGUNTA	si		no
24. ¿Cree usted que la falta de trabajo es motivo para a que venda en la calle?	1		5
	siempre	a veces	nunca
25. ¿Usted es un comerciante eventual?	1	3	5
26. ¿Su puesto de venta siempre es un lugar fijo en la calle?	1	3	5
27. ¿Usted vende su producto donde se concentre gran cantidad de persona?	1	3	5
28. ¿Usted anda en busca de sus clientes?	1	3	5

Anexo 3
Registro de comerciantes





MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE ABANCAY

**GERENCIA DE MEDIO AMBIENTE Y
SERVICIOS PÚBLICOS**

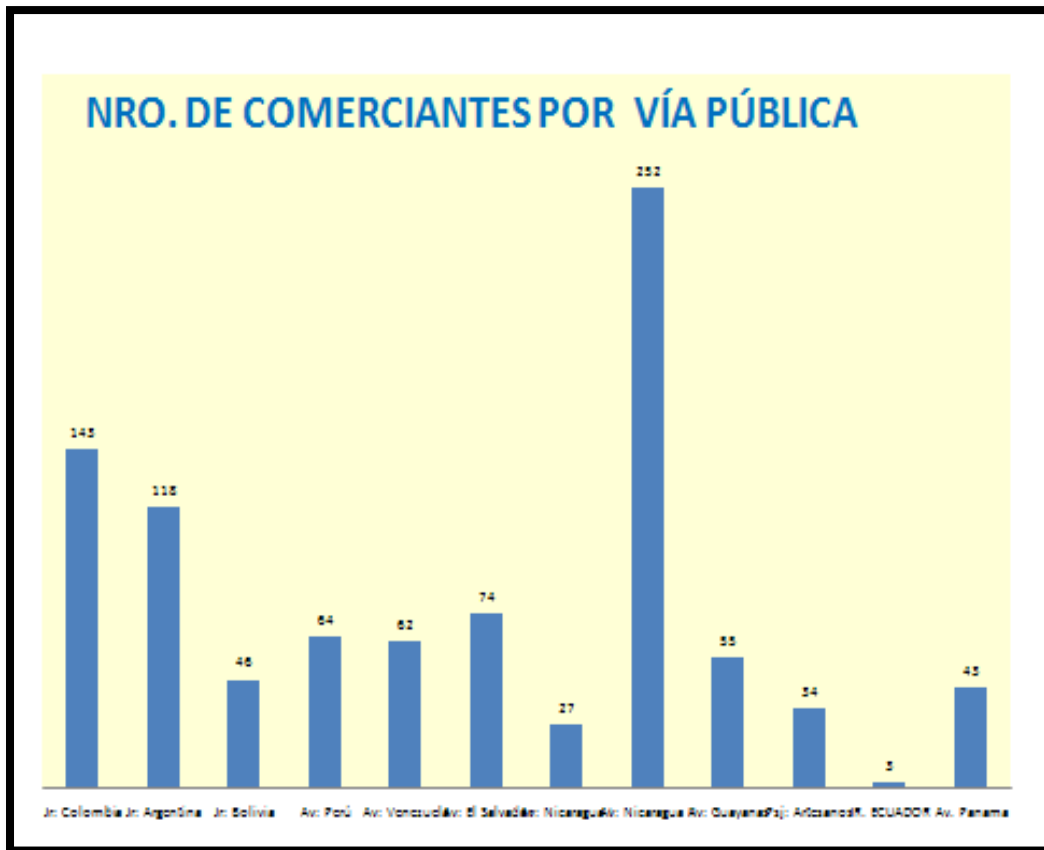
**DIAGNÓSTICO DE COMERCIANTES
QUE INVADEN LA VÍA PÚBLICA EN EL
SECTOR AMÉRICAS**

Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.

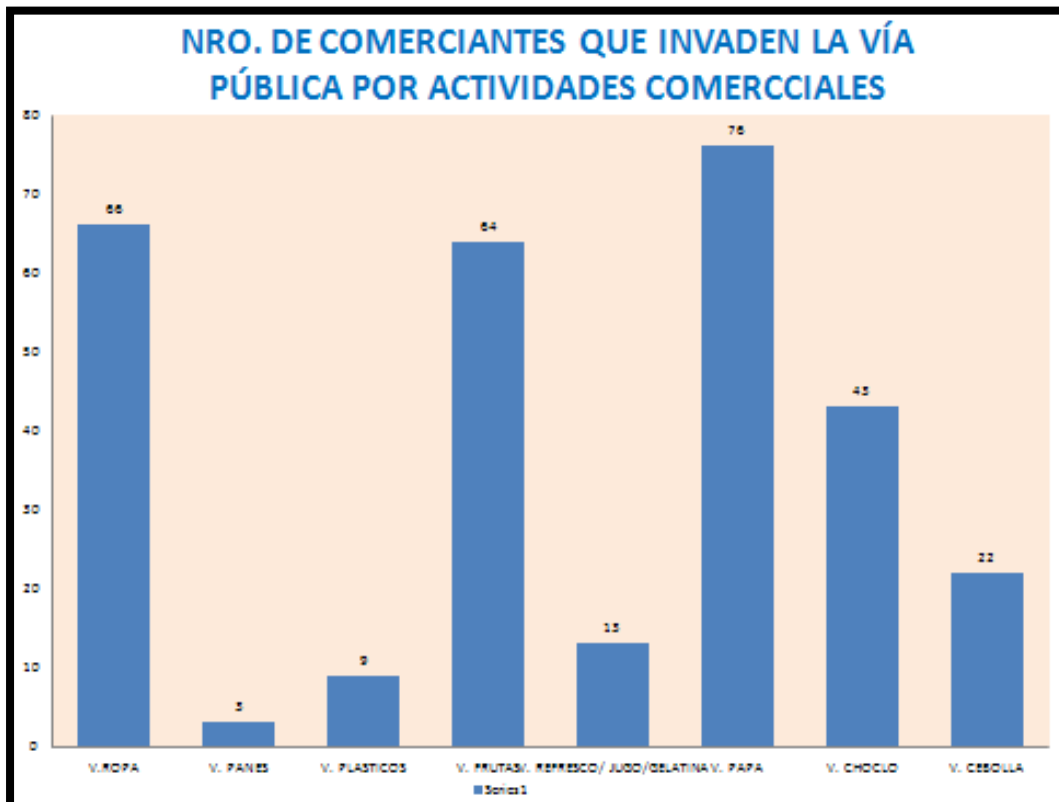
DIAGNÓSTICO EN EL SECTOR LAS AMÉRICAS

- La siguiente información contiene la estadística de comerciantes que ocupan la vía pública: vía peatonal y vehicular, poniendo en peligro la integridad de los transeúntes.
- Se han identificado un total de 921 comerciantes que ocupan la vía pública en turno diurno y 48 comerciante en turno nocturno.

