

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Evasión tributaria y Comercialización de productos maderables;
Piura: 2016

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

Autor:

Quinde Jimenez, Lino

Asesor:

Dr. Zapata Periche, Isidora

Piura - Perú

2018

INDICE GENERAL

1.	TÍTULO DEL TRABAJO	i
2.	PALABRAS CLAVE	i
3.	RESUMEN	ii
4.	ABSTRACT	iii
CAPITULO I.....		1
5.	INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO II.....		52
6.	METODOLOGÍA DEL TRABAJO	52
6.1.	Tipo y diseño.....	52
6.2.	Población y Muestra	53
6.3.	Instrumentos y fuentes de investigación.....	54
6.4.	Procesamiento y análisis de la información	56
CAPITULO III.....		58
7.	RESULTADOS.....	58
8.	ANALISIS Y DISCUSIÓN	81
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	88
ANEXOS		98

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tiempo de funcionamiento de la empresa.....	58
Tabla 2	Formalización del comercio de productos no maderables	59
Tabla 3	Tipo de empresa	60
Tabla 4	Régimen Tributario de los comercios de productos maderables.....	61
Tabla 5	Grado de instrucción de los responsables de la empresa.....	62
Tabla 6	Conoce usted, los requisitos y condiciones del régimen tributario	63
Tabla 7	Compras se sustentan con los comprobantes de pago	64
Tabla 8	Motivo de selección del Régimen tributario del negocio	65
Tabla 9	El motivo de no pagar puntualmente es por falta de transparencia.	66
Tabla 10	Emisión y entrega los comprobantes de pagos.....	67
Tabla 11	Conoce Ud. la figura de elusión fiscal y sus características.....	68
Tabla 12	La elusión tributaria genera baja recaudación tributaria	69
Tabla 13	La evasión constituye la abstención dolosa.....	70
Tabla 14	Incumplimiento de obligación tributaria se configura evasión	71
Tabla 15	SUNAT, detecta a las personas y negocios que evaden impuestos... ..	72
Tabla 16	Percepción de la comercialización de los productos maderables.....	73
Tabla 17	Considera a los proveedores están formalizados	74
Tabla 18	Percepción de rotación de comercialización productos maderables .	75
Tabla 19	Política de ventas.....	76
Tabla 20	Las ventas garantizan la permanencia de la empresa	77

INDICE DE FIGURA

Figura 1 Tiempo de funcionamiento de la empresa	58
Figura 2 Formalización de la empresa.....	59
Figura 3 Tipo de empresa	60
Figura 4 Régimen Tributario	61
Figura 5 Grado de instrucción de los comerciantes de productos maderables.....	62
Figura 6 Conoce usted los requisitos y condiciones del régimen tributario....	63
Figura 7 Compras se sustentan con los comprobantes de pago.....	64
Figura 8 Motivo de selección del Régimen tributario	65
Figura 9 El motivo de no pagar es por falta de transparencia del Estado.....	66
Figura 10 Emisión y entrega de los comprobantes de pago	67
Figura 11 Conoce Ud. la figura de elusión fiscal y sus características	68
Figura 12 Considera que la elusión genera baja recaudación tributaria.....	69
Figura 13 Considera que la evasión constituye la abstención dolosa.....	70
Figura 14 Incumplimiento de obligación tributaria se configura evasión	71
Figura 15 SUNAT detecta a negocios que evaden impuestos.....	72
Figura 16 Percepción de la comercialización de los productos maderables....	73
Figura 17 Considera a los proveedores están debidamente formalizados	74
Figura 18 Percepción de la rotación de la comercialización	75
Figura 19 Política de ventas	76
Figura 20 Las ventas garantizan la permanencia de la empresa.....	77

1. TÍTULO DEL TRABAJO

Evasión tributaria y comercialización de productos maderables; Piura: 2016.

Tax evasion in commercialization by merchants of the wood item of the Industrial zone; Piura: 2016.

2. PALABRAS CLAVE

Comerciante, evasión tributaria.

Merchant, tax evasion.

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Línea de investigación

5. Área : Ciencias Sociales

5.2. Sub Área: Economía y Negocios

5.2.2. Tributación

3. RESUMEN

La presente investigación cuyo objetivo fue Determinar la incidencia entre la evasión tributaria y la comercialización de productos maderables de los comerciantes en Piura, año 2016, para ello se analizó la situación del medio de sus actividades para alcanzar los objetivos. En la metodología el nivel de investigación fue descriptivo, la población estuvo conformada por diez comerciantes del rubro de productos maderables, la técnica fue la encuesta, se aplicó el instrumento fue el cuestionario de veinte ítems, se obtuvo las siguientes características del 100% de los comercios vienen funcionando más de cinco años en el mercado, el 70% son personas naturales ubicados en el régimen en el nuevo RUS y el 30% tienen personería jurídica, el 10% cuenta con estudios de pre grado, el 50% de los que dirigen cuenta con primaria completa denotando falta capacidad empresarial, con respecto a la tributación en la figura de subdeclaración, El 90% de los comerciantes no conocen los requisitos y condiciones del régimen del comercio de productos maderables, el 50% realiza las compras de manera informal y el 70% pertenece al RUS y el 80% incumple con la declaración y el pago también el 50% realiza informalmente las compras confirmándose la figura de la elusión. Asimismo, el 50% manifiestan disminuye la carga tributaria presentándose la evasión y con respecto a la comercialización el 50% de los proveedores son informales concluyendo que existe incidencia de la evasión tributaria en la gestión de compra y venta de productos maderables.

Palabras Clave: Evasión tributaria, comerciantes, productos maderables.

4. ABSTRACT

The present investigation whose objective was to determine the incidence of the tax evasion and in the management of purchase and sale of timber products of the traders of the province of Piura, year 2016, for it the situation of the middle of its activities was analyzed to reach the objectives. In the methodology, the level of research was descriptive, the population was made up of ten traders of the wood product category, the technique was the survey, the instrument was applied the questionnaire of twenty items, the following characteristics of 100% were obtained of the businesses have been operating more than five years in the market, 70% are natural persons located in the scheme in the new RUS and 30% have legal status, 10% have undergraduate studies, 50% of the who run a complete primary school, denoting lack of entrepreneurial capacity, with respect to taxation in the figure of underreporting, 90% of traders do not know the requirements and conditions of the trade regime for timber products, 50% make purchases in a informal and 70% belongs to the RUS and 80% fails to comply with the declaration and the payment also 50% informally carries out the purchases confirming the figure d e elusion. Likewise, 50% state that the tax burden decreases, and evasion is presented, and 50% of suppliers are informal with respect to marketing.

Keywords: Tax evasion, traders, timber products.

CAPITULO I

5. INTRODUCCIÓN

A la fecha los estados de los países vienen realizando esfuerzos para que los comerciantes cumplan con sus obligaciones tributarias con la finalidad se reduzca la evasión tributaria porque está ligada con la economía informal, contrabando y otras formas implicando acciones que violan normas legales que se evidencia en proporciones significativas lo cual dificulta la aplicación de políticas fiscales.

Siendo la evasión de impuesto un fenómeno social y económico que cada día se agudiza y se aplica como costumbre o parte de la idiosincrasia de los comerciantes.

Para desarrollar la presente investigación se presentan los siguientes antecedentes los cuales han sido recopilados de sitios webs y extraídos de tesis.

Previamente se realizaron algunas investigaciones relacionadas con el tema, de vital importancia que permitió revisar a que conclusiones arribaron, lo cual permitió ampliar el enfoque de estudio:

Según Boitano (2011), en Chile, investigó la Tesis titulada *“Análisis de la cadena de distribución en la comercialización de productos frescos en Chile y Hortalizas”* con el objetivo de analizar la cadena de distribución de productos hortofrutícolas, en estado fresco, y estimar los márgenes de comercialización que se producen durante el proceso la metodología usada fue la recolección de información a partir de fuentes primarias, como entrevistas a profesores especializados y centrales mayoristas de abastecimiento y en fuentes secundarias mediante la recopilación de antecedentes tratados en estudios previos, mostrando resultados de la existencia de dos canales de comercialización uno moderno caracterizado por las principales cadenas de supermercado y otro tradicional. Concluyendo, la existencia de intermediarios

especuladores y las características de estos alimentos a pesar que aumentan significativamente los costos es alto el nivel comercialización.

Guevara (2011) en Ecuador, investigó la tesis denominada “*Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de producción y comercialización de pisos elaborados en madera en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura*”, con el objetivo de la factibilidad de la creación de una fábrica de producción y comercialización para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y la entrevista cuya población motivo de análisis fueron los aserraderos y depósitos de madera del Cantón, así como funcionarios de la Dirección Provincial del Ministerio de Ambiente, concluyendo a) La comercialización de la madera en términos generales tiene buena aceptación b) mediante la organización y determinación de políticas y estrategias se tendrá un mejor servicio y atención a los clientes. c) La Mediante las evaluaciones financieras determinó sobre la situación financiera es favorable.

Chávez (2010) Venezuela investigó la tesis –*Evasión tributaria y su incidencia en la liquidez de las empresas del valle Jequetepeque*”, con el objetivo de medir el grado de la evasión en todos los niveles de las empresas de los principales distritos del Valle del Jequetepeque y determinar cuáles son los factores que motivan a los contribuyentes a incurrir en evasión tributaria, la investigación tiene como resultado que existe una baja cultura tributaria en las ciudades de San Pedro de Lloc, Pacasmayo, Guadalupe y Chepén donde los negocios consideran en que si les afecta a su liquidez y rentabilidad la presión tributaria cuyos impuestos a la renta y el impuesto general a las ventas consideran anti técnicos e injustos, concluyendo a) la evasión tributaria en los contribuyentes de las empresas de los distritos del Valle del Jequetepeque se cometen por desconocimiento e insuficiente conciencia tributaria así como el carácter anti técnico de las leyes tributarias en el Perú b) existe deficiente conciencia tributaria lo que motiva a lo evasión tributaria. c) para el contribuyente de distritos del Valle Jequetepeque cumplir con los pagos del impuesto general a las ventas es atentar contra la economía liquidez al

pretender considerar que la retención pasiva del impuesto es propia y no del Estado. d) el pago del impuesto a la renta es anti técnico pues el espíritu del impuesto es de periodicidad anual y sobre la base de las utilidades anuales más el pago a cuenta se hace sobre la base de los ingresos netos mensuales, atentando contra la liquidez de los contribuyentes por lo que las ventas crédito que generan las empresas e) la política recaudadora del sistema tributario peruano si incide mayormente en la liquidez de las micro y pequeña empresa por cuanto por las ventas al crédito son obligadas al pago inmediato del impuesto a la renta que al quitarle capacidad de pago produce se incrementa la informalidad.

Aguirre y Silva (2013) investigaron la tesis titulada *-Evasión Tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del Distrito de Trujillo-Año 2013*” busca conocer las causas que se asocian a la evasión tributaria en las empresas formalmente constituidas y la informalidad en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo, En tal sentido realizaron la investigación encuestando y entrevistando a una muestra de 77 empresas comerciales de abarrotes que se encuentran en la Urb. Palermo, distrito de Trujillo. Los resultados nos demuestran que las causas que se asocian a la evasión tributaria en los Comerciantes del Mercado Mayorista son el deseo de generar mayores ingresos (utilidades), la excesiva carga y complejidad para tributar y finalmente se acogen a regímenes que no les corresponde. El sistema tributario poco transparente trae como consecuencia, entre otros, cierre temporal de establecimiento, suspensión de licencias, permisos o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado para el desempeño de sus actividades Los comerciantes de Abarrotes que se encuentran ubicados en los alrededores del mercado Mayorista por el giro de negocio que tienen, deben cumplir con todas las obligaciones formales que les corresponden (otorgar comprobante de pago por sus ventas, presentar sus declaraciones, llevar registros y libros contables de acuerdo a su régimen) a los contribuyentes, así como con la determinación y pago de los impuestos a los que están afectos (obligaciones sustanciales), tales como el IGV, IR y

ESSALUD. Concluyendo a) Por la actividad que realizan los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista pueden acogerse a cualquier régimen tributario (Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial de Renta y Régimen General). b) se ha determinado que los ingresos que estos comerciantes obtienen mensualmente, superan en su mayoría el tope de la categoría mayor del Nuevo RUS (S/.30,000.00), no correspondiéndoles dicho régimen. Esto genera que un 10% de los encuestados se encuentren en un régimen que no les corresponde. Considerando que se ha determinado un nivel de ventas promedio mensual de S/.78000.00, les correspondería estar en el Régimen General. c) Del procesamiento se determina que un alto porcentaje de estos comerciantes no declara la totalidad de sus ventas, lo que conlleva a una evasión parcial de impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto a la Renta. d) De manera similar se ha determinado que por lo menos un 15% de estos empresarios no declaran a sus trabajadores lo que causa una omisión en la determinación de la contribución al ESSALUD. e) las causas que generan evasión tributaria son: Falta de información, Deseos de generar mayores ingresos (Utilidades). Complejidad de las normas tributarias y excesivas carga para tributar. Acogerse a regímenes tributarios que no les corresponde. e) Como una conclusión final se menciona que se coincide con el autor Tarrillo en que la falta de una adecuada difusión por parte del Estado respecto a los tributos y el objeto de los mismos, trae consigo la ausencia de una cultura y conciencia tributaria, lo que origina que los contribuyentes se encuentren más propensos a caer en la evasión y elusión tributaria. Lo antes indicado tiene relación directa con las dos primeras causas determinadas.

Quiroz (2013). En Trujillo la tesis dice; *“Las causas que motivan la evasión tributaria en la empresa constructora los CIPRESES S.A.C en la ciudad de Trujillo en el periodo 2012”*. Tiene como objetivo determinar en qué medida los factores se relacionan con la evasión tributaria de los comerciantes acogidos al Nuevo RUS (Régimen Único simplificado) del mercado -El Huequito, Tarapoto, 2015, mediante un tipo de investigación correlacional y

diseño no experimental. Se usó un cuestionario como instrumento de investigación y la encuesta como técnica de estudio, la misma fue aplicada a 64 comerciantes. De este modo, se concluyó que la medida de relación entre los factores con el desconocimiento de las normas tributarias, desconocimientos de los procesos tributarios y para la obtención de beneficios propios en los comerciantes del mercado "El Huequito", es 49.6%, 35.1% y 50.7%, respectivamente. Se elude En tal sentido, la medida de relación que existe entre los factores y la evasión tributaria de los comerciantes del mercado -El Huequito de Tarapoto 2016 es 44.4%. De ahí en esta tesis nos da a conocer los impuestos que deben pagar las constructoras, además, estas obligaciones es atentar contra su liquidez por la competencia que el impuesto lo toman como costo del producto en beneficio de sus utilidades.