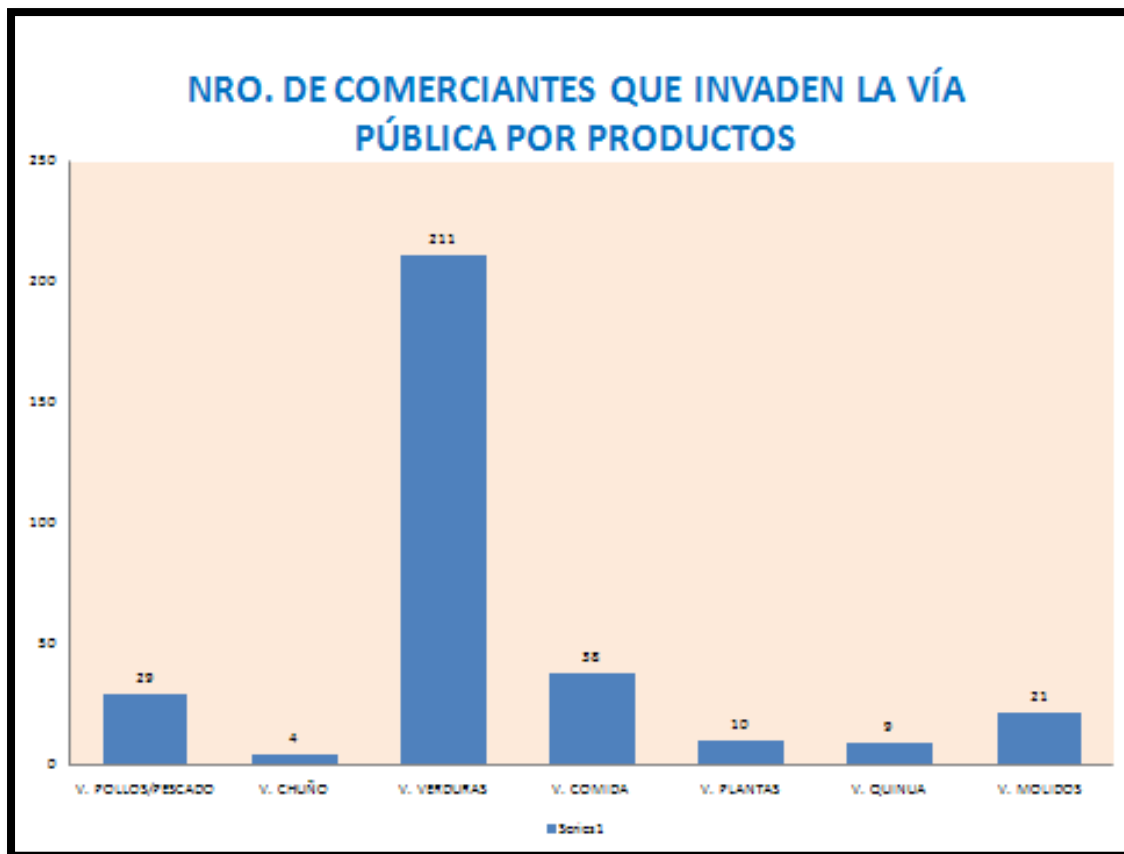
Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.



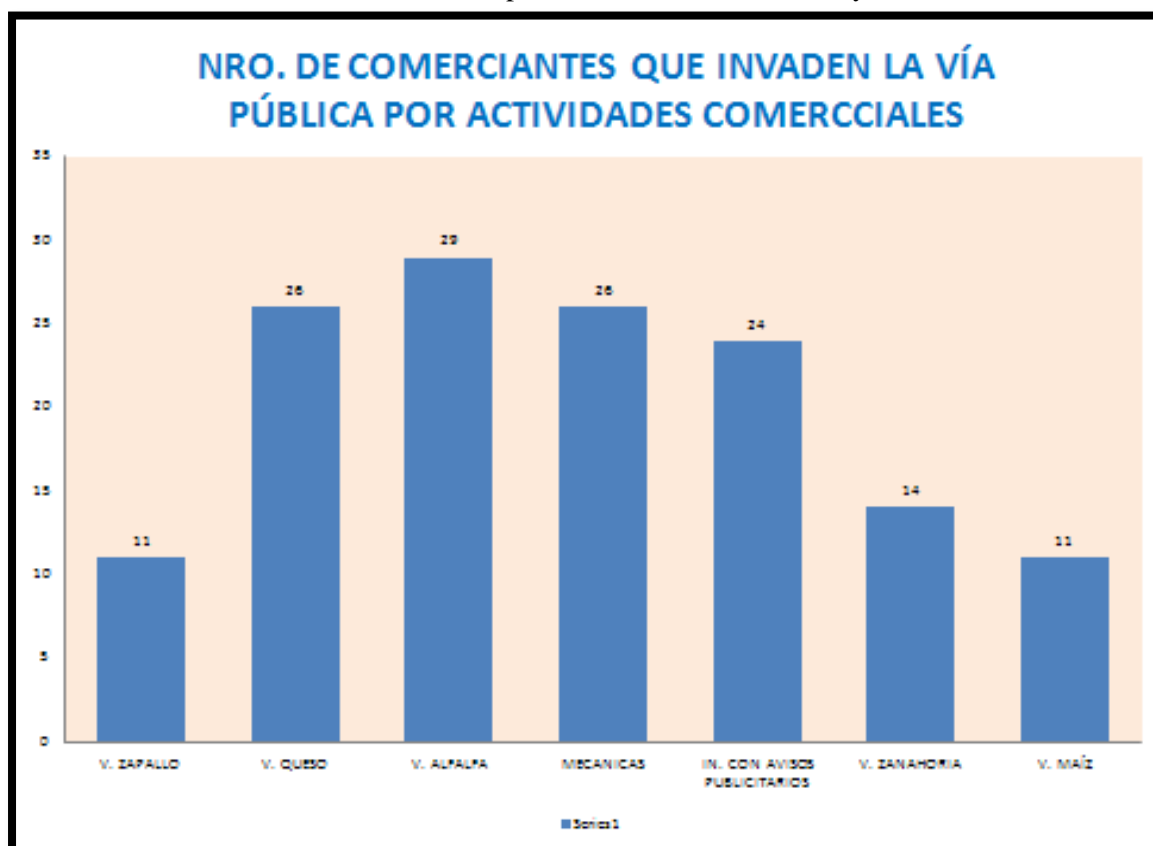
Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.



Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.

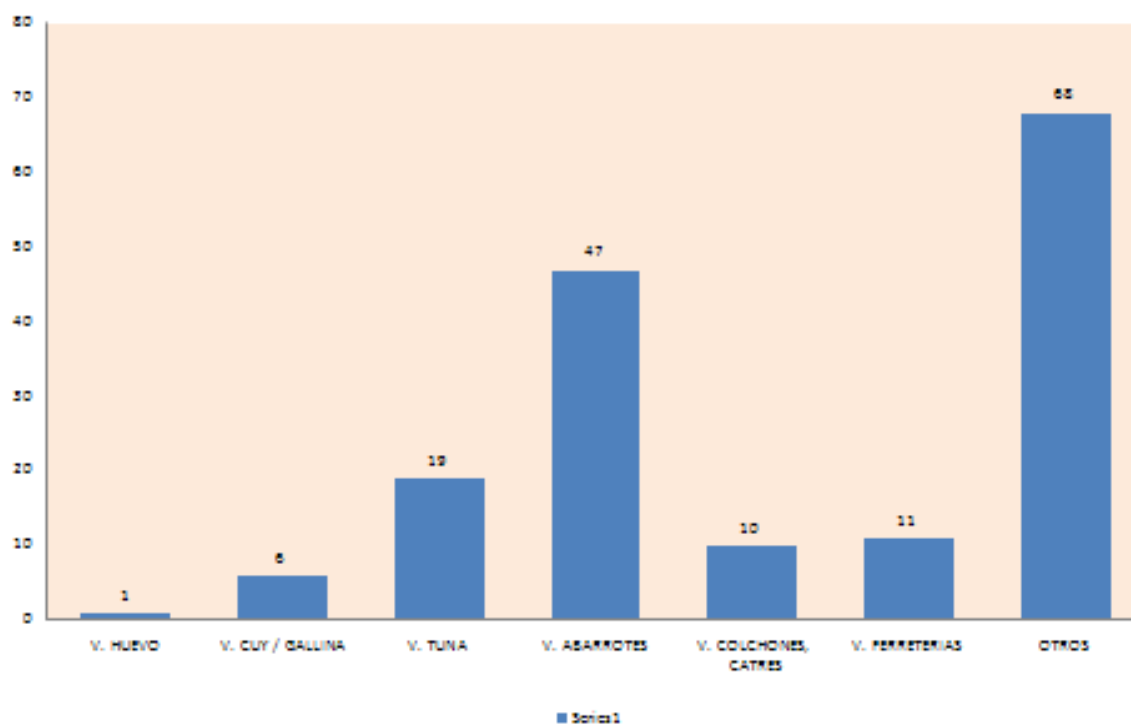


Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.



Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.

NRO. DE COMERCIANTES QUE INVADEN LA VÍA PÚBLICA POR ACTIVIDADES COMERCIALES



Fuente: Municipalidad Provincial de Abancay.

Anexo 4
Fotos







Anexo 5
Presentación de resultados

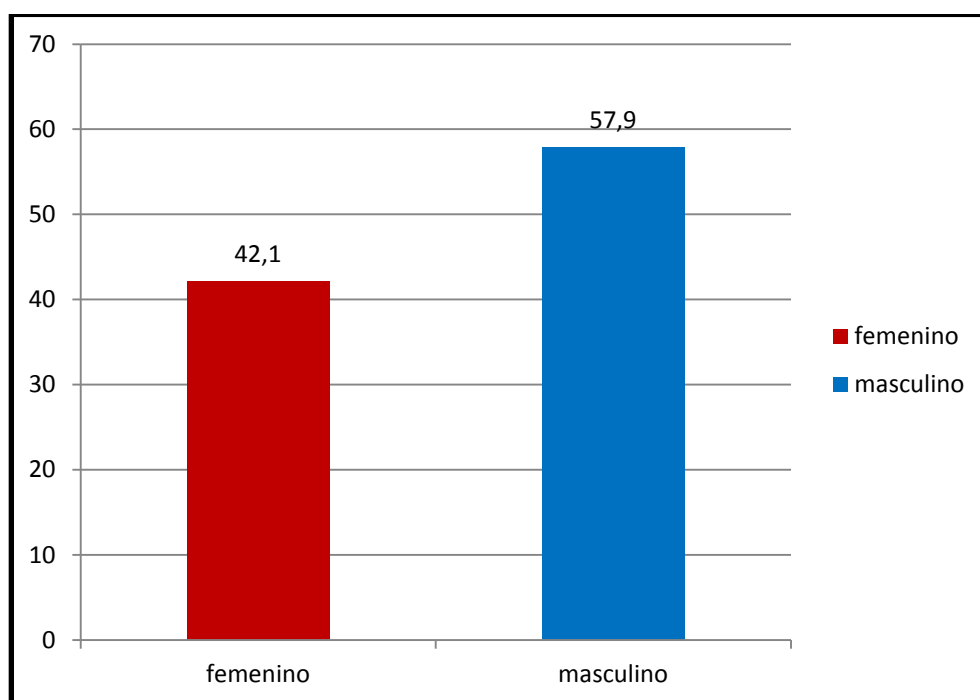


Sexo de los comerciantes encuestados

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	femenino	51	42,1	42,1
	masculino	70	57,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0



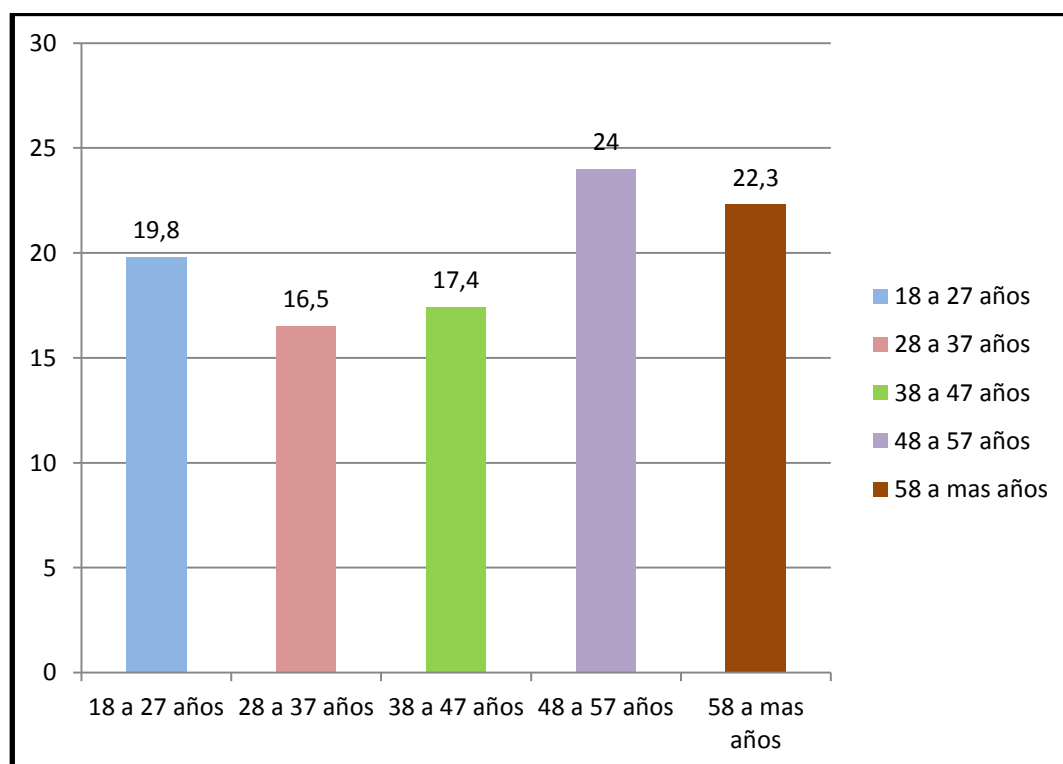
Edad de los comerciantes encuestados

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
18 a 27 años	24	19,8	19,8	19,8
28 a 37 años	20	16,5	16,5	36,4
38 a 47 años	21	17,4	17,4	53,7
48 a 57 años	29	24,0	24,0	77,7
58 a mas años	27	22,3	22,3	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas - 2015.



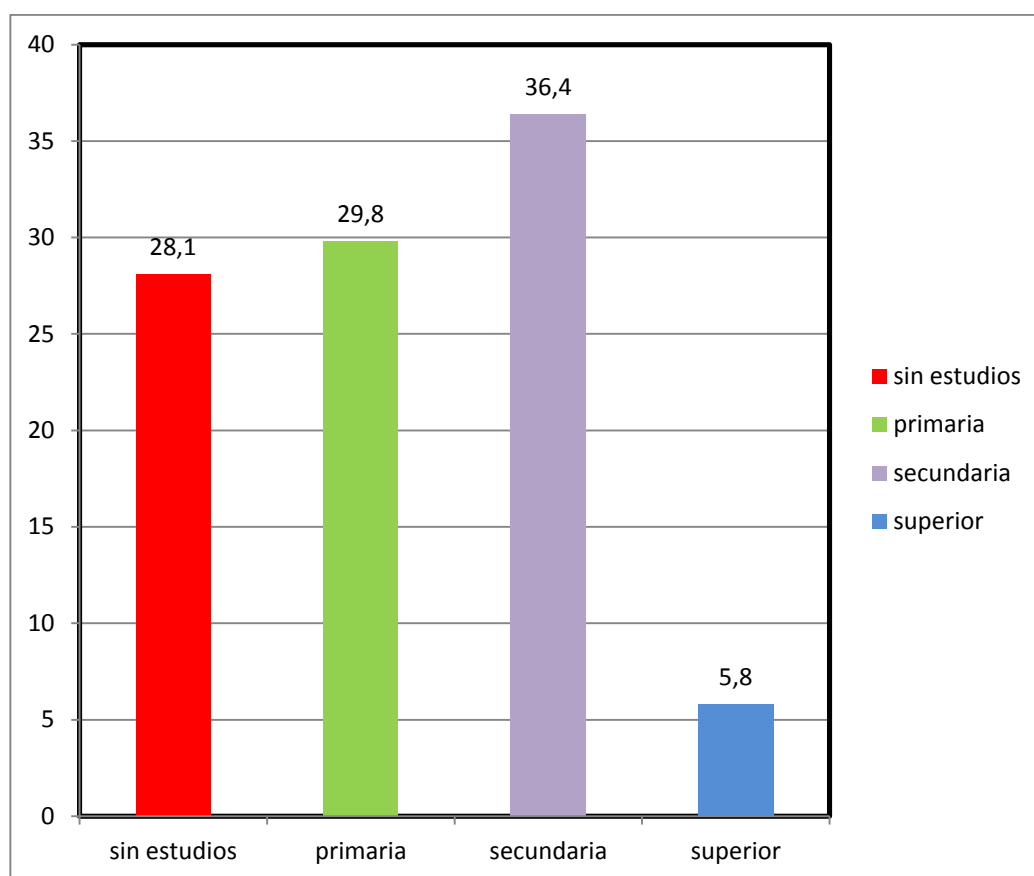
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas - 2015.

Grado de instrucción de los comerciantes encuestados

		grado de instrucción
N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	sin estudios	34	28,1	28,1
	primaria	36	29,8	57,9
Válido	secundaria	44	36,4	94,2
	superior	7	5,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas - 2015.



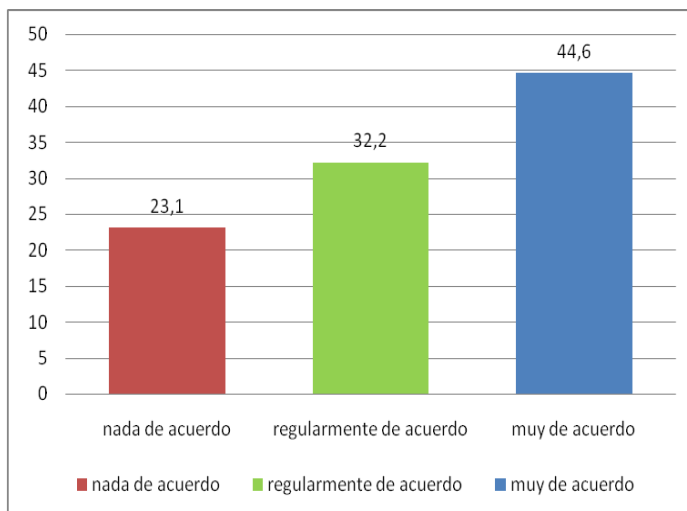
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas - 2015.

1.- ¿Está usted de acuerdo con el cobro diario de arbitrios (tickets) por parte de la municipalidad?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidamente	28	23,1	23,1	23,1
Nada de acuerdo	39	32,2	32,2	55,4
Regularmente de acuerdo	54	44,6	44,6	100,0
Muy de acuerdo	121	100,0	100,0	
Total				



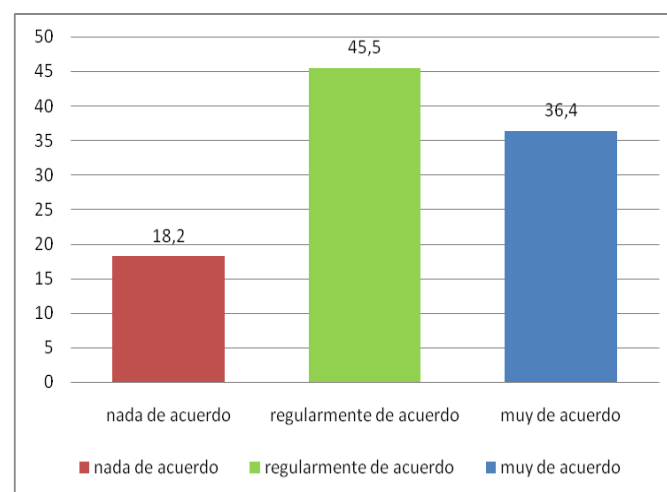
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

2.- ¿Los tributos que recauda la municipalidad? ¿cree que contribuye a mejorar los servicios públicos en beneficio común de la sociedad?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidamente	22	18,2	18,2	18,2
Nada de acuerdo	55	45,5	45,5	63,6
Regularmente de acuerdo	44	36,4	36,4	100,0
Muy de acuerdo	121	100,0	100,0	
Total				



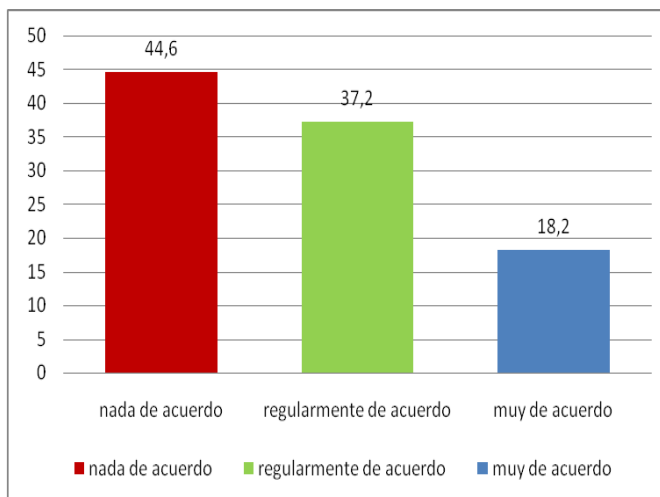
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

3.- ¿Usted pagaría sus tributos por iniciativa propia sin que el estado le obligue?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida				
Nada de acuerdo	54	44,6	44,6	44,6
Regularmente de acuerdo	45	37,2	37,2	81,8
Muy de acuerdo	22	18,2	18,2	100,0
Total	121	100,0	100,0	



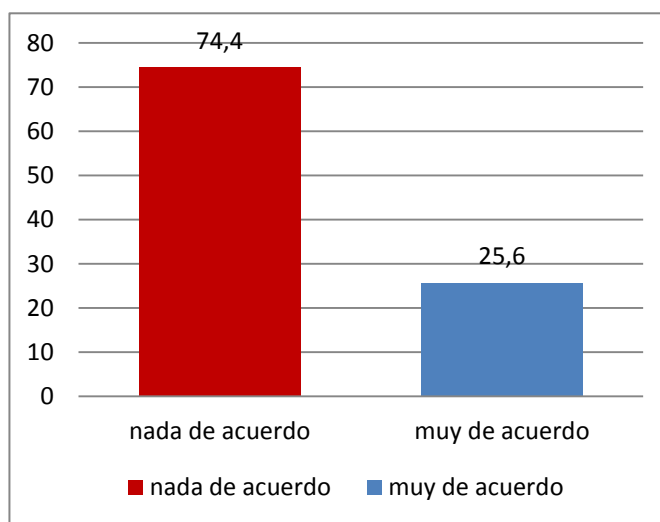
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

4.- ¿Pagaría usted sus tributos de manera voluntaria?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida				
Nada de acuerdo	90	74,4	74,4	74,4
Muy de acuerdo	31	25,6	25,6	100,0
Total	121	100,0	100,0	



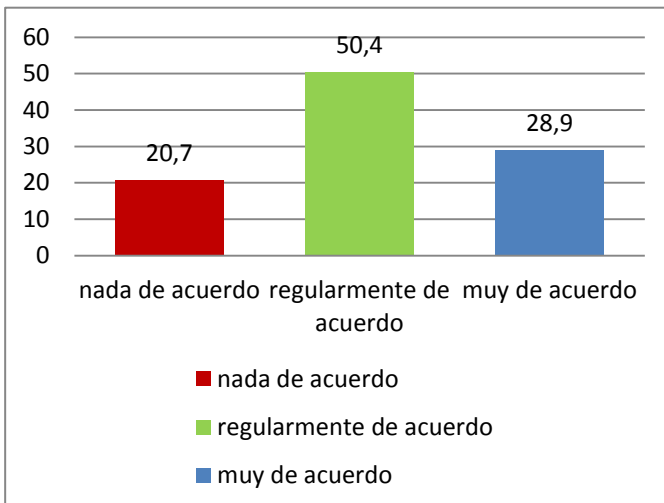
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