Panduro y Colomé (2014). Investigaron la tesis titulada *-Análisis comparativo de las exportaciones de madera de las regiones Loreto y Ucayali, periodo 2009 -2013*"; La investigación tuvo como objetivo analizar el comportamiento de las exportaciones de las regiones Loreto y Ucayali en el periodo 2009 – 2013, a través de la evolución y tipo de productos exportados, el tipo de empresa exportadora y el mercado de destino de las exportaciones; lo que da una idea clara de lo que viene sucediendo en el sector. Los datos fueron recolectados en un solo momento y en un tiempo único, la muestra en este caso es igual a la población; es decir, todas las exportaciones de madera realizadas por las regiones Loreto y Ucayali durante el periodo 2009 - 2013, seleccionadas por la Ubicación Geográfica (UBIGEO) de la Declaración Única de Aduanas (DUA). Esta investigación cuantitativa de gabinete consistió en el análisis de series estadísticas de comercio exterior, existente en la página de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, se procedió a ubicar las exportaciones de las regiones Loreto y Ucayali en el periodo 2009 –2013. concluyendo en a) Las exportaciones de madera de Ucayali fueron superiores a las de Loreto en 78.02% durante el periodo 2009 – 2013, a pesar que Loreto realiza esta actividad muchos años antes que Ucayali, la misma que fue elevada a la categoría de -Departamento el 01 de junio de

1982. b) Las exportaciones de madera de Ucayali estuvieron constituidas principalmente por *“Tablillas y Frisos Para Parquets”* (52.24%), conocido también como *“Pisos de Madera”*, producto considerado de segunda transformación, con valor agregado y con mayores precios en el mercado internacional. En cambio, Loreto tiene como principal producto de exportación a la *“Madera Aserrada”* (81.35%), caracterizado por ser producto de primera transformación, con escaso valor agregado y precio bajo en el mercado internacional. Esta es una de las explicaciones por qué las exportaciones de Ucayali son superiores a las de Loreto. c) El principal destino de las exportaciones de madera de Loreto es México (56.68%) y de Ucayali es China (73.92%). México es una economía modesta en comparación con la de China que es una de las principales del mundo. Por otro lado, México es muy dependiente de la EE. UU., así que la demanda de madera de México a Loreto va a depender de los mayores pedidos de EE. UU; a México. Lamentablemente la economía americana entró en crisis el 2008 acentuándose más el 2009, afectando notablemente a las empresas madereras de Loreto. En cambio, China es una economía que viene creciendo a una tasa promedio de 9.00% en los últimos años, por lo que tiene una demanda importante. Esta es otra de las razones que explica los mayores valores de exportación de madera de Ucayali en relación a Loreto. d) En cuanto al número de empresas, el 52.87% de las exportaciones de madera Loreto fueron realizadas por siete (07) empresas; y en el caso de Ucayali, fueron diez (10) empresas las que llevaron a cabo el 50.54% de las exportaciones. En ambos casos, la concentración es muy fuerte. e) Resumiendo, se puede afirmar que las exportaciones de madera de Ucayali fueron superiores a las de Loreto debido a que esta región exporta productos con mayor valor agregado (*“Tablillas y Frisos Para Parquets”*) y por consiguiente tienen mayores precios en el mercado internacional; además, tiene como país de destino a China que es una de las economías más grandes del mundo con importante tasa de crecimiento

Aguirre (2014) investigo la tesis titulada: *“La Facultad de Fiscalización de la Administración Tributaria y su relación con la Gestión del Impuesto*

General a las Ventas en las Empresas Constructoras de Lima Metropolitana” tiene como objetivo mayor preparación y cumplimiento de las obligaciones tributarias con los encargados del manejo contable en las empresas y trae como consecuencia un mayor costo del recurso humano. En esta investigación hace referencia el costo que tiene de recursos humanos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias y las modificaciones del Impuesto General a las ventas (I.G.V.) El diseño corresponde a una investigación no-experimental, correlacional con enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), considerado como investigación aplicada debido a los alcances prácticos, aplicativos, sustentado por normas e instrumentos técnicos de recopilación de información, de tipo descriptivo por los alcances prácticos y porque se auxilia en las leyes, normas, manuales y técnicas para el recojo de información. El universo estuvo conformado por 280 personas, entre damas y caballeros pertenecientes al sector construcción de Lima Metropolitana. Los resultados del trabajo de campo llegan a la conclusión que el incumplimiento intencionado en la declaración y pago de las obligaciones tributarias compromete al Estado la cual va desde la sanción, en caso de haber cometido una falta, a la demanda penal en caso al tratarse de un delito.

Ramírez y Valenzuela (2015) investigaron la tesis denominada “*La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en la provincia de Huara, 2015*” con el objetivo de determinar de qué manera la evasión tributaria incide en la recaudación fiscal en la provincia de Huara, con el objetivo de determinar de qué manera la evasión tributaria incide en la recaudación fiscal, de diseño descriptivo, correlacional, enfoque cuantitativo, concluyendo a) La evasión tributaria incide, directamente en la recaudación fiscal en la Provincia de Huara, lo cual no permite determinar la base tributaria por tanto la declaración anual no representa la real situación de la empresa en un periodo determinado. b) otra forma de evadir que se presenta es la elusión tributaria, razón de la baja recaudación tributaria. c) El manejo empresarial presenta menor porcentaje de facturas con la finalidad de pagar menos impuestos. d) se observa gran debilidad en el sector empresarial y en la

ciudadanía falta de conciencia tributaria y de cultura tributaria razón de la menor recaudación.

Lahura (2016). Investigó el trabajo de investigación denominado, *-Sistema financiero, informalidad y evasión tributaria en el Perú*”, con el objetivo de identificar a los informales que han adquirido al menos un crédito en el sistema financiero, describe su participación por entidad financiera y tipo de crédito y estimar el monto de evasión tributaria correspondiente. Para ello utilizó información de la administración tributaria y de los créditos otorgados por el sistema financiero. Los resultados muestran que diciembre de 2014 había aproximadamente 1,8 millones de informales aproximadamente 19% del total de deudores del sistema financiero que tenía al menos un crédito en alguna entidad financiera concluyendo a) En este trabajo de investigación se identificaron a los informales que han adquirido al menos un crédito en el sistema financiero, se analizó su participación por entidad financiera y tipo de crédito, y se estimó el monto de evasión tributaria correspondiente. i) El primer resultado es la identificación de 1 840 554 informales que son clientes del sistema financiero, los cuales representan el 19,21 por ciento del total de clientes con al menos un tipo de crédito en alguna entidad financiera. Este resultado muestra evidencia que la informalidad no es un impedimento para acceder a un crédito en el sistema financiero. Además, sugiere que existe un espacio potencial importante para ampliar la base tributaria. ii) Al analizar la participación de los informales en el sistema financiera diciembre de 2014, se encuentra que las entidades que registraron las mayores tasas de informalidad en términos de número de clientes y saldos de créditos fueron las Cajas Rurales (36 y 25 por ciento, respectivamente), Edpymes (32 y 22 por ciento, respectivamente) y Financieras (26 y 21 por ciento, respectivamente). Además, la distribución del número de clientes informales y de sus saldos de crédito muestra que la informalidad se concentró en Bancos Financieras y las Cajas Municipales. Por tipo de crédito, la concentración se registró principalmente en los créditos a micro y pequeña empresa, consumo y tarjeta de crédito. En términos de estabilidad financiera, estos resultados sugieren que sería

prudencial vigilar y cuantificar la exposición al riesgo por informalidad en el sistema financiero. iii) Finalmente, se estima que la evasión tributaria para el año 2014 habría sido aproximadamente S/ 3 790 millones. Este monto representa 0,7 por ciento del PBI nominal, 4,2 por ciento de los Ingresos Tributarios del Gobierno Central y a 6,7 por ciento de los impuestos pagados por los clientes que tienen créditos con el sistema financiero. Por impuesto, se estima que los mayores montos de evasión serían en el IGV (S/ 1 220 millones), en el impuesto a la renta de quinta categoría (S/ 981 millones) y en el impuesto a la renta de tercera categoría (S/ 723 millones).

Nazareth (2015), investigó la tesis denominada *-Caracterización de la evasión tributaria en el Perú, caso sector ferretero del Mercado Ferrocarril, Chimbote, 2014-*, se ha desarrollado usando la Metodología de revisión bibliográfica y documental. El resultado del tema de investigación ha sido analizar las causas y consecuencias de cómo la evasión tributaria y la informalidad es un mal que afecta no solo a nuestro país sino también a los países donde el avance de la ciencia y la tecnología está avanzada para detectar la evasión tributaria. Se concluye que se ha llegado a tener en cuenta que la evasión tributaria y la informalidad como un mal social solo se evitara cuando en realidad se tome conciencia de que el aporte de la tributación no es una obligación sino un deber de todo ciudadano como una manera de corresponder a las actividades de bien social que realiza un estado. Al mismo tiempo se concluye que si un estado es considerado como una gran empresa necesita de la utilización de muchos recursos para la realización de su gestión y por lo tanto el recurso económico es una de las más importantes, y si no se tributa el estado no puede cumplir con sus objetivos por la falta del recurso económico y financiero.

Marino (s.f.), investigó la tesis denominada *-Análisis de los factores causantes de la informalidad y evasión tributaria de las Mype comercializadoras de ropa en Piura-*, tiene como objetivo encontrar las causas de origen tributario que determinen la informalidad se planteó la hipótesis que

la informalidad es producto de la combinación de la carga impositiva elevada del drástico régimen de sanciones y de la ineficiencia de los trámites burocráticos. Concluyendo a) desconocimiento sobre las normas tributarias, b) desconocimiento de los beneficios de la informalidad c) alto costo en el proceso de registro y también lo que le va costar a la empresa estando dentro de la formalización, d) ineficiencia de la administración tributaria excesiva carga tributaria y complejidad de obligaciones por cumplir e) los comerciantes no tiene una cultura tributaria adecuada tiene una opinión errónea acerca del cumplimiento de las obligaciones tributarias es decir no entienden el deber de contribuir . f) el crecimiento de la evasión tributaria la informalidad en las Mype comercializadoras de ropa se ha ido incrementando representando para los empresarios evasión tributaria informalidad son delitos que se toleran se han institucionalizado en el país

Broncano (2015) investigó la tesis *“Diagnóstico de la recaudación de tributos en la Municipalidad Provincial de Sullana, 2015* el objetivo es determinar la recaudación proveniente del impuesto predial, el impuesto vehicular y el Impuesto a los Espectáculos Públicos No Deportivos. La población de la investigación constituida por los tres trabajadores del área de rentas de la Municipalidad Provincial de Sullana; asimismo por los servidores encargados de la recaudación. Se aplicó como técnica: El análisis documental y como instrumento la entrevista, utilizando una metodología no experimental, y descriptiva. Se concluye a) Cada municipalidad es autónoma y tiene la capacidad de generar tributos por medio de ordenanzas, puede suceder que los vecinos consideren erróneo o ilegal el monto establecido para el cobro de sus arbitrios. En estos casos, el vecino debe comunicarlo a la municipalidad y reclamar el monto que considera excesivo, errado o ilegal. b) La información y recaudación, no se adecua a la meta que tiene por objetivo sinembargo durante los últimos tres años se ha evidenciado una gestión de recaudación positiva, basada en metas, primando la recaudación de los Impuestos Predial, Vehicular y los Espectáculos Públicos No Deportivos, mantiene un crecimiento progresivo regular, debido a los aumentos entre los

años 2012 y 2014, y a este crecimiento puede trabajar con obras que beneficien a los ciudadanos de la Provincia de Sullana.

Ramírez y Valenzuela (2015) investigaron la tesis titulada “*Relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias con el acceso al crédito de las empresas comerciales del distrito de Paita, durante el año 2015*”. El objetivo del Proyecto de Investigación fue determinar la relación significativa del cumplimiento de las obligaciones tributarias con el acceso al crédito de las empresas comerciales del distrito de Paita. La investigación fue de tipo correlacional, de naturaleza cuantitativa y diseño no experimental, transversal. La muestra estuvo conformada por 191 empresas comerciales del distrito de Paita. Se aplicó técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario, uno para cada variable, la información recogida permitió realizar el procesamiento de datos para obtener los resultados, los mismos que permitieron contrastar la hipótesis, para ello se utilizó un estadígrafo denominado Pearson, luego de aplicar el instrumento respectivo para la recolección de información, y procesarlo en el programa Estadístico SPSS. Concluyendo a) Existe relación directa entre el cumplimiento de las obligaciones tributarias y el acceso al crédito en las empresas comerciales del distrito de Paita, b) Existe relación directa entre los Procedimientos y el acceso al crédito en las empresas comerciales del distrito de Paita, cumplen con los procedimientos establecidos. c) Existe relación directa entre los Pagos tributarios y el acceso al crédito en las empresas comerciales del distrito de Paita. d). Existe relación directa entre la fiscalización y el acceso al crédito en las empresas comerciales del distrito de Paita, llegando a la conclusión que la SUNAT realiza una buena fiscalización, lo que hace que las entidades financieras lo tomen en cuenta al momento de evaluar a las empresas, cuando solicitan un crédito. Finalmente concluyó que existe relación entre el cumplimiento de las obligaciones tributarias con el acceso al crédito de las empresas comerciales del distrito de Paita.

Seminario (2015). Investigó la tesis denominada *–Relación entre la política tributaria de SUNAT y la cultura tributaria en la empresa Kalúa Pub R EIRL de la ciudad de Piura 2015–*, su objetivo principal fue determinar la relación existente entre la política tributaria de SUNAT y la cultura tributaria enfocado a los colaboradores de la empresa Kalúa Pub R EIRL., siendo la muestra los veinte colaboradores pertenecientes a la misma. Así mismo, el tipo de investigación según la técnica de contrastación fue descriptiva correlacional, porque la investigadora tomó la información tal y como fue encontrada en la realidad sin modificarla, y se trató de hallar la correlación entre ambas variables. Al momento que ésta fue recogida, se utilizó la encuesta y observación como técnicas, con sus instrumentos el cuestionario y la ficha de observación respectivamente. Se completó una base de datos y se vació al programa SPSS, a consecuencia de ello, se obtuvieron tablas con los resultados de acuerdo a los objetivos formulados. Posteriormente de haber obtenido los resultados, en la contratación de la hipótesis, se aceptó la hipótesis nula: la política tributaria de SUNAT no se relaciona de manera directa con la cultura tributaria en la empresa Kalúa Pub R EIRL. de la ciudad de Piura – 2015 y se rechazó la hipótesis de investigación. Así mismo, se realizó la discusión de resultados que es la unión simplificada de resultados, marco teórico, antecedentes y cada uno de los objetivos, siendo la muestra los veinte colaboradores, el tipo de investigación según la técnica de contrastación fue descriptiva correlacional, entre ambas variables. Al momento que ésta fue recogida, se utilizó la encuesta y observación como técnicas, con sus instrumentos el cuestionario y la ficha de observación respectivamente. Se completó una base de datos y se vació al programa SPSS, a consecuencia de ello o finalmente se llegó a la conclusión a), se aceptó la hipótesis nula: la política tributaria de SUNAT no se relaciona de manera directa con la cultura tributaria en la empresa Kalúa Pub R EIRL de la ciudad de Piura – 2015 y se rechazó la hipótesis de investigación. Así mismo, se realizó la discusión de resultados que es la unión simplificada de resultados, marco teórico, antecedentes y cada uno de los objetivos. Finalmente se llegó a la conclusión

de que no hay correlación entre ambas variables y se realizaron las recomendaciones respectivas.

La investigación se justifica: desde el punto de vista teórico: Porque esta investigación generó reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento de la evasión tributaria y de la comercialización en razón que se confrontan teorías permitiendo a las empresas, disponer de información de gran utilidad, sirve a profesionales en la temática, particularmente aquellos educadores, que a través de sus propias investigaciones puedan incluso profundizar, mejorar o reorientar esta propuesta a temas relacionados. Al contribuyente permite tener conocimiento del sistema tributario actual y sus efectos por no el no cumplimiento de las obligaciones tributarias en la comercialización de madera de la ciudad de Piura

Desde el punto de vista práctico: Porque debe haber equidad entre los ciudadanos peruanos, la carga fiscal se presenta en los costos de producción así como en la comercialización por consiguiente el impuesto se presenta por la contraprestación a una determinada actividad la misma que debe realizarse con la responsabilidad transparencia a nivel tributario se tiene resultados que permiten presentar soluciones para cumplir con las obligaciones tributarias, con la finalidad de cumplir con las declaraciones en el tiempo oportuno y contar con información en tiempo real para la buena toma de decisiones de sus gerentes, Por consiguiente a la vez mejorar la recaudación tributaria incluso se evalúa las oportunidades de mejora en la comercialización de dichas empresas sabiendo que constantemente cambia de razón social, evitando sanciones con el fin de mejorar la situación actual de las empresas comercializadoras del rubro de productos maderables en Piura.