5.- ¿Considera que pagar sus tributos al estado es?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	25	20,7	20,7	20,7
Regularmente de acuerdo	61	50,4	50,4	71,1
Muy de acuerdo	35	28,9	28,9	100,0
Total	121	100,0	100,0	



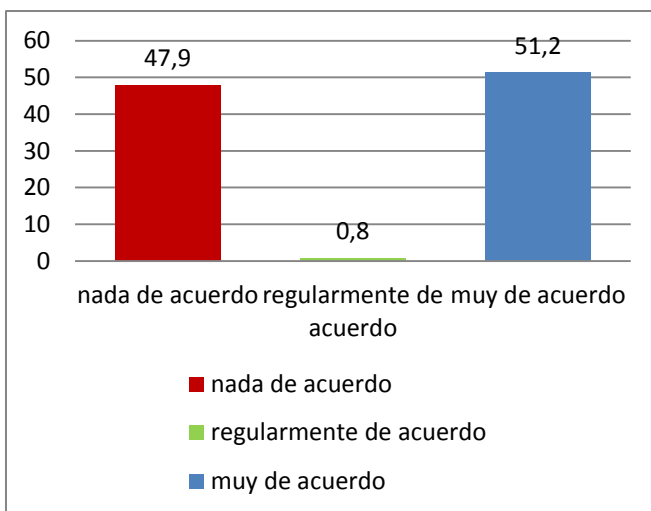
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

6.- ¿En su situación económica actual considera usted que no debería pagar sus tributos?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	58	47,9	47,9	47,9
Regularmente de acuerdo	1	,8	,8	48,8
Muy de acuerdo	62	51,2	51,2	100,0
Total	121	100,0	100,0	



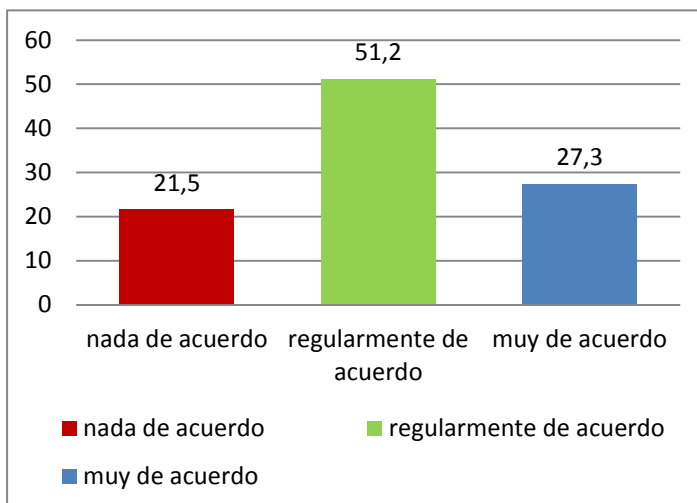
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

7.- ¿A su parecer contribuir al estado e malgastar su dinero?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidamente				
Nada de acuerdo	26	21,5	21,5	21,5
Regularmente de acuerdo	62	51,2	51,2	72,7
Muy de acuerdo	33	27,3	27,3	100,0
Total	121	100,0	100,0	



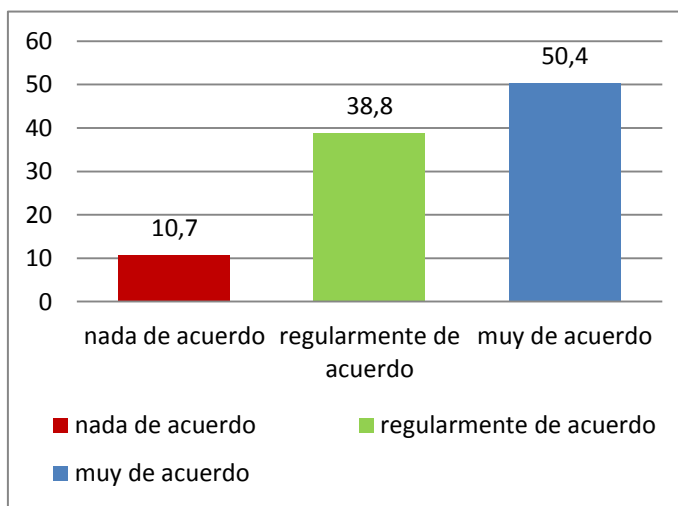
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

8.- ¿Para usted, no pagar sus tributos aumenta sus ingresos?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidamente				
Nada de acuerdo	13	10,7	10,7	10,7
Regularmente de acuerdo	47	38,8	38,8	49,6
Muy de acuerdo	61	50,4	50,4	100,0
Total	121	100,0	100,0	



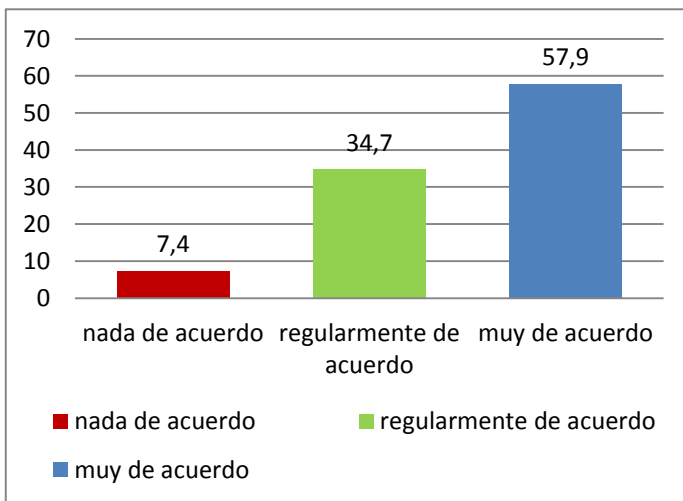
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

9.- ¿Usted desconfía de las entidades públicas porque son ineficientes en su gestión?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	9	7,4	7,4	7,4
Regularmente de acuerdo	42	34,7	34,7	42,1
Muy de acuerdo	70	57,9	57,9	100,0
Total	121	100,0	100,0	



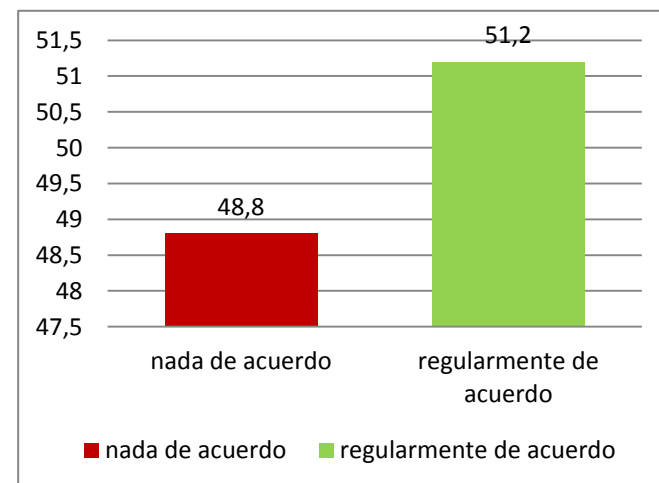
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

10.- ¿Si las entidades recaudadoras hacen buen uso de los recursos económicos estaría dispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	59	48,8	48,8	48,8
Muy de acuerdo	62	51,2	51,2	100,0
Total	121	100,0	100,0	



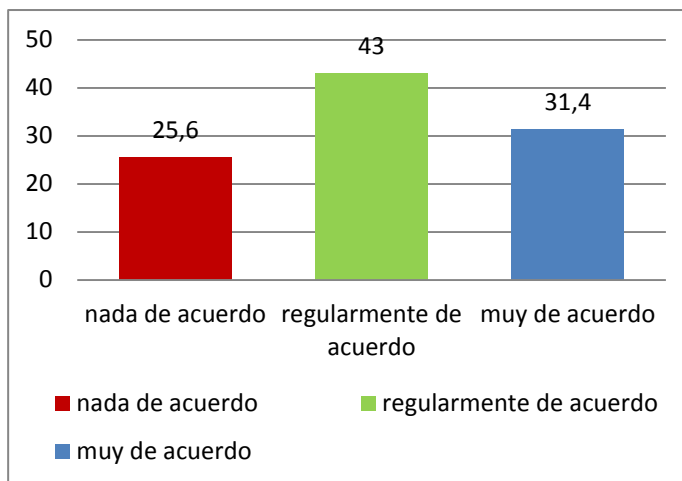
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