Desde el punto de vista metodológico: Porque se hizo uso de procedimientos metodológicos para la consecución de los resultados, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La presente investigación es de vital importancia porque la comercialización de este producto a nivel local y regional busca posicionamiento y permanencia en el mercado asimismo promueve la ética

En la actualidad se denota en el contexto un mundo empresarial muy competitivo, por lo que es necesario un correcto cumplimiento de la tributación para que la comercialización tenga credibilidad en el mercado para estos comerciantes dedicados a la comercialización de productos maderables en la ciudad de Piura.

Las empresas o puestos de comercialización de productos maderables en la ciudad de Piura, permiten el crecimiento de las familias en cuanto a la calidad de vida permitiendo vivir en confort y por ende contribuye al desarrollo del país, mediante la tributación y carga laboral asimismo por extensión, apoya aumentar la riqueza de las inversiones de las familias, empresas y por tanto al país.

Desde el punto de vista académico: Porque permite a los estudiantes obtengan una base de datos para desarrollar trabajos de investigación relacionados a la investigación de la tributación y la comercialización, así como fuente de consulta para público en general y los resultados serán útiles, para el sector estudiado porque de las encuestas se tomará datos de un producto real, pero se encontró limitaciones del estudio.

Las limitaciones del estudio, se basa en un aspecto técnico y metodológico. En el técnico se limitó porque el tema abordado resulta problemático, para las unidades de análisis bajo estudio, por tanto, no fue fácil la aplicación de la encuesta dentro de este sector. En el aspecto metodológico se vio afectado por la dificultad de acceso a estos centros comerciales del estudio. La ubicación de las unidades de análisis se realizó más por información de campo que de registros oficiales.

Sin embargo, el estudio fue viable por el conocimiento del investigador sobre el sector maderero. Este sector es especializado por el comportamiento particular que tiene. Además, se contó con metodología adecuada para el desarrollo de esta investigación, las técnicas estadísticas permitieron superar las limitaciones del presente estudio.

En ese tenor, la evasión tributaria limita el desarrollo de las economías. Según Martens (2007), esta práctica será responsable de la muerte de 5.6 millones de niños en el periodo 2000-2015, Es decir 1 000 niños por día. Adicionalmente dentro de los objetivos del milenio y como meta en el año 2015 está la erradicación de la pobreza y favorecer el desarrollo. Sin embargo, se ha perdido 2.5 trillones de dólares por prácticas evasivas. (Martens, 2007).

La evasión según SUNAT, del impuesto general a las ventas (IGV) en Uruguay, Colombia, Ecuador y Venezuela llegó al 18%; 22%; 32% y 66% respectivamente, y la evasión tributaria en el Perú en lo referido al impuesto general a las ventas (IGV) en el año 2001 paso de 49.1% al año 2010 en 34.7% pero acentuó en el año 2008 a de S/. 13 800 millones que representa el 33% de la recaudación potencial y en el año 2012 asciende a 24 mil millones de soles, colocándose en la segunda más alta después de Venezuela y si bien los sectores construcción y comercio han contribuido fuertemente con el Producto Bruto Interno (PBI), pero se presenta el incumplimiento del pago del impuesto general a las ventas por el cual se instó a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) incidir fuertemente en su labor de fiscalización en lugares como el Emporio Comercial de Gamarra, en los profesionales independientes como cirujanos plásticos, arquitectos y el sector pesca asimismo que los sectores turismo, restaurantes, transporte terrestre deben ser más regulados y fiscalizados sobre todo en zonas turísticas como Cuzco, Máncora y Arequipa. (SUNAT, 2010).

Uno de los impuestos con mayor nivel de evasión es el Impuesto General a las Ventas (IGV), por ello se creó el Sistema de Pago de Obligaciones

tributarias, más conocido como detracciones, el cual se aplica a la venta de determinados bienes como el azúcar, alcohol etílico, algodón, caña de azúcar, madera, etc. y a la prestación de algunos servicios (Loayza, 2010).

En el Perú el 70% de la economía es informal es decir no pagan ninguna clase de impuesto y más aún el restante sí aporta al fisco, pero no al nivel que le corresponde por ley asimismo este problema se acentúa por el no pago del Impuesto a la renta por evasión alcanza el 47% de contribuyentes de los cuales la evasión en renta es de 53% en las personas jurídicas o empresas y de 33 % en las personas naturales. (CEPAL, s.f.).

El principal causante de la evasión tributaria en el Perú son las operaciones no reales que representan S/ 9,000 millones de evasión (SUNAT, 2015). La presión cada vez va en aumento, -La presión tributaria de 15.4% y 15.7% el próximo (Alegría, 2015), En operaciones no reales 80 mil contribuyentes podrían utilizar estas modalidades que por efectos sólo del Impuesto General a las Ventas (IGV) da aproximadamente S/. 5 mil millones al año de evasión pudiendo esto duplicarse si se suma el Impuesto a la Renta (IR), terminando casos de ellos en defraudación tributaria y ello es un delito y principalmente se dan en el comercio, como la compra de bienes inclusive se en los servicios.

Además se observa o se percibe que la comercialización, probablemente sea la principal debilidad de las economías extractivas por la dependencia de los intermediarios que controlan y se ven favorecidos por los sistemas de comercialización y son los que absorben la mayor parte de los beneficios a lo largo de una cadena desde el extractivista hasta el mercado urbano nacional o internacional, ha sido señalada como la principal Lacta Social de las comunidades extractivista (Allegretti, 1989; Schwartzman, 1992-b; Fearnside, 1989).

A su vez hay dificultad por la falta de infraestructura de transporte, almacenamiento y procesado. De allí se presenta el monopolio de los intermediarios sobre la extractivista deriva en buena medida del control que ejercen sobre la limitada infraestructura, auténtico cuello de botella para la circulación de productos.

En Piura, se percibe una inadecuada gestión administrativa en las obligaciones tributarias se caracteriza por una tendencia a no cumplir a tiempo y a cabalidad con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria, sino bajo presión de la administración tributaria.

Se desprende los problemas que genera la evasión tributaria es sobre el crecimiento económico y el bienestar social y tiene sus repercusiones en especial porque debilita la confianza de la sociedad en el Estado y deslegitima su accionar. (Prats y Macias-Aymar, 2008).

En este ámbito de estudio se percibe evasión tributaria por comerciantes que trabajan en la economía informal, que son aquellas personas que ejerciendo una actividad económica no se preocupan por tributar porque el Estado es incapaz de detectarlos. También están quienes tributan, pero no lo hacen en debida forma, por la alta informalidad y el contrabando en este rubro o actividad económica, Además por la falta de una cultura tributaria, bajo nivel de presión tributaria más aún por la complejidad para efectuar los trámites respectivos. (Caballero, 2012).

Ante esta perspectiva se plantea el siguiente enunciado:
Formulación del problema.

En atención a la exposición precedente y las decisiones emitidas en el caso concreto se formuló el siguiente enunciado

¿Cuáles son las características de la evasión tributaria y de la gestión de compras y ventas de productos maderables de los comerciantes en Piura, año 2016?

Las teorías se presentan y sirven de referencia para ordenar los hechos e interpretar el problema sobre:

Objeto de estudio del presente trabajo está conformado por la percepción evasión tributaria por las personas que acuden a los puestos donde se realiza la comercialización de la madera.

Los impuestos creados y vigentes dentro de un país deben responder a un ordenamiento de manera que ellos formen un verdadero organismo. Deben tener continuidad, concatenación técnica y base científica; razones que permiten la existencia de un sistema. En base a la Ley de Leyes: La Constitución Política del Perú de 1993 donde se establece: en el Artículo 74: -Los tributos se crean, modifican, derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por Ley o Decreto Legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y las tasas, las cuales se regulan mediante Decreto Supremo.

El sistema tributario nacional (Perú) es el conjunto de principios, reglas, normas que el Estado Peruano ha establecido en materia tributaria para establecer los tributos (impuestos, contribuciones y tasas). Se desenvuelve dentro del marco conceptual del Derecho Tributario, el Código Tributario y la Ley Penal Tributaria.

Las características fundamentales de un sistema tributario eficiente son: la suficiencia y la elasticidad; el Estado debe combinar los impuestos dentro de un sistema; de manera que en conjunto le reporte recursos

Según Sánchez, Saravia y Balestri (2001). Dentro de los tributos están:

- a) Impuestos: sumas exigidas por el Estado al verificarse la capacidad contributiva del contribuyente (patrimonio, consumo o ganancia). Nacen por imperio de la Ley (Constitución Nacional o Provincial y leyes especiales).
- b) Tasas: elemento coercitivo que no se relaciona con manifestaciones de capacidad contributiva y sí por contraprestaciones del Estado; por ejemplo, lo que debe abonarse en concepto de servicios.
- c) Contribuciones montos exigidos a los contribuyentes, pudiéndose diferenciar en función de un beneficio particular, como la contribución a la seguridad social; y por contribuciones de mejoras, que son en función de las inversiones públicas que incrementan el valor patrimonial de los contribuyentes, tales como las contribuciones para la construcción del cordón cuneta y asfalto.

Según Sánchez, Saravia y Balestri. (2001) Elementos básicos de la relación tributaria:

- (1) Sujeto activo: el Estado.
- (2) Sujeto pasivo: el contribuyente, sujeto respecto del cual se verifica el nacimiento de la obligación tributaria.
- (3) Objeto: definido por las normas sustantivas, leyes, como generador de la obligación tributaria (ganancias, consumo o patrimonio). Constituye el alcance del impuesto, define el ámbito de aplicación del mismo y la forma de medir la capacidad contributiva.
- (4) Base imponible: cuantifica el impuesto. Es el monto sobre el que se calcula el mismo.
- (5) Hecho imponible: lo que genera la obligación tributaria. Por ejemplo, en IGV, el nacimiento de tal hecho para la venta de cosas muebles lo constituye la entrega del bien, la emisión de la factura respectiva o acto equivalente, el que fuere anterior.

(6) Tasas: alícuota que se aplica sobre la base imponible para el cálculo del impuesto. Pueden ser proporcionales, como en el impuesto a las ganancias % sobre las rentas de las S.A.; o progresivas por escala, por ejemplo, en el impuesto a las ganancias sobre las rentas obtenidas por personas físicas.

Para la conceptualización de la variable **Evasión Tributaria**, es cualquier acción fraudulenta de evitar el pago total o parcial de un impuesto. Es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes jurídicamente obligados a abonarlo (Villegas et. Al, 2005). Es decir, la evasión tributaria son aquellos actos que implica el no pago del tributo en forma total o parcial al que hubiere correspondido abonar a un determinado contribuyente

Sin embargo, la evasión puede ser abierta y no intencional por ejemplo los vendedores ambulantes quienes derivan de un precario sistema económico - social el cual se excluyen del sistema formal a un segmento de la población. Desde este punto de vista la informalidad es parte de la evasión (Portes y Haller, 2004)

Recaudación potencial, es aquella recaudación que se obtendría en los hechos económicos si todos los contribuyentes legalmente obligados declarasen la totalidad de los impuestos gravados por su actividad. Para medirla los métodos más utilizados por los analistas tributarios son dos i) el directo y ii) el indirecto.

El método directo es aquel que consiste en medir la evasión a través de fiscalizaciones realizadas a una muestra aleatoria de personas físicas o jurídicas para luego inferir los resultados a la población total. Requiere que la muestra a utilizar sea estadísticamente representativa, y los resultados dependerán de la calidad con que se desarrollen las auditorías. (Ramos, 2014)

El método indirecto o potencial teórico se basa en la estimación de la recaudación potencial a través de la utilización de fuentes externas de datos. La calidad de los resultados dependerá en gran medida de la confiabilidad de las estimaciones brindadas por el sistema de cuentas nacionales y adicionales como el impuesto a la Renta físicas y de la confiabilidad de las encuestas por hogares. (Ramos, 2014)

La evasión atenta contra la economía social del mercado y transgrede el patrimonio fiscal de un Estado (Ugalde y García, 2007) la carga fiscal y su influencia en la comercialización y entre otras actividades, hace que el contribuyente evasor goce de ventajas frente al resto de contribuyentes, pero es una burbuja pasajera y peligrosa el evasor argumenta su espejismo económico en la disminución de recursos del estado en abierto atentado contra el bien común y esto es un delito. Además de transgredir al Estado (Tacchi, 2006) concluye que un sistema con altos niveles de evasión atenta contra la incidencia real del sistema, alterando los principios de equidad y cohesión social que persigue el Estado de Bienestar (Cosulich, 1993 y Cardona et al., 2007) porque los avances tecnológicos y de los sistemas informáticos, los programas implementados son para detectar al evasor y se tipifica como delito tributario y es sancionado de acuerdo con la ley penal tributaria (LPT. .27038).

- Según Ramos (2014). La evasión tributaria puede ser de dos formas:
 - a) Involuntaria o no dolosa que se genera por el error del contribuyente o su ignorancia sobre el contenido de las normas tributarias, por lo tanto, no es sancionable penalmente, pero si administrativamente. Esto significa que la administración tributaria tendrá mayor consideración con aquellos contribuyentes que evaden por esta causa probablemente les otorguen mayores facilidades de pago o fraccionamientos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias pendientes no declaradas. (Ramos, 2014)

- b) Voluntaria o dolosa donde se manifiesta una clara intencionalidad en incumplir la normativa fiscal de forma que no sólo se exige la regulación y el pago de la deuda tributaria, sino que hasta podría ser sancionable por la vía penal a su vez la evasión dolosa puede adoptar dos formas a) evasión pura, que implica una acción voluntaria del contribuyente de evitar o incumplir la obligación tributaria, sin que para ello haya simulado una realidad diferente a la que haya efectuado. (Ramos, 2014)
- Simulación implica incumplir con la prestación tributaria en forma deliberada pretendiendo ocultar la realización del hecho imponible mediante la presentación de una realidad distinta a la que se llevó a cabo. (Ramos, 2014).

Esta simulación será

- i) absoluta cuando se obtenga una ventaja tributaria mediante la simulación de una operación inexistente.
- ii) relativa cuando se presenta una operación distinta a la que efectivamente se ha realizado.

El incumplimiento de las obligaciones tributarias es regulado en el Texto Único Ordenado del Código Tributario mediante la exigencia de la deuda tributaria y las modalidades de pago de la misma sin perjuicio de ello, la simulación como mecanismo para evitar el pago de la deuda tributaria es normada específicamente en la norma XVI del Título Preliminar del mencionado dispositivo tributario, siendo que en dicha situación la SUNAT toma en cuenta los actos, las situaciones y las reclamaciones económicas que efectivamente realicen, persigan o establezcan los deudores tributarios para determinar así la situación de evasión tributaria. (Ramos, 2014)

- Según Pereda, (2010). sostiene,
El delito de la evasión, es la modalidad más típica de los delitos tributarios consiste en el incumplimiento doloso de las obligaciones tributarias

acompañado de maniobras ardid o engañosas tendientes a impedir que el fisco detecte el daño sufrido.

Modalidades de las defraudaciones tributarias:

- a) La evasión, que tiene como presupuesto el incumplimiento de la obligación tributaria por parte del contribuyente;
- b) La estafa propiamente dicha, en la que existe disposición patrimonial del fisco hacia el particular.
- c) La apropiación indebida en los supuestos de retenciones y percepciones no ingresadas.
 - Declaración datos falsos
 - (1) La infracción por declarar cifras o datos falsos; constituye infracción relacionada con el cumplimiento de las obligaciones tributarias el no incluir en las declaraciones los ingresos, remuneraciones, retribuciones, rentas, patrimonios, actos gravados, tributo retenidos o percibidos, aplicar tasas o porcentajes o coeficientes distintos a los que corresponde en la determinación de los pagos a cuenta o anticipos, o declarar cifras o datos falsos u omitir circunstancias en las declaraciones que influyan en la determinación de la obligación tributaria y/o generen aumentos indebidos de saldos o pérdidas tributarias o créditos a favor del deudor tributario; y/o generen la obtención indebida de notas de crédito negociables u otros valores similares. (Pereda, 2010).

En relación a la descripción de esta infracción es preciso la observación para que se configure se presente dos supuestos:

- a. Primer supuesto;** está referido a que el deudor tributario realice determinadas acciones contrarias a las normas tributarias, cuando se:

- Omite incluir determinados conceptos en la declaración tributaria (ingresos y/o remuneraciones y/o retribuciones y/o patrimonio y/o actos gravados y/o tributos retenidos o percibidos).
- Aplique tasas o porcentajes o coeficientes distintos a los que corresponda en la determinación de los pagos a cuenta o anticipos.
- Declare cifras o datos falsos.

b. Segundo supuesto; cuando se configure la infracción debe ser una consecuencia del primero eso significa, de presentarse alguno de los supuestos anteriores, los mismos deben: influir en la determinación de la deuda; y/o generar aumentos indebidos de saldos o pérdidas o créditos a favor del deudor tributario; y/o, generar la obtención indebida de notas de crédito negociables u otros valores similares.

De allí, la evasión tributaria incide, directamente en la Recaudación Fiscal en la región de Piura, por ello la evasión no permite un sinceramiento para la determinación de la base tributaria por ende la declaración anual no representa la real situación de la empresa en un periodo determinado.

(2) Otra de las formas de evasión tributaria, es la elusión tributaria, por cuanto genera la baja en la recaudación tributaria realizada por la SUNAT, en la Provincia de Piura, por diferentes artificios o claridad en las normas tributarias. (Pereda, 2010).

Se percibe a la fecha en el campo empresarial, se maneja facturas falsas, generando el fraude tributario por los contribuyentes en el ámbito del estudio, situación que se presenta principalmente, con la finalidad de bajar el pago de impuestos por la creación de operaciones no reales, que es una modalidad de

compra de un bien, pero no se realizó en la realidad y para sustentar esa adquisición se hace uso de facturas falsa. (SUNAT, 2015).

Se observa otra de las grandes debilidades en el sector empresarial como en la ciudadanía, sigue siendo la carencia de valores con el tema tributario, por ello se considera necesario la aplicación de capacitación en la cultura tributaria, para la mejora de la recaudación tributaria en los contribuyentes madereros de la ciudad de Piura, acción correspondiente a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (Pereda, 2010).

- Factores de la evasión tributaria

a) La inflación

La elevación del nivel general de precios afecta el cumplimiento tributario, en razón a la reducción del ingreso real de los contribuyentes. En muchos casos el contribuyente trata de mantener su capacidad adquisitiva a través del no pago al fisco, realizando algunas acciones ilícitas. Así, el menor poder adquisitivo es cubierto con el monto evadido.

En los años 1988 a 1991, se dieron tasas 66.7% a 75% de inflación y en estos periodos los índices de evasión fueron del 78% al 92%; evidencia que inflación y evasión, se encuentran estrechamente relacionados. (Pereda, 2010)

b) La recesión de la economía

Se entiende por recesión la caída del PBI real, caída de la producción y aumento del desempleo. (Pereda, 2010)

Del mismo modo, la reducción en el nivel de actividad por tanto en el nivel de ingresos, es financiada con atrasos al fisco, de esta forma, el incumplimiento de las obligaciones tributarias y la evasión son mecanismos utilizados por los contribuyentes para suavizar los impactos temporales negativos en su nivel de ingresos. (Pereda, 2010)

c) Actitud Social

Se estriba de las convicciones éticas de la sociedad sobre el cumplimiento tributario, lo que está directamente relacionado con el rol de las normas sociales en cada país, región o ciudad.

La evasión aumenta cuando la sociedad participa de ella considerándola como un acto económico normal, en suma, los ciudadanos a la larga son parte responsable en la prevención de la evasión, actitud relacionada por la falta de concientización tributaria.

Dentro de la Actitud Social se puede referir a la conciencia tributaria de los ciudadanos. Es decir, referida a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. Por ende, en ese contexto depende de la formación de la conciencia tributaria de los contribuyentes lleva a la persona adopte distintas posiciones desde tolerar la evasión y el contrabando o no tolerarla en lo absoluto.

- Según Tapia., M. (2005). Precisa que además puede ser del:
 - i. Orden estructural, normativo, administrativo.
 - ii. De naturaleza técnica como los vacíos en las leyes, la falta de claridad y las dudas en su interpretación y aplicación (la incertidumbre de la norma tributaria).
 - iii. De naturaleza política: como los factores de política económica y financiera, que intervienen en la modificación del equilibrio y la distribución de la carga fiscal, y pueden constituir estímulos negativos en el comportamiento del contribuyente.
 - iv. Accidentales: como aquellos elementos naturales, políticos y sociales que se resuelven en un cambio en las actividades de los sujetos pasivos de la imposición frente a las obligaciones fiscales.
 - v. Naturaleza económica, se considera el peso de la carga tributaria con respecto de las posibilidades contributivas reales de los sujetos impositivos.

- vi. Naturaleza psicológica: constituida por un conjunto de tendencias individuales del sujeto a reaccionar de distintas maneras ante la obligación de contribuir a los gastos del gobierno, incluyendo inconvenientes como la relación de confianza entre la administración y los contribuyentes, los sistemas de distribución de la carga fiscal, la productividad y calificación de los gastos públicos.
- vii. Otra causa de evasión fiscal es: la falta de educación basada en la ética y moral, la insolidaridad con el Estado que necesita recursos y la idiosincrasia del pueblo cuando piensa que las normas han sido hechas para violarlas o incumplirlas, la desconfianza en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado y el no considerar que se recibe una adecuada prestación de servicios.
- viii. El contar con un sistema tributario poco transparente y flexible entendiéndose, este último, como la adecuación de la administración tributaria a los continuos cambios socioeconómicos y de política tributaria.

d) Equidad Fiscal

Basada en el Principio tributario, se relaciona con lo que percibe cada individuo de acuerdo a su capacidad contributiva. Este aspecto se relaciona con el proceso de la concientización tributaria.

e) Uso de los recursos fiscales.

Se refiere a lo que los ciudadanos perciban de la utilización de sus impuestos.

A la sociedad, le importa que los impuestos financien obras sociales o productivas en consecuencia, la evasión se minimizará si el gasto público se refleja o se concretiza en la ejecución de proyectos y obras en los sectores productivos y sociales (educación, salud y vivienda).

f) Exoneraciones

El establecimiento de exoneraciones para algunos sectores económicos o zonas geográficas las mismas utilizadas de manera incorrecta. Además, algunas experiencias demuestran no tienen los resultados esperados.

g) Complejidad de Normas

La emisión de normas tributarias, son complejas, quebrantando la simplicidad, la neutralidad para la aplicación de los tributos y repercute en el pago de los impuestos y la inestabilidad tributaria.

Según Camargo (2005) menciona las principales causas de la evasión tributaria es la falta de una verdadera conciencia tributaria individual y colectiva, motivada por la causa de la imagen que tiene la comunidad del estado y la percepción frente a la imparcialidad en sus gastos e inversiones al no tener conocimiento de los programas de gobierno y de las políticas de redistribución del ingreso además la falta de educación en el marco de la ética y la moral.

En ese contexto hay contribuyentes que consideran que no deben contribuir al ente recaudador, porque sus aportes no generan obras y porque nadie les asegura que no se despilfarren lo que aportan al estado y por la existencia de corrupción las mismas que son causas de la evasión.

- Efectos de la Evasión Tributaria

La evasión afecta al Estado y a la colectividad de diversas formas:

- (1). No permite que el Estado cuente con los recursos necesarios para brindar los servicios básicos a la población, especialmente a la de menores recursos.

- (2). Influye en la generación de un déficit fiscal, que origina nuevos tributos, mayores tasas o créditos externos.
- (3). La creación de más tributos o el aumento de las tasas de los tributos ya existentes afectan a los que cumplen con sus obligaciones, cuando lo lógico sería ampliar la base contributiva con respecto a los que poco o nada tributan.
- (4). De otro lado, por los préstamos externos hay que pagar intereses, lo que significa mayores gastos para el Estado; es decir, toda la sociedad debe hacer un esfuerzo para pagar los gastos ocasionados por quienes no cumplieron con sus obligaciones tributarias.
- (5). Perjudica al desarrollo económico del país, no permitiendo que el Estado pueda redistribuir el ingreso a partir de la tributación.

- **Medidas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria para combatir la evasión.**

Para combatir la evasión, SUNAT realiza una serie de implementaciones y reformas orientadas al aseguramiento del pago de IGV, por aquellos contribuyentes que registran elevados índices de incumplimiento tributario, así como a formalizar la cadena de comercialización y combatir la evasión para lo cual efectiviza estrategias:

- a) **Aumentar los ingresos fiscales permanentes.** Se vienen implementando medidas orientadas a ampliar la base tributaria de manera permanente a través de:
 - i) Ataque frontal contra la evasión fiscal que es alta (cerca de 35% en el IGV y mayor a 50% en el Impuesto a la Renta),
 - ii) Reducción del contrabando (cerca de 3% de las importaciones),

- iii) Formalización y fiscalización (especialmente trabajadores independientes)
- i) Aplicación de las Transacciones electrónicas, facilitan el cumplimiento tributario y aduanero y generan mejor y mayor oportunidad en la información,
- ii) Recuperación de la deuda en cobranza,
- iii) Análisis de riesgo para los sistemas de fiscalización y control,
- iv) Racionalización de las exoneraciones y beneficios tributarios,
- v) Optimización, entre otros, del Impuesto Predial, del Impuesto de Alcabala e Impuesto al Patrimonio Vehicular, con la finalidad de permitir el fortalecimiento de la gestión de los Gobiernos Locales sin afectar la equidad del sistema tributario.

B Sistema de Pago Adelantado del IGV:

Si bien es cierto no constituyen tributos conformantes del Sistema Tributario Nacional, se considera importante mencionar como sistemas de pago o recaudación del IGV a los siguientes:

a) Régimen de Retención del IGV

Es el régimen por el cual, los sujetos designados por la SUNAT como Agentes de Retención deberán retener parte del Impuesto General a las Ventas que le es trasladado por algunos de sus proveedores, para su posterior entrega al Fisco, según la fecha de vencimiento de sus obligaciones tributarias que les corresponda.

Los proveedores podrán deducir los montos que se les hubieran retenido, contra su IGV que le corresponda pagar. (Arancibia, M. 2008)

b) Sistema de Deduciones del IGV

Es el descuento que efectúa el comprador o usuario de un bien o servicio afecto al sistema, de un porcentaje del importe a pagar por estas operaciones, para luego depositarlo en el Banco de la Nación, en una cuenta corriente a nombre del vendedor o quien presta el servicio. Éste,

por su parte, utilizará los fondos depositados en su cuenta para efectuar el pago de sus obligaciones tributarias.

Los montos depositados en las cuentas que no se agoten cumplido el plazo señalado por la norma luego que hubieran sido destinados al pago de tributos, serán considerados de libre disponibilidad para el titular.

c) Régimen de Percepciones del Impuesto General a las Ventas.

El Régimen de Percepciones del IGV aplicable a las operaciones de venta gravada con el IGV de los bienes señalados en el Apéndice 1 de la Ley No 29173, es un mecanismo por el cual el agente de percepción cobra por adelantado una parte del Impuesto General a las Ventas que sus clientes van a generar luego, por sus operaciones de venta gravada con este impuesto.

El Agente de Percepción entregará a la SUNAT el importe de las percepciones efectuadas. El cliente está obligado a aceptar la percepción correspondiente.

Este Régimen no es aplicable a las operaciones de venta de bienes exoneradas o inafectas del IGV.

El Ministerio de Economía y Finanzas mediante Decreto Supremo, con opinión técnica de la SUNAT, podrá incluir o excluir los bienes sujetos al régimen, siempre que se encuentren clasificados en algunos de los capítulos del Arancel de Aduanas. (SUNAT 2012)

- Otra medida de la SUNAT para combatir la evasión:

d) La Bancarización

El monto se fija en nuevos soles para las operaciones pactadas en moneda nacional, y en dólares americanos para las operaciones pactadas en dicha moneda.

El monto a partir del cual se deberá utilizar Medios de Pago es de tres mil quinientos nuevos soles (S/. 3,500) o mil dólares americanos (U\$\$ 1,000) según Ley 28194, modificada por el Decreto Legislativo No 975 publicada el 15 de marzo del 2007, vigente desde el 01 de enero de 2008 hasta la actualidad.

Es importante para:

- (1). Impulsar la formalización de la economía, vía la canalización por el sistema financiero de gran parte de las transacciones realizadas en la economía.
- (2). Promover la documentación de operaciones entre agentes económicos.
- (3). Reducir la evasión y la informalidad en la medida que potencia la fiscalización, al servir como fuente de información.
- (4). Desincentivar la realización de operaciones marginadas y simuladas.

Cabe mencionar que internacionalmente se ha demostrado que existe una innegable relación entre los niveles de bancarización y de evasión tributaria. Por otro lado, el desarrollo tecnológico y económico actual del sector financiero, genera un marco adecuado para la implementación de la medida.

- Según Jorrat (1996), la **evasión tributaria** denominada -brecha tributaria a la diferencia entre lo que el gobierno debería recaudar con lo que recauda. Hay diversas causas que explican porque los contribuyentes paguen menos impuestos de los que deberían pagar y en el ámbito de estudio se agrupan en tres categorías: subdeclaración involuntaria, elusión tributaria y evasión tributaria.

- a) **Subdeclaración involuntaria** es resultado de los errores involuntarios que comete el contribuyente al momento de preparar su declaración de impuestos. Estos errores son atribuibles por el desconocimiento de la normativa tributaria. Se incrementa cuando la normativa es compleja. (Jorrat, 1996)
- b) **La elusión tributaria**, es por el uso de la legislación tributaria, en este caso hay un acto deliberado por parte del contribuyente para reducir sus obligaciones tributarias según Cosulich (1993) considera que la inexistencia de una conciencia tributaria en la población Es decir Pérez y Calzadilla (2009), se refiere por elusión fiscal, la realización de operaciones o celebración de negocios lícitos, con la finalidad única o principal de obtener un beneficio económico al evitarse la realización de los supuestos de hecho legalmente tipificados como imponibles no teniendo lugar en consecuencia de la obligación tributaria. Según García (s.f) menciona la elusión tributaria es la conducta antijurídica consistente en eludir la obligación tributaria mediante el uso de formas jurídicas inadecuadas para fines económicos de las partes y por lo tanto constituye una forma de evasión. (Jorrat, 1996).

Se deduce que la elusión consiste en evitar o retrasa el pago de determinados impuestos, sin transgredir la ley, es decir, utilizando para ello mecanismos y estrategias legales, amparados en el derecho constitucional de libertad de acción. (Pérez A, 2010)

- c) **Evasión**, es la decisión de evadir los impuestos implica que el contribuyente efectuó un cálculo económico, valorando los beneficios y costos de la evasión. (Jorrat, 1996)

Las causas de la evasión, es uno de los aspectos más destacados que deben ser tenidos en cuenta cuando se diseña un sistema

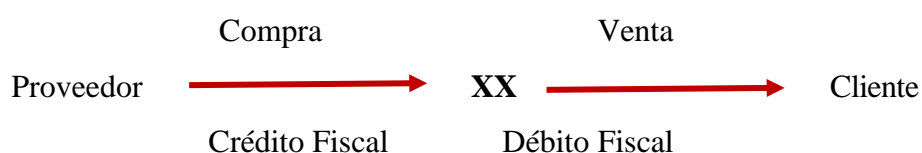
de control tributario orientado a disminuir los índices de evasión y/ o elusión tributaria es conocer cuál es el origen de ese comportamiento por parte de sujetos pasivos de las obligaciones fiscales. En los países donde existen altas tasas de evasión motivadas por un comportamiento generalizado, las causas de este fenómeno común en países subdesarrollados y en vías de desarrollo, por lo que los Estados desarrollan acciones para atacar este fenómeno. (Villegas, 2000). Las causas que se presentan para la evasión Tributaria son: **La falta de conciencia tributaria:** influenciada por el carácter de cada pueblo y relacionada con el grado de insatisfacción de los ciudadanos. **Bajo nivel de educación de la Población:** frecuentemente es nula la educación al niño sobre las necesidades que tiene el Estado, por lo que requiere obtener recursos para brindar servicios elementales a la comunidad como son educación, salud, seguridad y otros. Los medios masivos de comunicación son elemento esencial, pero si llevaran un mensaje eficiente a la población en general, transmitiría valores sociales a la comunidad. (Diez y Coto, 2000). También el **desconocimiento del destino útil del dinero originado en impuestos:** por la falta de difusión que los Estados hacen sobre la utilización de los fondos públicos en inversión, que representen en beneficios concretos para la propia población contribuyente. (Diez y Coto, 2000).