11.- ¿El pagar tributos solo beneficia al estado mas no así a los ingresos económicos de usted?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vá lid	31	25,6	25,6	25,6
o Regularment e de acuerdo	52	43,0	43,0	68,6
Muy de acuerdo	38	31,4	31,4	100,0
Total	121	100,0	100,0	



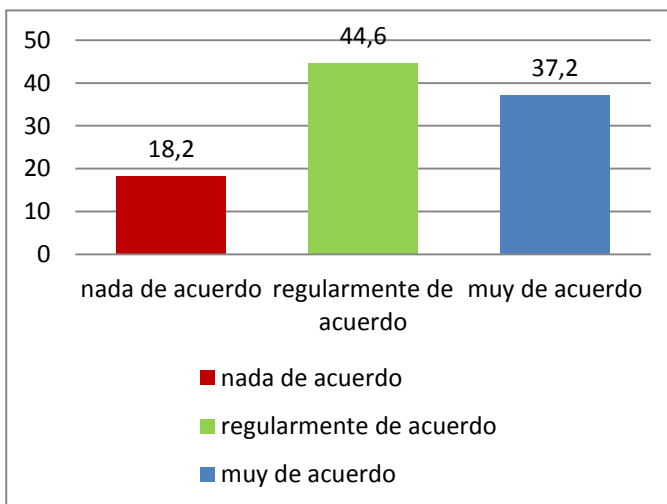
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

12.- ¿Para usted, el sector público es un gran derrochador del dinero que recauda?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vá lid	22	18,2	18,2	18,2
o Regularmente de acuerdo	54	44,6	44,6	62,8
Muy de acuerdo	45	37,2	37,2	100,0
Total	121	100,0	100,0	



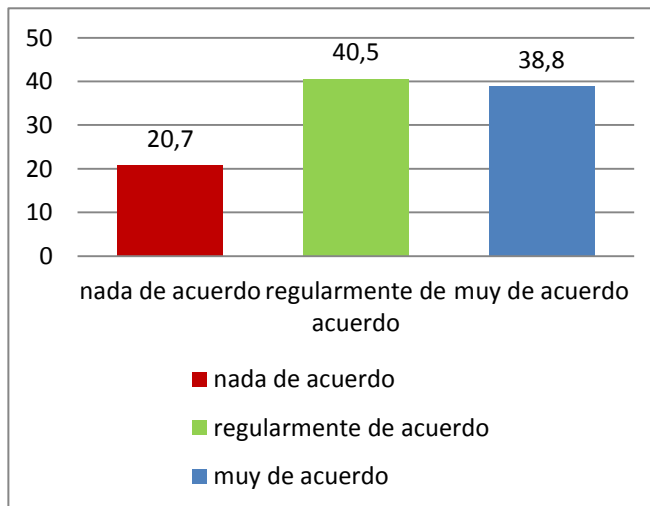
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

13.- ¿Cree que el estado debe ser más flexible con la aplicación de las normas a los micro comerciantes?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	25	20,7	20,7	20,7
Regularmente de acuerdo	49	40,5	40,5	61,2
Muy de acuerdo	47	38,8	38,8	100,0
Total	121	100,0	100,0	



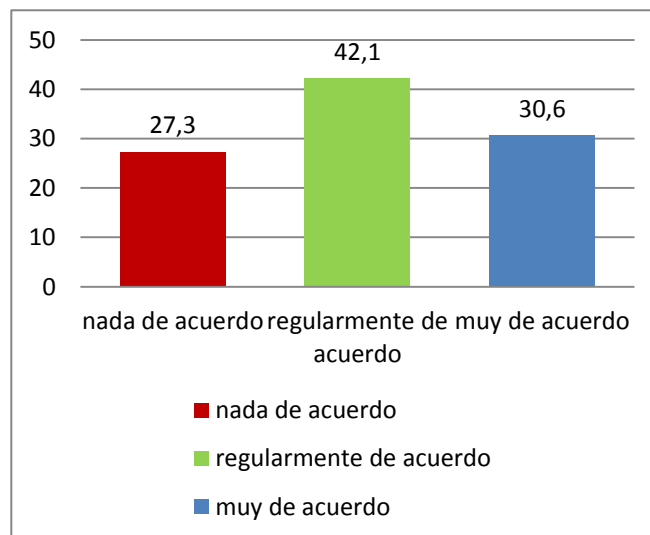
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

14.- ¿Considera usted que los impuestos deba ser pagado por las grandes empresas?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	33	27,3	27,3	27,3
Regularmente de acuerdo	51	42,1	42,1	69,4
Muy de acuerdo	37	30,6	30,6	100,0
Total	121	100,0	100,0	



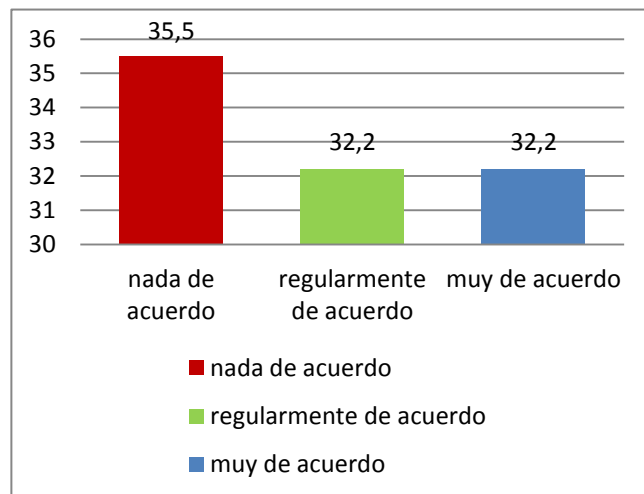
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

15.- ¿Cree que la gran mayoría de comerciantes no paga sus tributos?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada de acuerdo	43	35,5	35,5	35,5
Regularmente de acuerdo	39	32,2	32,2	67,8
Muy de acuerdo	39	32,2	32,2	100,0
Total	121	100,0	100,0	



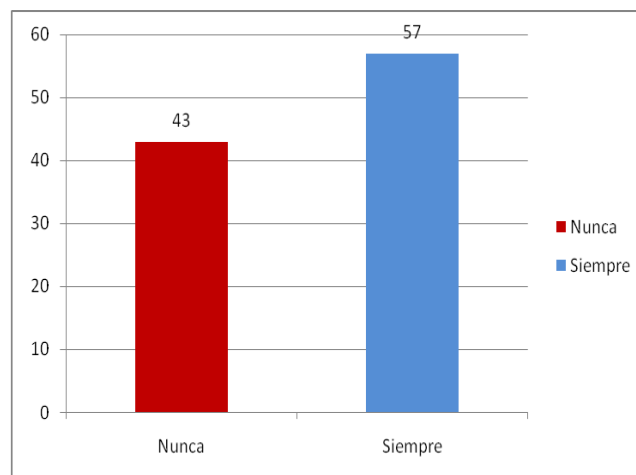
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

16.- ¿Cuenta usted con algún documento de permiso por el uso del espacio público?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	52	43,0	43,0	43,0
Siempre	69	57,0	57,0	100,0
Total	121	100,0	100,0	