Con respecto a la conceptualización de la variable de Comercialización, es el conjunto de actividades que se realiza desde el momento en que se adquieren los elementos necesarios para la producción hasta que el producto obtenido llega a la persona que va a consumir. (Coscia 1978, Meléndez 1984, Alarcón y Ordinola 2002)

La comercialización se vincula con aspectos productivos, con los relacionados a la transferencia de la propiedad de los productos, articulándose así con el sistema agro industrial y fundamentalmente con el consumidor de esos productos, de forma directa o indirecta asimismo básicamente, la

comercialización, se entiende en un sentido amplio que opera como un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor – consumidor. (Chiodo, 1996)

La madera se comercializa conforme se extrae de la naturaleza lo cual constituye un componente importante de la producción a la actividad económica en razón que la venta de este producto es la principal fuente de dinero líquido para la economía familiar. De allí que se requiere saber que productos y en que mercados se venden, así como los canales de comercialización más adecuados (Ruiz; Sayer y Cohen, 1993)



XX, por las compras que realiza a sus proveedores toma como crédito Fiscal el IGV que le es facturado por tales adquisiciones, mientras, en las ventas que realiza a los clientes factura el IGV; genera débito fiscal. De la diferencia de ambos conceptos puede resultar que deba pagar al fisco, sí el débito es mayor al crédito, o que tenga saldo a favor para el próximo periodo en el caso inverso. (Sánchez, A., Saravia, C., y Balestri, L., 2001)

Valdivia (2017), precisa:

- (1) El área comercial se ha configurado como una de las funciones más importantes en las empresas, ya que entre sus responsabilidades está llevar a cabo las actividades necesarias para la venta de productos y servicios, siendo necesario el establecimiento de relaciones fluidas con los clientes, teniendo en cuenta los recursos disponibles. (Valdivia, 2017).

Además, es imprescindible realizar una adecuada planificación comercial, que consistirá en el establecimiento de las estrategias y

acciones a seguir, que orienten la forma de lograr unos objetivos previamente fijados, y en función de un análisis de la situación en la que se desenvuelve la empresa.

En la actualidad, el consumidor se ha convertido en el centro de atención, y las empresas deben conocer a fondo sus necesidades, deseos y expectativas, para poder diseñar una oferta que permita satisfacerlo de forma adecuada. Con la implantación de las soluciones CRM, aplicaciones informáticas de gestión de relaciones con el cliente, se facilita este objetivo, aumentando su fidelidad e incrementando las ventas. Según Druker, si esto es así el propósito esencial de la empresa es crear un cliente, además se tiene dos funciones básicas, la comercialización y la innovación, las mismas que son funciones básicas que producen resultado y el resto de las actividades son costos. (Arnoletto, E., 2007)

Asimismo, la comercialización es la función distinta y originaria, la que realmente diferencia a una empresa de otras organizaciones sociales, tales como la iglesia, el Ejército porque cualquier organización que se realiza mediante la comercialización de un producto o servicio es una empresa y toda organización en la cual la comercialización no existe o es incidental no es una empresa. Es decir, la comercialización es una dimensión esencial es la empresa en su totalidad vista desde el punto de vista del cliente y por tanto incumbe a todos los integrantes de la empresa, no a un departamento o sector especializado. (Arnoletto, E., 2007)

- (2) Desde el departamento comercial, también se diseña, dirige y controla a la fuerza de ventas. Se establece su organización y estructura, y se selecciona y forma al equipo de ventas. De allí, se debe tener en cuenta que los vendedores, además de poseer la capacidad de comunicación, argumentación y persuasión para llevar a cabo la venta, son un factor determinante de la imagen que el cliente percibe de la empresa. (Valdivia, 2017).

- (3) Organización de la actividad de ventas La dirección de ventas, junto con el área de investigación de mercados y de la demanda, y el área de diseño e implantación de las políticas de marketing mix, conforman el departamento de marketing de una empresa. (Valdivia, 2017).

Los comerciantes ubicados en Piura, dedicados a la actividad comercial de productos forestales (madera), Según sus estadísticas tiene mayor actividad comercial en los siguientes tipos de madera el Nogal, cedro, caoba, pino, tornillo, porque se utiliza el tronco, lo que permite ver su utilidad. Las mismas que comercializan exitosamente este producto en el mercado Desde este punto de vista se explica cómo se va formando desde el precio del producto hasta que llega la madera al consumidor final, concordante con Mota, et al., (2007) además determina los principales componentes de la comercialización:

- a) Estructura del mercado
- b) Funcionamiento
- c) Margen de comercialización

(a) **Estructura del mercado**, según Mota, et al., (2007)

- i) **Planificación:** Vías y formas como los productos llegan al consumidor planifica los canales.
Acopio: presta servicios de acondicionamiento, almacenaje e intermediación en la venta.
Canal directa sin intermediarios tanto compra y venta
Canal indirecto en este tipo de canal, el empresario deja la compra o venta en manos de intermediarios.
- ii) **Participantes:** Actores del proceso de comercialización
- iii) **Volúmenes:** Cantidades comercializadas y su periodicidad

(b) **Funcionamiento**, según Mota, et al., (2007)

- i) Infraestructura: Número y localización de centros de transformación, unidades de transporte en el mercado de interés.
 - ii) Financiamiento: Proveedores de crédito, seguros, fianzas, montos, tipos de financiamiento, tasas de interés.
- (c) **Margen de comercialización**, según Mota, et al., (2007)
- Está determinado por la acción de dos factores principales:
- i) Condiciones de pago: contado, adelantado, a plazos, descuentos por pronto pago, descuento por volumen, descuento de compras recurrentes, que además de asegurar la venta con el respectivo impuesto general a las ventas del producto este considerado un margen de comercialización con utilidad suficiente para lograr la sostenibilidad financiera de la empresa.
 - ii) Volúmenes mínimos: Cantidades que garantizan un margen de comercialización que permita la permanencia o sostenibilidad de la empresa

Método de obtener la madera

Los comerciantes de la zona industrial dedicados al rubro de la madera, lo adquieren generalmente como primera opción a través de los intermediarios y por segunda opción (muy pocas veces) directamente de los productores por razón de la demora en recepcionar el producto desde el productor (región Selva) al puesto o almacén de la empresa (región Costa).

En este caso de empresas la comercialización comienza por el cliente y no por el productor en vista que las decisiones acerca de la adquisición son en base a las ventas realizadas concordante con Brenes (2002) que define la comercialización es una estrategia y la acción que emprende una empresa con el fin de posicionarse sus productos en el mercado a la vez obtener una ventaja competitiva. (McCarthy, 1987, citado en Martínez y ortega, 2013) para ello expone Dixie (2006) la comercialización implica saber los productos

que necesita el cliente y suministrárselo obteniendo la utilidad y de allí, se desprende los siguientes aspectos:

- a) El proceso de comercialización está orientado hacia el consumidor
- b) La comercialización, es un proceso que tiene como fin generar utilidades a los comerciantes de los diferentes productos o servicios en el presente estudio a los comerciantes del rubro de la madera.

Por ello, es necesario:

- Identificar los compradores
- Comprender las necesidades del producto para la comercialización y el transporte de la madera como debe ser el proceso de abastecimiento, trasportes para su adquisición y los centros más importantes producción comercialización y transporte de madera en el Perú, están concentrados en las tres ciudades amazónicas más grandes: Pucallpa en Ucayali, Iquitos en Loreto y Puerto Maldonado en Madre de Dios (Mejía, et al., 2015)

Por tanto, la comercialización incluye:

- Identificar los compradores.
- Entender las necesidades en términos de productos y el abastecimiento
- Trabajar en una cadena producción-comercialización que entregue el producto indicado en el momento justo a tiempo.
- Generar la utilidad suficiente que permita continuar funcionando.

La segunda definición sugerida es: -Los servicios que requiere el traslado de un producto desde la zona de producción hasta el lugar de su consumo. Esta definición enfatiza en que la comercialización comprende una serie de actividades interconectadas. En el caso de la comercialización de productos madereros son:

- La planeación de compra del producto maderero.
- La recepción del producto maderero.
- Selección del producto maderero para la clasificación

- Venta del producto de acuerdo a producto maderero además normalmente los productos se venden en el mercado porque el precio se determina
- Todas estas actividades constituyen eslabones de la cadena de comercialización
- Según Harrison et al (1976), consideran que la producción y distribución de los productos madereros Los sistemas de comercialización funcionan como agregadores de valor a la producción, mediante la adición de utilidades de lugar, tiempo, forma y posesión, con el propósito de satisfacer las necesidades crecientes de los consumidores, Mendoza (1987). A su vez, son competitivos y dinámicos por lo que requieren continuos procesos de cambio y mejoramiento. A su vez, son competitivos y dinámicos por lo que requieren continuos procesos de cambio y mejoramiento de no ser así el estancamiento o ineficiencia en una parte de la cadena puede producir problemas en el negocio. En ambos casos debe tenerse en cuenta las obligaciones tributarias.
- Los proveedores que tienen bajos costos, operan eficientemente y entregan productos de buena calidad; son aquellos que sobreviven y prosperan. Aquellos que tienen altos costos, no se adaptan a los cambios que se registran en la demanda del mercado y suministran productos de baja calidad, con frecuencia se ven obligados a salir del negocio.
- **Canal de comercialización y sus funciones**
En la literatura contemporánea, se han formulado variadas definiciones de lo que es un canal de comercialización, entre ellos Lambin (1997), que lo describe como una estructura formada por las partes que intervienen en el proceso del intercambio competitivo, con el fin de poner los bienes y servicios a disposición de los consumidores o usuarios industriales. Así, el papel de la distribución en una economía de mercado es eliminar las disparidades que existen entre la oferta y la demanda de bienes y servicios.

- La necesidad de un canal de distribución para comercializar un producto, procede de la imposibilidad para el fabricante de asumir él mismo todas las tareas y las funciones que suponen las relaciones de intercambio, conforme a las expectativas de los compradores potenciales. El uso de intermediarios implica, por consiguiente, para la empresa una pérdida de control sobre algunos elementos del proceso de comercialización.
- Desde el punto de vista de la empresa, subcontratar la gestión de estas tareas se justifica en la medida en que los intermediarios, debido a su especialización, pueden ejercerlas más eficazmente y a un costo menor que el propio productor.
- Un sistema de intercambio centralizado, es pues más eficiente que un sistema de intercambio descentralizado, ya que permite reducir el número de transacciones necesarias para asegurar el encuentro entre la oferta y la demanda. Entre las razones que justifican la incorporación de intermediarios en el proceso de comercialización son: reducción de contactos, economías de escala, reducción de las disparidades de funcionamiento, mejor surtido de oferta y mejor servicio.

A continuación, se enuncian los distintos tipos de intermediarios:

- **Los mayoristas:** estos intermediarios venden esencialmente a otros revendedores, tales como detallistas o clientes institucionales a otros (hoteles, - restaurantes) y no a los consumidores finales.
- **Detallistas:** venden los bienes y servicios directamente a los consumidores finales para satisfacer sus necesidades. Los detallistas adquieren los productos y su remuneración es el margen entre el precio de compra pagado y el precio de venta a los consumidores.
- **Agentes y corredores:** son intermediarios funcionales que no adquieren la propiedad del producto, pero que negocian la venta o la compra de los

mismos por cuenta de un mandatario. Son remunerados con una comisión calculada sobre las compras o las ventas realizadas.

- **Sociedades comerciales** de servicios, agrupaciones que ayudan a empresas en las labores de distribución o bien en las funciones de compra venta.

Mendoza (1987) señala los –eslabones‖ de la cadena de comercialización, a los agentes o entes de comercialización y los tipifica, según funciones especializadas que los institucionalizan de la siguiente manera:

Productos, es el primer participante en el proceso desde el momento mismo de tomar una decisión sobre su producción.

Acopiador rural, se le conoce también como camionero o intermediario camionero, reúne la producción rural dispersa y la ordena en lotes uniformes.

Mayorista tiene la función de concentrar la producción y ordenarla en lotes grandes y uniformes que permitan la función formadora del precio y faciliten operaciones masivas y especializadas de almacenamiento, transporte y en general de preparación para la etapa siguiente de distribución.

Empresas transformadoras, utilizan como materias primas los productos agropecuarios.

Exportadoras e importadoras, comerciantes o empresas que se especializan en la exportación e importación de productos agropecuarios con mayor o menor grado de procesamiento.

Consumidor: último eslabón del canal de mercadeo

Cada eslabón o agente que interviene en la cadena de suministro tiene como objetivo conseguir beneficios económicos a cambio de su participación, sin embargo, sus intereses pueden ser encontrados. Así, para el productor, la comercialización puede representar la venta oportuna de su cosecha a precios lucrativos para el intermediario implicará la oportunidad de su obtener

ganancias a partir de su gestión y para el consumidor se traducirá en la posibilidad de obtener el producto (madera) de buena calidad al menor precio posible, (Mendoza, 1987)

En relación a las funciones que los agentes ejercen dentro de la cadena se encuentran:

- Funciones de intercambio: se relacionan con la transferencia de derechos de propiedad de los bienes. Considera la compra, venta, determinación de precios.
- Funciones físicas: están asociadas a la transferencia física o bien a modificaciones aplicadas a los productos. Incluye las actividades de acopio, almacenamiento, transformación, clasificación y normalización
- Funciones auxiliares o de facilitación: contribuyen a la ejecución de funciones de intercambio y físicas. Algunos ejemplos son la información de precios y mercados, financiamiento, aceptación o asunción de riesgos, promoción de mercados.

Configuración de un canal de comercialización

Según Lambin (1997), la estructura vertical de un canal de distribución se caracteriza por el número de niveles que separan al productor del usuario final. Se puede así distinguir el canal directo del canal indirecto, donde:

- Canal directo: no hay intermediario que tome el título de propiedad, el productor vende directamente al consumidor o usuario final.
- Canal indirecto: Uno o varios intermediarios toman el título de propiedad. Un canal indirecto es llamado largo o corto, según el número de niveles intermedios entre productor y usuario final.

En el Cuadro 1, se observan los niveles de intermediación presentes en los canales de comercialización.

Tipos de canales según niveles de intermediación.

A su vez, el mismo autor señala que dada las características físicas y técnicas de los productos, éstos ejercen una influencia sobre la estructura de la red de distribución.