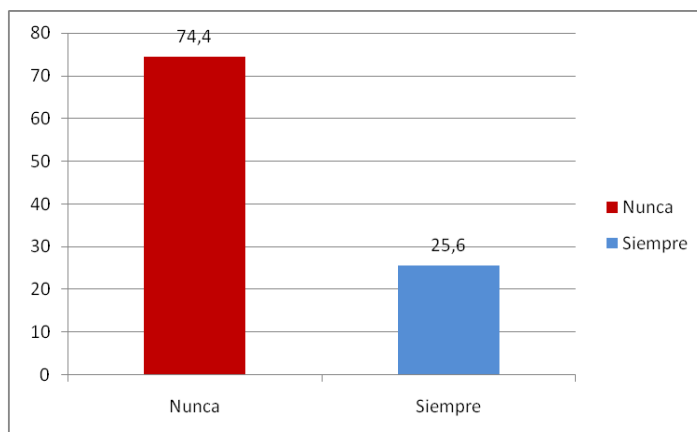
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

17.- Cree usted que la ley para la recaudación de tributos está de acuerdo a la realidad de los comerciantes?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	90	74,4	74,4	74,4
Siempre	31	25,6	25,6	100,0
Total	121	100,0	100,0	



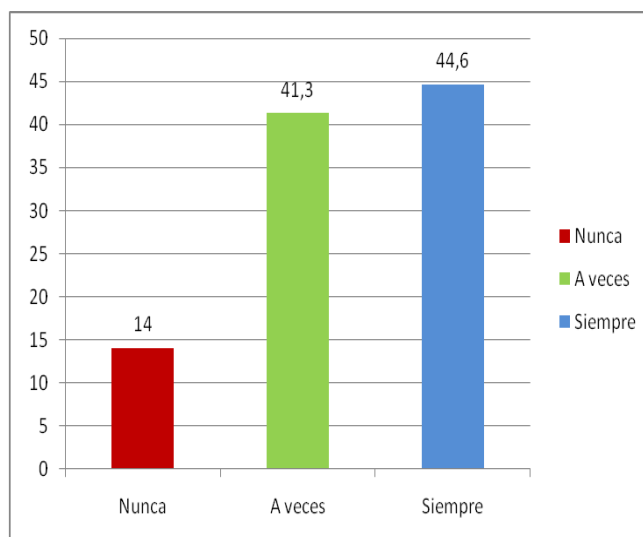
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

18.- Cumple usted con alguna reglamentación del municipio como: ¿resoluciones u ordenanzas?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	17	14,0	14,0	14,0
A veces	50	41,3	41,3	55,4
Siempre	54	44,6	44,6	100,0
Total	121	100,0	100,0	



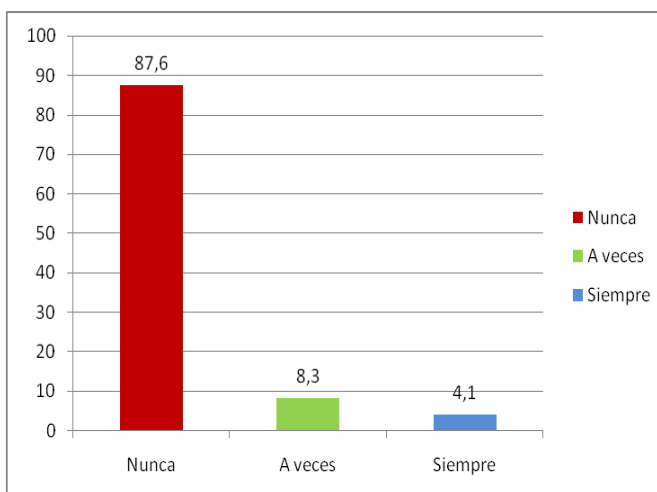
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

19.- ¿Usted emite algún comprobante de pago como facturas, boletas de venta, ticket u otros?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	106	87,6	87,6	87,6
A veces	10	8,3	8,3	95,9
Siempre	5	4,1	4,1	100,0
Total	121	100,0	100,0	



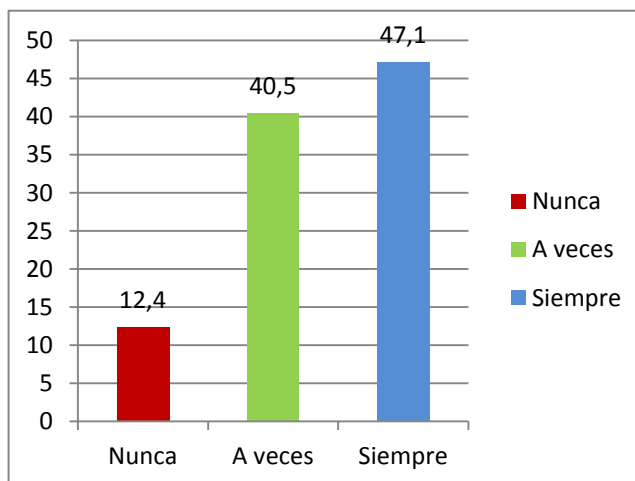
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

20.- Paga usted al municipio por el uso del espacio público?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	15	12,4	12,4	12,4
A veces	49	40,5	40,5	52,9
Siempre	57	47,1	47,1	100,0
Total	121	100,0	100,0	



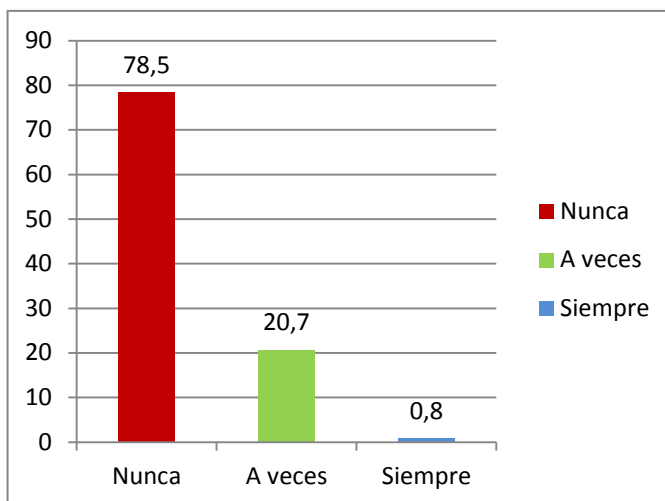
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

21.- ¿Usted recibió charlas por la SUNAT o la MUNICIPALIDAD sobre tributación?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	95	78,5	78,5	78,5
A veces	25	20,7	20,7	99,2
Siempre	1	,8	,8	100,0
Total	121	100,0	100,0	



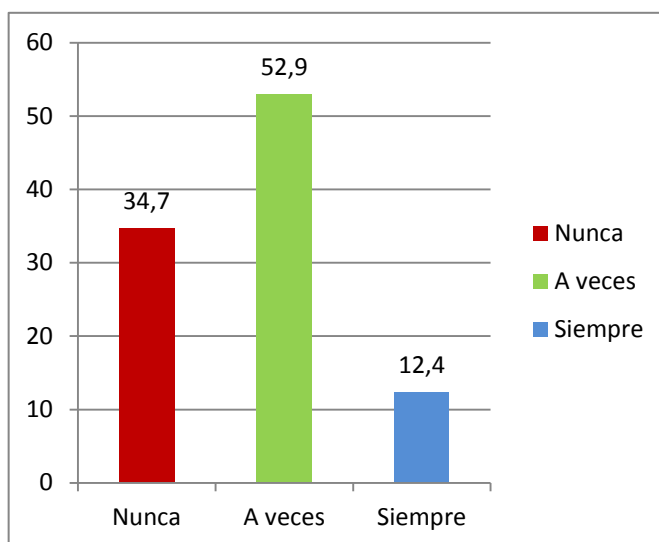
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

22.- ¿Si emite o emitiera comprobantes de pago declararía puntualmente a la SUNAT?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	42	34,7	34,7	34,7
A veces	64	52,9	52,9	87,6
Siempre	15	12,4	12,4	100,0
Total	121	100,0	100,0	



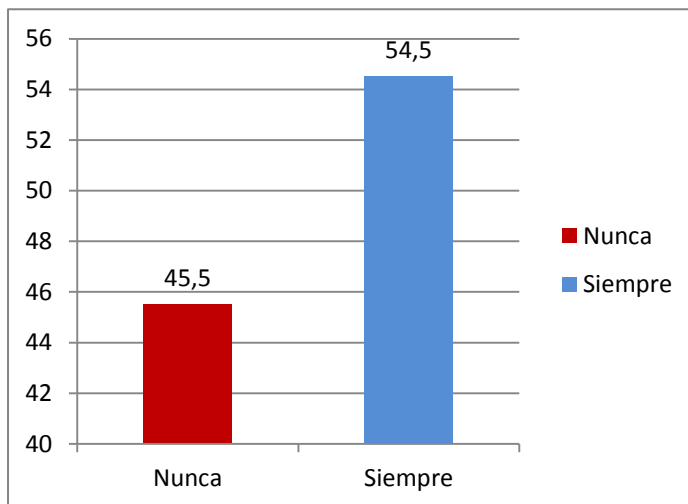
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

23.- ¿Cree usted que no debe declarar a la SUNAT por que tiene pocos ingresos?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida	55	45,5	45,5	45,5
Nunca	66	54,5	54,5	100,0
Siempre	121	100,0	100,0	



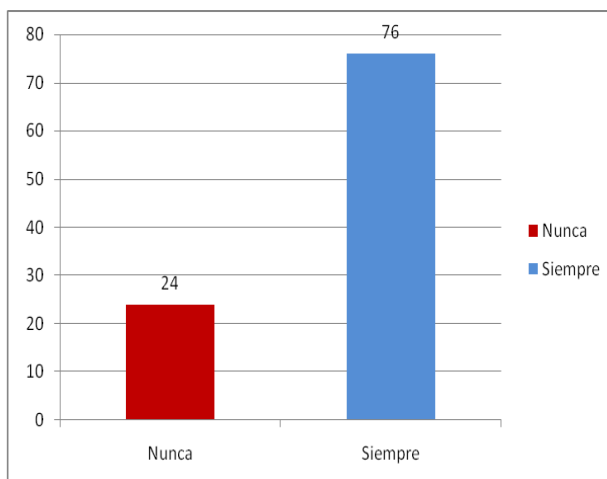
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

24.- Cree usted que la falta de trabajo es motivo para a que venda en la calle?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válida	29	24,0	24,0	24,0
Nunca	92	76,0	76,0	100,0
Siempre	121	100,0	100,0	



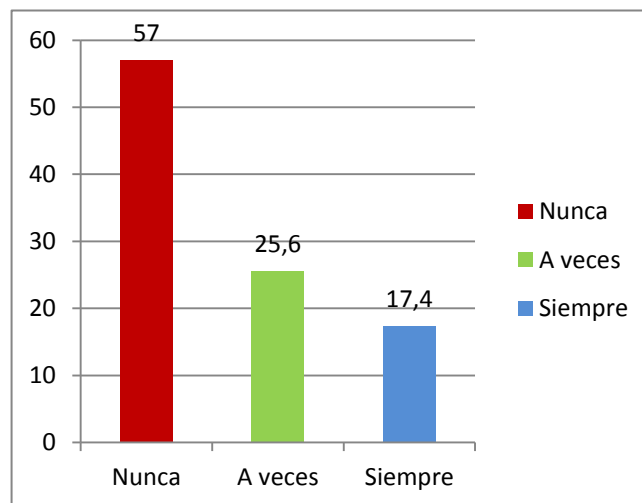
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

25.- ¿Usted es un comerciante eventual?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Fre cuen cia	Porcent aje	Porcentaj e válido	Porcentaj e acumulad o
Váli do				
Nunca	69	57,0	57,0	57,0
A veces	31	25,6	25,6	82,6
Siempre	21	17,4	17,4	100,0
Total	121	100,0	100,0	



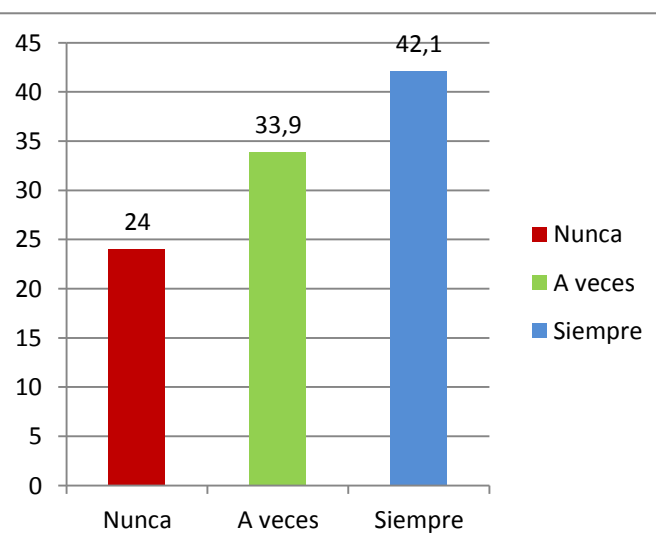
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

26.- ¿Su puesto de venta siempre es un lugar fijo en la calle?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Fre cuen cia	Porcent aje	Porcentaj e válido	Porcentaj e acumulad o
Váli do				
Nunca	29	24,0	24,0	24,0
A veces	41	33,9	33,9	57,9
Siempre	51	42,1	42,1	100,0
Total	121	100,0	100,0	



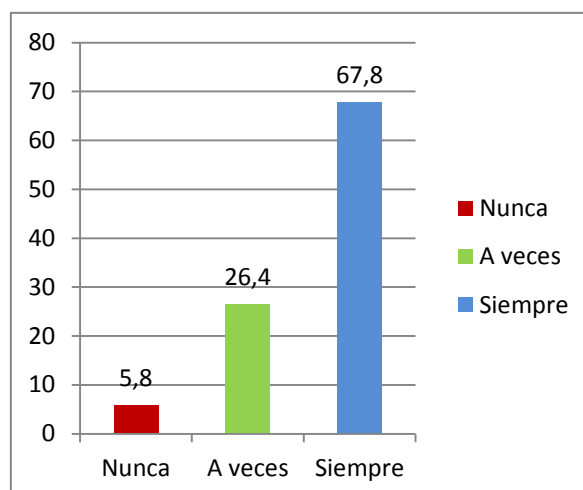
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

27.- ¿Usted vende su producto donde se concentre gran cantidad de persona?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	7	5,8	5,8	5,8
A veces	32	26,4	26,4	32,2
Siempre	82	67,8	67,8	100,0
Total	121	100,0	100,0	



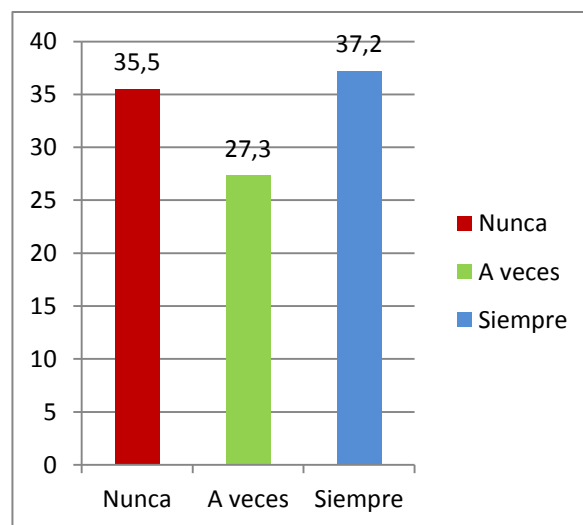
Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -2015.

28.- ¿Usted anda en busca de sus clientes?

Estadísticos

N	Válido	121
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	43	35,5	35,5	35,5
A veces	33	27,3	27,3	62,8
Siempre	45	37,2	37,2	100,0
Total	121	100,0	100,0	



Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes ambulantes en el Centro Poblado las Américas -