En la mayoría de los países latinoamericanos, se ha detectado la vigencia de dos sistemas de mercadeo o canales que operan paralelamente: uno atrasado y otro avanzado, como resultado de los dos tipos de agricultura imperantes la tradicional y la comercial, ambos canales cuentan con diversos niveles de intermediación y complejidad. (Mendoza, 1987)

Márgenes de distribución

Para Lambin (1997) el costo de un canal de distribución se mide por el margen de comercialización, es decir, por la diferencia entre el precio de venta al usuario final (aquí el consumidor) y el precio pagado al productor por el primer comprador. El margen de distribución se identifica pues, con la noción de valor añadido por la comercialización y está determinado por la posición ocupada por el intermediario en la red, remunerando sus funciones ejercidas. En el caso de canal indirecto, donde intervienen varios intermediarios, el margen de distribución está constituido por la suma de los márgenes de los agentes sucesivos

El margen de un agente se expresa habitualmente en porcentaje, en relación al precio de venta al consumidor (precio al público) o en relación al precio de compra. Según el caso, se habla de margen -hacia afuera (es el más usado) o margen hacia adentro. Normalmente se refieren a la noción de -mark-up o de -comisión, es decir al margen calculado sobre el precio de venta final.

El margen bruto de comercialización, corresponde a la diferencia entre el precio que paga el consumidor por un producto y el precio recibido por el productor. Incluye los costos incurridos en la comercialización, a diferencia del margen neto, Mendoza (1987)

Su cálculo expresa la relación porcentual entre el precio final o precio pagado por el consumidor final:

$$\text{MBC} = \frac{\text{Precio del consumidor} - \text{Precio del comerciante maderero}}{\text{Precio del consumidor}} \times 100$$

El resultado del cálculo antes expuesto se muestra el porcentaje de lo pagado por los consumidores que se queda en la intermediación. De esta forma la participación del productor, corresponde a la porción del precio pagado por el consumidor final que le corresponde (descontando lo que se queda en la intermediación):

$$\text{PDP} = \frac{\text{Precio pagado por el consumidor} - \text{Margen bruto del mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} \times 100$$

En que el margen bruto de mercadeo, corresponde al porcentaje del valor monetario asociado al MBC.

El margen neto de comercialización, es el porcentaje sobre el precio final que percibe la intermediación como beneficio neto, al deducir los costos del mercadeo

$$\text{MNC} = \frac{\text{Margen bruto} - \text{Costos de mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} \times 100$$

El margen bruto de comercialización por sobre el neto ante la dificultad de conocer con exactitud todos los costos involucrados.

El Impuesto General a las Ventas (IGV) en la Comercialización de Productos madereros.

El IGV, impuesto regulado por el Código Tributario, constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional y establece los principios generales, institucionales, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico-tributario. Este código rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos. Y sus disposiciones, sin regular a ningún tributo en particular, son aplicables a todos los tributos (impuestos, contribuciones y tasas) pertenecientes al sistema tributario nacional, y a las relaciones que la aplicación de estos y las normas jurídico-tributarias originen. Se considera al Código Tributario peruano se adscribe a esta en la medida porque considera la retención y percepción de tributos constituyen obligaciones tributarias; en la medida que estas figuras se encuentran reguladas dentro del Libro I de dicho cuerpo legal.

En ese tenor, los tributos del Gobierno Central, rigen las relaciones jurídicas originadas por los tributos que se clasifican en:

Impuestos, es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado. También se considera la **Contribución**, que es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales. Así mismo la **Tasa**, cuyo tributo es la obligación que tiene como hecho generador la prestación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. (Decreto Legislativo N° 771, 1994).

También, el impuesto a la Renta en sus diferentes categorías que grava las rentas de trabajo que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos, con fuente durable y que genere ingresos periódicos. Las rentas de fuente peruana afectas al impuesto están divididas en cinco categorías, además existe un tratamiento especial para las rentas percibidas de fuente extranjera. Considerando la **Primera Categoría**, las rentas reales (en efectivo o en especie) del arrendamiento o sub arrendamiento, el valor de las mejoras, provenientes de los predios rústicos y urbanos o de bienes muebles. Así la **Segunda Categoría**, intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave y otros. Por consiguiente, la **Tercera categoría**, en general, las derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios. En la **Cuarta Categoría**, las obtenidas por el ejercicio individual de cualquier profesión, ciencia, arte u oficio, como la **Quinta Categoría**, las obtenidas por el trabajo personal prestado en relación de dependencia. (Decreto Legislativo N° 771, 1994).

Por tanto, el **Impuesto General a las Ventas**, grava las siguientes operaciones: Venta en el país de bienes muebles. La prestación o utilización de servicios en el país. Los contratos de construcción. La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos. La importación de bienes. (Ley No 19620, 1973).

El IGV opera en las distintas etapas de los procesos comercialización de la madera de diferentes tipos donde participa del Estado Nacional como recaudador del impuesto Según Sánchez, A., Saravia, C., y Balestri, L. (2001) precisan en forma directa o indirecta

La forma indirecta se da a través de los distintos regímenes de retenciones, percepciones y pagos a cuenta.

Retención: opera cuando el comprador de un determinado producto realiza el pago por el mismo a su vendedor por lo que el vendedor cobra un importe menor

Percepción se efectúa cuando el comprador de determinados insumos paga los mismos a su proveedor, siendo aquel quien recibe la percepción, incrementándose en este caso, el precio final de los productos.

Pago a cuenta, se utiliza cuando se puede tomar lo pagado por un determinado impuesto como adelanto de otro, tal caso el impuesto a las transacciones financieras de IGV, o cuando se adelanta dinero a cuenta de un mismo impuesto, por ejemplo, para los consignatarios en el IGV.

En el presente estudio se analizó la relación de la variable evasión tributaria y comercialización de manera fáctica de la siguiente forma.

Variable Evasión tributaria, es medida mediante la encuesta a través de un cuestionario a las unidades de análisis del estudio con fin determinar el análisis de esta variable de estudio mediante un cuestionario de diez preguntas aplicadas desde la pregunta 06 hasta la pregunta 15 en las dimensiones sobre sub declaración, elusión y evasión.

- Sub declaración, medida por los indicadores falta de información y excesiva carga y complejidad para tributar mediante dos preguntas cada indicador. Medida desde la pregunta 6 hasta la 9.
- Elusión, medida por el indicador tipo de cumplimiento de obligación tributaria mediante tres preguntas. medida desde la pregunta 10 hasta 12.

Evasión, medida por dos indicadores: nivel de perjuicio ocasionado al estado y el tipo de carga tributaria dejada de pagar a través de una y tres preguntas respectivamente, medido desde la pregunta 13 hasta la 15.

- **Variable Comercialización**, en el sector maderero en el ámbito del estudio, es medida a mediante la encuesta a través de un cuestionario de 7 preguntas aplicado a los comerciantes con el fin de la identificación de la relación con la evasión tributaria. Sobre las siguientes dimensiones

La variable comercialización medida mediante las dimensiones: Estructura del mercado, Financiamiento y condiciones de pago a través de cinco preguntas desde el ítem 16 hasta el 20.

Estructura del mercado, se midió mediante los indicadores planifica canales, participantes y volumen mediante una pregunta para cada indicador desde la pregunta No 16 hasta la pregunta No 18

La dimensión Margen de comercialización se midió mediante las condiciones de pago y volúmenes a través de una pregunta para cada indicador desde la pregunta 19 y 20.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	ESCALA VALORATIVA
Evasión Tributaria	Sub declaración	Falta de información.	¿Conoce Ud.; los requisitos y condiciones del régimen tributario?	Sí No
			¿Las compras que realiza se sustentan con los comprobantes de pago?	Sí No
		Excesiva carga y complejidad para tributar	¿Qué motivo a usted a seleccionar el régimen en el que se encuentra?	Simple Sugerencia Paga menos i
			¿La desconfianza y falta de transparencia de los recursos que recauda el Estado, es motivo porque no se paga puntualmente los impuestos?	No Sí
	Elusión	Tipo de cumplimiento de obligación tributaria	¿Emite y entrega documentos de pago?	Sí No
			¿Sabe usted de la figura de elusión?	Sí A veces No
			¿Considera Ud. que la elusión que se aplica en las empresas genera baja recaudación	Sí No
	Evasión	Nivel de perjuicio ocasionado al Estado	¿Considera, que la evasión constituye abstención dolosa del impuesto dejado de pagar?	Sí No
			¿Considera, el incumplimiento de la obligación tributaria se configura como evasión?	Sí No
		Tipo de carga tributaria dejado de pagar.	¿SUNAT detecta a las personas y negocios que evaden impuestos?	No identifica Identifica inmediatamente Identifica con retraso

Elaboración Propia

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	ESCALA VALORATIVA
Comercialización de productos maderables	Estructura del mercado	Aceptación	Como percibe la aceptación de comercialización de los productos maderables	Formal Informal
		Participantes	Considera a los proveedores con quienes comercializa están debidamente formalizados	Sí No
		Volumen	Cómo percibe la rotación de la comercialización	Baja Media Alta
	Margen de comercialización	Condiciones de Pago	Política de venta de la madera	Contado Crédito
		Volúmenes mínimos	Las ventas garantizan la permanencia de la empresa	Excelentes Buenas Subsidiaria

Elaboración Propia

Con toda la información presentada se propuso la siguiente hipótesis:

Existe incidencia significativa entre la evasión tributaria y la comercialización de productos maderables de los comerciantes en Piura, año 2016.

Por ello se propuso el Objetivo General, es la guía

Determinar la incidencia entre la evasión tributaria y la comercialización de productos maderables de los comerciantes en Piura, año 2016.

Para alcanzar el objetivo general, se plantearon los siguientes Objetivos específicos:

Describir las características de las empresas de productos maderables en Piura, año 2016.

Identificar las características de la evasión tributaria en los comerciantes de productos maderables en Piura, año 2016.

Describir la gestión de comercialización de los productos maderables de los comerciantes en Piura, año 2016.

CAPITULO II

6. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

La metodología empleada es el método observacional-descriptiva, porque se observó el contexto natural de las empresas de productos maderables asimismo las variables se tomaron tal como se presentan en la realidad sin ser manipuladas. Es decir, desde la realidad que comprende el estudio en la gestión contable.

6.1. Tipo y diseño

6.1.1. Tipo de investigación.

El tipo de estudio es descriptivo y cuantitativo porque la investigación ha partido del planteamiento del problema delimitado y concreto, se ocupa de aspectos específicos del objeto de estudio, y el marco teórico que guía el estudio ha sido elaborado sobre la base de la revisión de la literatura. En razón que la información se obtuvo por la encuesta y observación de los procesos de la empresa. (Hernández, Fernández y Batista, 2010).

Asimismo, se realizó la recolección y análisis de los datos mediante el método de estudio deductivo, por lo que buscó estudiar los fenómenos desde la realidad, que no tienen que ser corroboradas estadísticamente, sino conceptualmente y contextualmente, a través de la crítica e interpretación de los datos. (Hernández, Fernández. y Batista, 2010). Es decir, el tipo de estudio

6.1.2. Diseño metodológico

No experimental, de carácter descriptivo, investigación que tomo en cuenta los objetivos establecidos inicialmente y marcaron el paso a seguir en el proceso de recolección de datos con la aplicación de técnicas que permitieron el análisis de la evasión tributaria y la comercialización por medio del cuestionario aplicado a los comerciantes de madera Empero Hernández, Fernández y Batista

(2010) menciona que la palabra diseño es el plan o estrategia concebida para obtener la información necesaria.

Nivel, descriptivo porque el estudio consistió en realizar la descripción exacta de las acciones, procesos de las personas en concordancia como afirma Hernández, Fernández y Batista, (2010) Ha sido un examen intenso del fenómeno, bajo la luz de la revisión permanente de la literatura. (Mejía, 2010).

No Experimental, porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable, sólo se limitó en lo que ya ocurrió o hechos que se dieron en una realidad Es decir se hubo observación del fenómeno tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. Es decir, la variable evasión tributaria y comercialización fueron analizadas y estudiadas sin alterar su comportamiento. En el diseño no experimental se encuentra el estudio transaccional, según (Hernández, Fernández y Batista, 2010; Supo 2011) señala los datos se recogen en un tiempo único. Su fin en concreto es observar la evidencia empírica referida a esta realidad es describir las variables de evasión tributaria y comercialización y analizarlas su interrelación en un momento dado.

Los datos reflejan la evolución natural de los eventos ajenos a la voluntad del investigador.

Retrospectivo porque la planificación de la toma de datos se ha efectuado de normas emitidas donde el investigador no tiene participación. La información *no se construye ni se aplica tratamiento alguno, no se crea alguna situación*, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. (Kerlinger, 1979).

6.2. Población y Muestra

La población, estuvo conformada por diez negocios, se dedican a la comercialización (compra y venta) de productos maderables, la población

como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de la población tienen una característica en común permitiendo el estudio de la investigación (Tamayo y Tamayo, 2004).

La muestra estuvo constituida por el 100% de la población; *La técnica* de muestreo no probabilística se considera la mejor muestra no probabilística ya que incluye a todos los individuos disponibles, lo que hace que la muestra represente mejor a toda la población. (2009 y Casal, 2003 y Explorable.com; May 17).

En base al párrafo precedente, se informa la existencia de 10 negocios, que comercializan productos maderables ubicados en la Zona Industrial de Piura en Perú de las unidades de análisis se obtuvo información, la misma que permitió hacer el análisis con el fin de resolver los objetivos específicos de la investigación.

En relación a ello, es necesario connotar por medidas de confiabilidad y por el compromiso ético sólo los datos fueron utilizados netamente para el estudio. Los datos proporcionados por los dueños y representantes de los negocios que cuentan con el Registro Único del Contribuyente.

6.3. Instrumentos y fuentes de investigación

El instrumento de la presente investigación es el cuestionario de percepción de evasión, cuyo objetivo es determinar la evasión aplicando preguntas tipo de actividad, declaraciones etc. Asimismo, se planteó determinadas preguntas para la medición de la percepción de los contribuyentes en torno a temas de evasión, control y sanciones.

La técnica aplicada en la investigación es la encuesta se realizó en forma directa a los comerciantes en la comercialización de productos maderables en Piura.

La validez del instrumento de la presente investigación estuvo a cargo de tres expertos Contadores Públicos Colegiados El Magister Simón Zapata Periche en Tributación, Doctor Víctor Manuel Landa Machero en contabilidad y Finanzas e Investigadora Metodóloga María Fanny Martínez Ordinola quienes evaluaron la pertinencia de los 27 ítems, la redacción de las preguntas y precisaron la coherencia con los objetivos de la investigación determinando la aceptación de 20 ítems los mismos que se aplicaron para el presente estudio.

La validez de la investigación fue a través de contenido racional la define el investigador Supo J. (2011). Es posible asegurar la mejor representatividad de los ítems, respecto a la totalidad del campo objeto de evaluación. Aquí los constructos están mejor definidos porque se dispone de literatura; los conceptos a medir ya no son provisionales ni vagos. Aritmética

La validez de constructo es un dispositivo utilizado casi exclusivamente en las ciencias sociales como en contabilidad (Supo, J., 2011)

Con respecto a la confiabilidad, del instrumento según Vara, (2007) es la capacidad del instrumento de producir resultados congruentes en el presente estudio se aplicó la confiabilidad interna a través del Coeficiente el Alfa de Crombach 0.834; la confiabilidad, se refiere al grado en que su aplicación de un instrumento repetida al mismo sujeto produce iguales resultados (Hernández, Fernández y Bastita; 1998)

Además, se realizó investigación documental de las variables evasión tributaria y comercialización como según Arias (2012), La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. y Amador (1998) afirma que el proceso de revisión bibliográfica y documental comprende las siguientes etapas: consulta documental, contraste de la información y análisis histórico del problema.

La técnica que se aplicó fue la encuesta, caracterizada por su utilidad en la investigación social, debido a su sencillez y objetividad de los datos que obtiene mediante el cuestionario, que consta de tres partes:

- I. Generalidades desde la pregunta 01 a la pregunta 05
- II. Evasión tributaria desde la pregunta 06 hasta la pregunta 15
- III. Comercialización desde la pregunta 16 hasta la pregunta 20

El cuestionario, consto en 20 preguntas.

- Definición conceptual y operacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Evasión Tributaria	Es la -brecha tributaria o la diferencia entre lo que el gobierno debería recaudar con lo que recauda. Hay diversas causas que explican porque los contribuyentes paguen menos impuestos de los que deberían pagar y en el ámbito de estudio se agrupan en tres categorías: subdeclaración involuntaria, elusión tributaria y evasión tributaria (Jorrat, 1996).	La evasión medida en tres dimensiones: subdeclaración involuntaria, elusión tributaria y evasión tributaria
Comercialización de productos	La comercialización determina el punto de inicio hasta el consumidor por tanto en este proceso va formando desde el precio de compra del producto hasta que llega el producto maderable al consumidor final, quien acepta el precio de venta. Es decir, la gestión de compra y venta (Mota, 2007).	La comercialización medida en tres dimensiones: estructura del mercado, funcionamiento y margen de comercialización

Cuadro 1 Definición conceptual y operacional de las variables

Elaboración propia.

6.4. Procesamiento y análisis de la información

- a. La etapa inicial consistió en investigar en los estudios previos, a la vez conocer dentro del conjunto de fuentes que resultaron de utilidad, tales como libros, artículos científicos, publicaciones y boletines diversos, normatividad y en general sobre las variables en estudio.

- b.** En segundo lugar, se apoyó de una fuente primaria el método de obtención del producto para la determinación el proceso de la comercialización.

Luego, se procedió a la recolección misma de los datos, mediante la aplicación del cuestionario. De las fuentes, se extrae las preguntas sobre el tema sobre aspectos concretos que, en principio, son relevantes para la investigación. Asimismo, se evaluó previamente la confiabilidad y la validez del instrumento.

- c.** A continuación de la recolección de datos se obtuvo los resultados para el análisis del estudio, para el inicio del análisis de los resultados sobre los aspectos de concordancia, oposición y relaciones que haya entre las dimensiones, para elaborar el respectivo análisis para luego registrar comparaciones, controversias, similitudes y particulares pertinentes.
- d.** Finalmente, se elaboró las conclusiones correspondientes, respecto a cada parte del estudio, teniendo de base los objetivos propuestos en el desarrollo de la investigación. Los pasos enumerados constituyeron, evidentemente, una guía; las etapas señaladas son de suma utilidad para alcanzar una sistematización en concordancia con que permitió el desarrollo en concordancia (Sabino, 1992) quien expone que los objetivos deben ser ejecutados con la misma flexibilidad, lo que permitirá alcanzar resultados positivos y originales en la investigación

CAPITULO III

7. RESULTADOS

En el presente ítem, se analizaron 10 empresas que vienen funcionando en el rubro de productos maderables en Piura, detallándose lo siguiente:

Con respecto a la descripción de las características de las empresas de productos maderables en Piura.

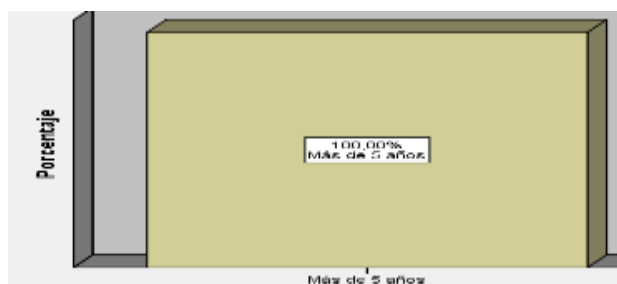
Tabla 1 Tiempo de funcionamiento en la comercialización de la madera

	Frecuencia	Porcentaje
Más de 5 años	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 1 Tiempo de funcionamiento en la comercialización de la madera



Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Como se observa en la figura No 01, el 100% de los negocios de comercialización de productos maderables vienen funcionando más de cinco años y están registrados como contribuyente tal como se visualiza por tanto en definitiva perciben que tienen obligaciones tributarias.

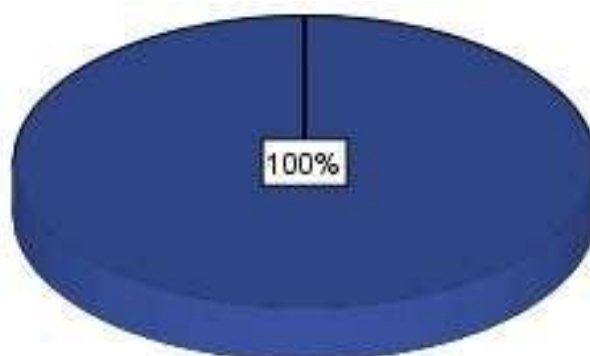
Tabla 2 Formalización del comercio de productos maderables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura

Elaboración: Propia

Figura 2 Formalización de la empresa



Fuente: Elaboración: Propia

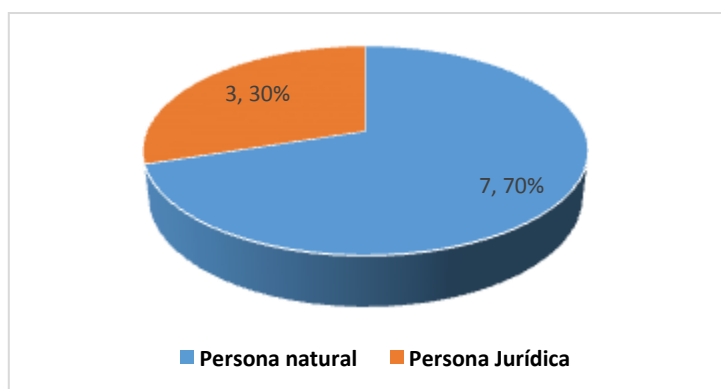
Se observa en la figura 2, el 100% la empresa se encuentra formalizada y son contribuyentes registrados es decir son contribuyentes conocidos por tanto son declarantes.

Tabla 3 Tipo de empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Persona natural	7	70%
Persona Jurídica	3	30%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura
Elaboración: Propia.

Figura 3 Tipo de empresa



Fuente: Elaboración: Propia

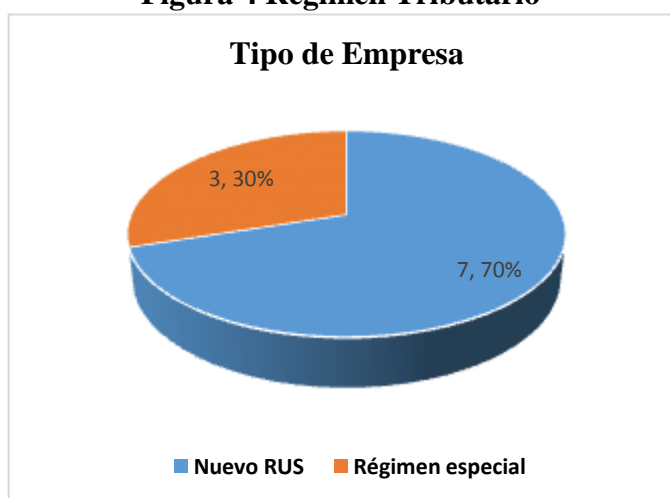
Se observa en la Tabla No 3, Del 100% de las empresas el 70% del rubro son personas naturales y el 30% con personería jurídica denotándose esta población está formalizada.

Tabla 4 Régimen Tributario de los comercios de productos maderables

	Frecuencia	Porcentaje
Nuevo RUS	7	70%
Régimen especial	3	30%
	10	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura
Elaboración: Propia

Figura 4 Régimen Tributario



Fuente: Elaboración: Propia

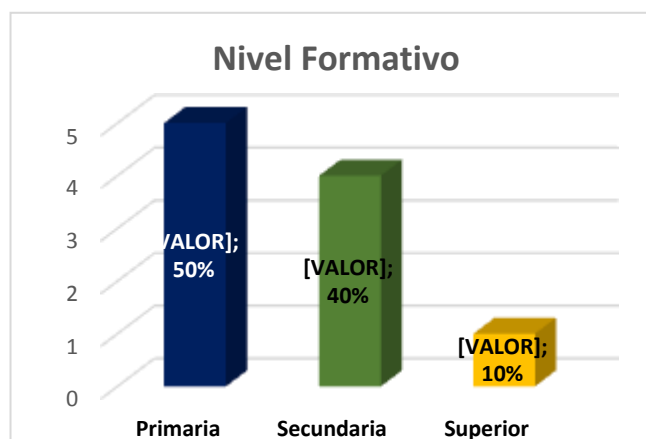
En la figura 4 se visualiza, El 100% de los negocios encuestados están inscritos el 70% en el nuevo régimen simplificado, el 30% en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta. Se deduce que las empresas de este rubro se encuentran afectas al IGV.

Tabla 5 Grado de instrucción de los responsables del comercio de los productos maderables

Nivel formativo	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	5	50%
Secundaria	4	40%
Superior	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura
Elaboración: Propia

Figura 5 Grado de instrucción de los comerciantes de productos maderables.



Fuente: Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla 5 el nivel de formación educativa de los comerciantes a cargo de este rubro, productos maderables del 100%; el 10% se ubica en el nivel superior; el 40% en el nivel secundaria y el 50% en el nivel primaria. Al conocer el grado de educación permitió realizar la encuesta con el dialogo alturado y con las palabras accesibles.

Con respecto a la identificación de las características de la evasión tributaria en los comerciantes de productos maderables de la provincia de Piura.

En el aspecto de la subdeclaración

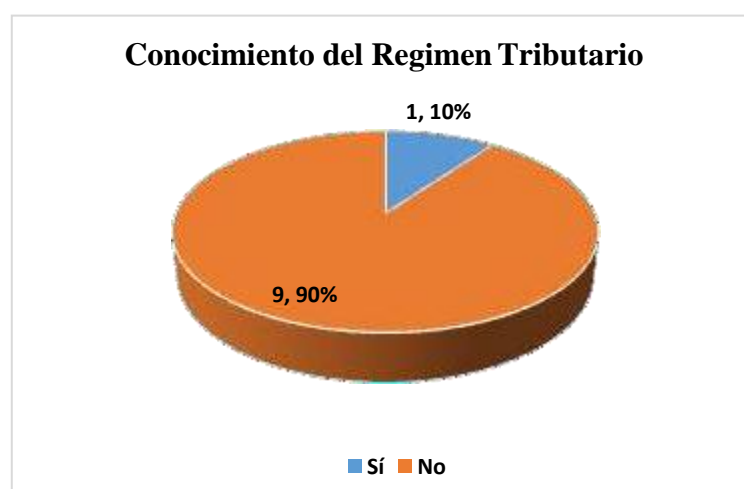
Tabla 6 Conoce usted, los requisitos y condiciones del régimen tributario del comercio de productos maderables de su representada.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	1	10%
No	9	90%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 6 Conoce usted los requisitos y condiciones del régimen tributario



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 6 se visualiza, El 90% de los representantes del comercio de productos maderables responden, no conocen los requisitos y condiciones del régimen tributario mientras el 10% dicen, si conocen los requisitos y condiciones del régimen tributario especial. Se deduce que falta información al respecto.

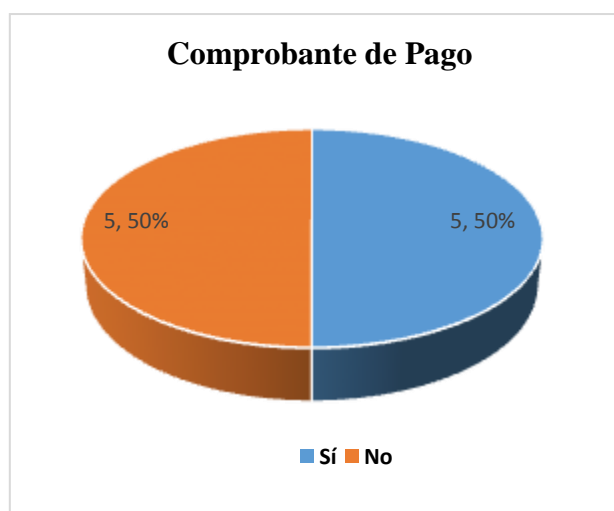
Tabla 7 Compras se sustentan con los comprobantes de pago

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 7 Compras se sustentan con los comprobantes de pago



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 7, se visualiza del 100% el 50% responde que las compras se sustentan con los respectivos comprobantes de pago, pero 50% manifiesta que las compras no se sustentan con los comprobantes de pago. Se infiere que realiza la adquisición de los productos maderables de modo informal.

En el aspecto de la subdeclaración

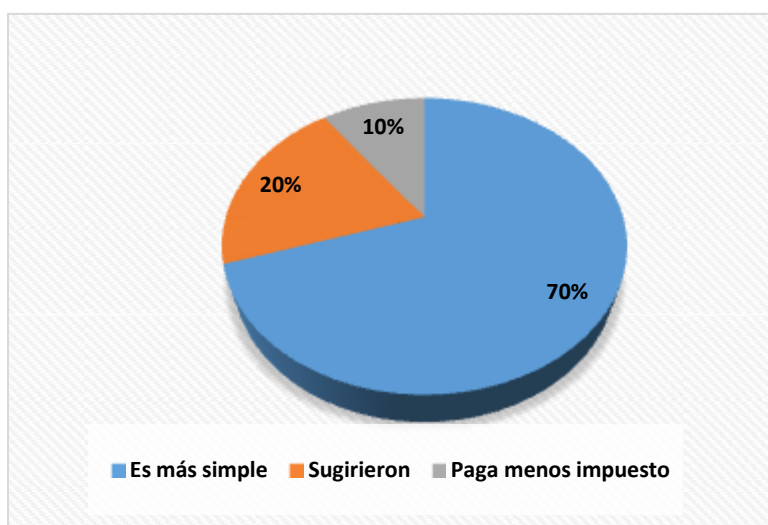
Tabla 8 Motivo de selección del Régimen tributario del negocio

	Frecuencia	Porcentaje
Es más simple	7	70%
Sugirieron	2	20%
Paga menos impuesto	1	10%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 8 Motivo de selección del Régimen tributario de los negocios de comercialización de productos maderables



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 8 se observa, el régimen tributario, seleccionado por los comercios de productos maderables el 70% de negocios fue motivado porque es más simple, el 20% es porque le sugirieron y el 10% porque paga menos impuesto.

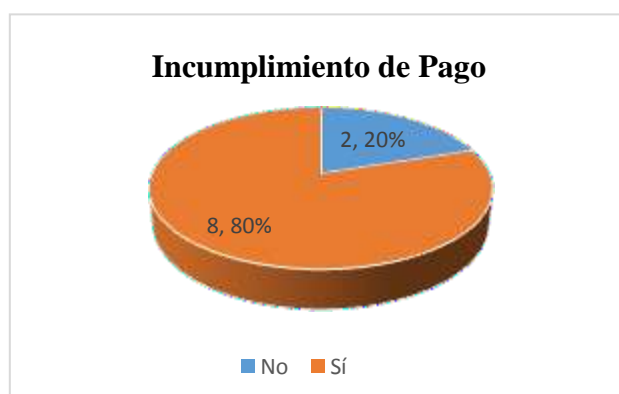
Tabla 9 El motivo de no pagar puntualmente es por la desconfianza y falta de transparencia en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado.

	Frecuencia	Porcentaje
No	2	20%
Sí	8	80%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 9 El motivo de no pagar puntualmente es por la desconfianza en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado.



Elaboración: Propia

En la figura 9 se visualiza ante la premisa de la desconfianza en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado, del 100%: el 80% de los comercios de productos maderables responde, es un motivo para no cumplir con pagar los impuestos, el 20% responde, cumple con el pago puntualmente. Se evidencia que no hay una cultura tributaria motivada por la percepción sobre el estado que gasta sin las políticas de redistribución del ingreso, también por el orden social, estructural, normativo y administrativo como la técnica del vacío de la existencia en las leyes la falta de claridad y transparencia.

En el aspecto de la elusión

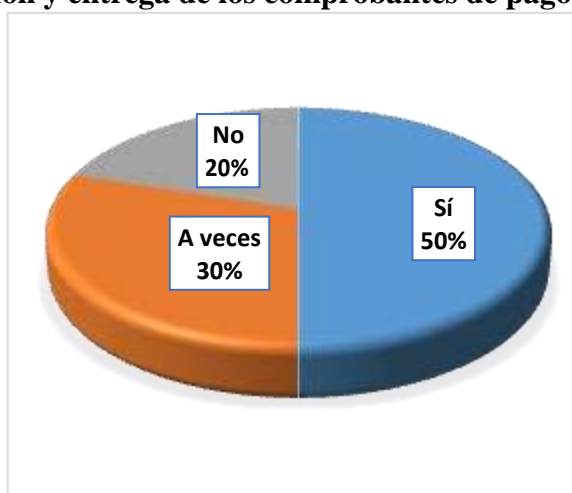
Tabla 10 Emisión y entrega los comprobantes de pagos del proceso venta del comercio de productos maderables.

Emisión de los comprobantes de pago de las ventas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	50%
A veces	3	30%
No	2	20%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 10 Emisión y entrega de los comprobantes de pago



Fuente: Elaboración: Propia

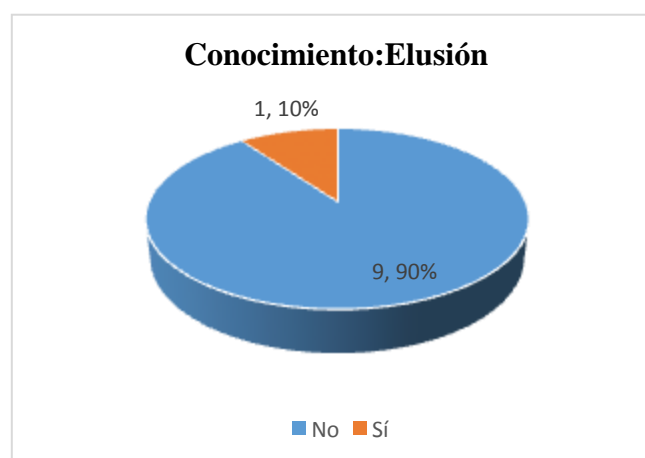
En la tabla N 10 se observa del 100% de los comercios de productos maderables encuestados responden el 50% de los comercios emite y entrega comprobante de pago, el 30% de los comercios a veces emite y entrega comprobante de pago y el 20% no emite comprobantes de pago. Se denota que existe elusión.

Tabla 11 Conoce Ud. la figura de elusión fiscal y sus características

	Frecuencia	Porcentaje
No	9	90%
Sí	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.
Elaboración: Propia

Figura 11 Conoce Ud. la figura de elusión fiscal y sus características



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 11 se visualiza sobre si conoce la figura de la elusión fiscal, el 10% de los contribuyentes responde, sí conoce esta figura, pero el 90% responde no conocer esta figura.

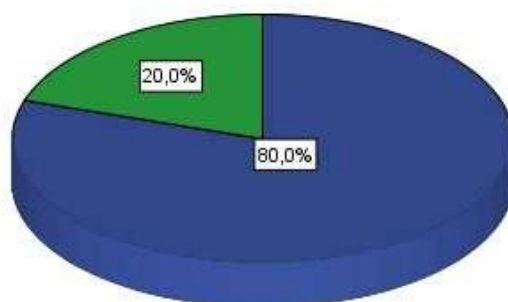
Tabla 12 Considera que la elusión tributaria que se aplica en las empresas genera baja recaudación tributaria en la provincia de Piura

	Frecuencia	Porcentaje
No	2	20%
Sí	8	80%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 12 Considera que la elusión tributaria se aplica en las empresas genera baja recaudación tributaria en la provincia de Piura



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 12, sobre si considera a la elusión tributaria se aplica en las empresas y genera baja recaudación tributaria en la provincia de Piura. Del 100%, el 80% responde que sí, genera baja recaudación para el erario nacional, pero hay un 20% que manifiesta que no genera baja recaudación tributaria. En este sector se presenta porque la legislación tributaria contempla beneficios orientados a incentivar esta actividad, en la Selva, desde este punto se transporta este tipo de productos a diferentes partes del Perú en este caso a la ciudad de Piura. De ahí se supone al no comprar los productos maderables con documentos sustentatorios no le permite al comerciante emitir el comprobante de pago por la venta y el usuario o comprador al pensar que tiene descuento no

solicita el documento sustentatoria. Y esto es un círculo vicioso al no contar las personas con conciencia tributaria.

En el aspecto de la Evasión

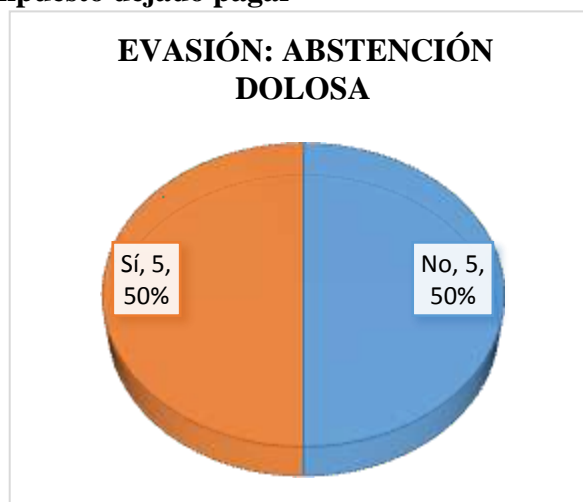
Tabla 13 Considera, a la evasión constituye abstención dolosa del impuesto dejado pagar

	Frecuencia	Porcentaje
No	5	50%
Sí	5	50%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 13 Considera que la evasión constituye la abstención dolosa del impuesto dejado pagar



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 13, sobre si considera que la evasión constituye abstención dolosa del impuesto dejado de pagar los encuestados responde Del 100%, el 50% responde que sí constituye el impuesto dejado de pagar abstención dolosa, asimismo hay el 50% que manifiesta que no constituye abstención dolosa sí es que no se paga el impuesto.

Tabla 14 Considera, el incumplimiento de la obligación tributaria se configura como evasión

	Frecuencia	Porcentaje
No	7	70%
Sí	3	30%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 14 Considera, el incumplimiento de la obligación tributaria se configura como evasión



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 14, sobre si considera, el incumplimiento de la obligación tributaria, se configura como evasión. Del 100% de contribuyentes el 70% responde que no se configura como evasión, asimismo hay un 30% que manifiesta que esta figura sí se configura evasión. En razón al no contar con el conocimiento los comerciantes que comercializan los productos maderables del incumplimiento de la obligación tributaria se configura como evasión. En este orden de ideas, al existir el reconocimiento a las obligaciones tributarias así se efectuó en forma extemporánea no constituye evasión.

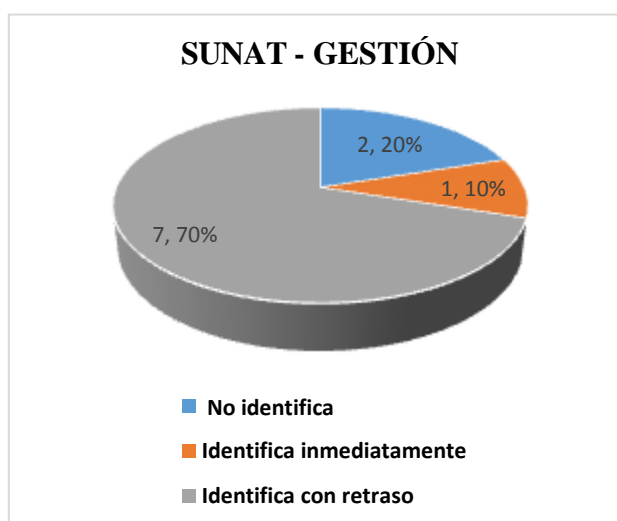
Tabla 15 SUNAT, detecta a las personas y negocios que evaden impuestos

	fi	%
No identifica	2	20%
Identifica inmediatamente	1	10%
Identifica con retraso	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 15 SUNAT detecta muy fácilmente a las personas y negocios que evaden impuestos



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 15, sobre si SUNAT detecta fácilmente a las personas y negocios que evaden impuesto. Del 100% de contribuyentes el 70% responde, sí se detecta a los contribuyentes que evaden, pero con retraso, asimismo hay un 20% que manifiesta que no detecta a los que evaden impuesto, pero el 10% manifiesta, que detectan a los que evaden impuesto inmediatamente.

Caracterización de la gestión de las compras y ventas en los comerciantes de productos maderables de la provincia de Piura, año 2016.

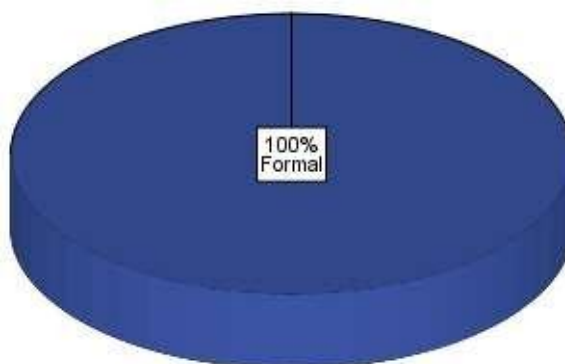
Tabla 16 Percepción de la comercialización de los productos maderables

	fi	%
Formal	10	100,0
	10	

Fuente: Base de datos Encuesta Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 16 Percepción de la comercialización de los productos maderables



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 16 se registra del 100% se percibe que la comercialización de los productos maderables si tiene un nivel de percepción positiva por los que demandan este consumo de este producto.

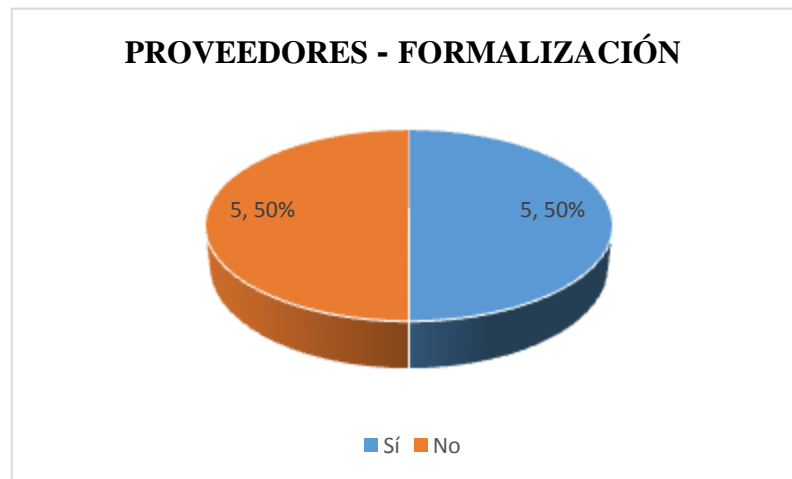
Tabla 17 Considera a los proveedores con quienes comercializa están debidamente formalizados

	fi	%
Sí	5	50%
No	5	50%
Total	10	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia

Figura 17 Considera a los proveedores con quienes comercializa están debidamente formalizados



Fuente: Base de datos Encuesta

Elaboración: Propia

En la figura 17 se observa del 100% de los comerciantes consideran que los proveedores en un 50 % no están totalmente formalizados el 50% sí están debidamente formalizados.

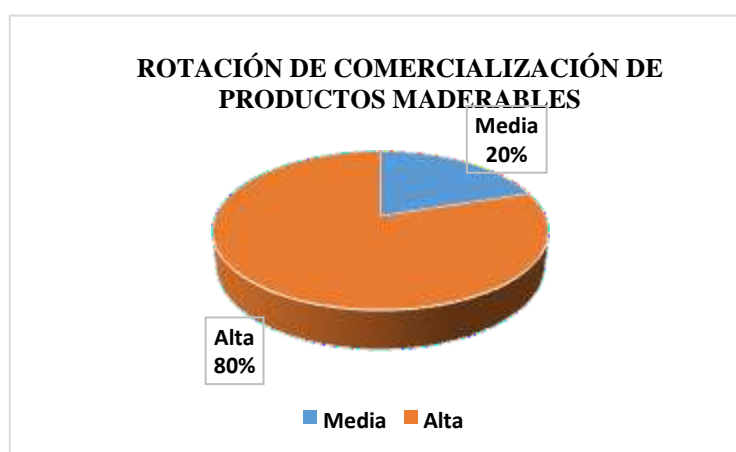
Tabla 18 Percepción de la rotación de la comercialización de productos maderables

	fi	%
Media	2	20%
Alta	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables de la Provincia de Piura.

Elaboración: Propia.

Figura 18 Percepción de la rotación de la comercialización de productos maderables



Fuente: Elaboración: Propia

En la figura 18 se visualiza el 80% se percibe rotación alta en la comercialización de productos maderables mientras el 20% tienen una relación media.

Tabla 19 Política de ventas de los productos maderables

	Frecuencia	Porcentaje
Contado	10	100,0
	10	

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables en Piura.

Elaboración: Propia

Figura 19 Política de ventas



Fuente: Elaboración: Propia

En la gráfica 19 se visualiza, del 100% de los comerciantes comercializadores de productos maderables su política de ventas es la comercialización de los productos es al contado.

Tabla 20 Las ventas garantizan la permanencia de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	7	70%
Buenas	3	30%
Subsidiaria	0	0
Total	10	100, %

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes de productos maderables en Piura.

Elaboración: Propia

Figura 20 Las ventas garantizan la permanencia de la empresa



Fuente: Base de datos Encuesta

Elaboración: Propia

En la gráfica 20 se visualiza, del 70% informa, las ventas son excelentes y el 30% expresa, las ventas son buenas en este rubro de comercialización de productos maderables en Piura, por lo que se infiere que los comerciantes de este rubro deben acogerse al régimen tributario Mype estable el decreto legislativo N° 1269 del 20.12.2016 debe llevar los siguientes libros de Registro de Ventas, Registro de compras y libro diario de formato simplificado. Porque las ventas garantizan la continuidad de la empresa.

Contrastación de la hipótesis

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la incidencia entre la evasión tributaria y la comercialización de productos maderables de los comerciantes en la ciudad de Piura; siendo de tipo descriptivo

Para contrastar la hipótesis planteada, se realizó la aplicación de la encuesta a diez comerciantes de la ciudad de Piura, que permitieron contrastar la hipótesis obteniendo, no existe incidencia entre las variables evasión tributaria y comercialización de productos maderables.

Correlaciones			Evasión (ítem 6 - 15) (agrupado)	Comercialización (ítems 16 - 20) (agrupado)
Rho de Spearman	Evasión (ítem 6 - 15) (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 10	-,272 ,447 10
	Comercialización (ítems 16 -20) (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-,272 ,447 10	1,000 . 10

Con respecto al primer objetivo se plantea la hipótesis 1: existe evasión tributaria en la gestión de compras y ventas de productos maderables.

Para contrastar la hipótesis planteada, se realizó la aplicación de la encuesta a diez comerciantes de la ciudad de Piura, que permitieron contrastar la hipótesis H1. El 50% tiene formación educativa del grado de instrucción primaria, pertenecen al régimen único simplificado, y están formalizadas ante SUNAT, los representantes o dueños de las empresas de productos maderables de la provincia de Piura.

Al contrastar, se recogió información mediante el cuestionario, obteniendo el 50% tiene grado de instrucción primaria, el 70% pertenecen al régimen único simplificado, y el 100% están registradas ante SUNAT; los empresarios y representantes de las empresas productos maderables de la provincia de Piura. Por tanto, la hipótesis 1 se acepta.

Porcentaje de contribuyentes sobre la carga tributaria

	fi	%
Evasión	2	60%
No evasión	1	40%
Total	10	100%

Elaboración propia

Al respecto del segundo objetivo se plantea la hipótesis: H2= más del 50% de los comerciantes de los productos maderables no cumplen, con el régimen tributario, para contrastar la hipótesis planteada, se realizó la aplicación de la encuesta a diez comerciantes de la ciudad de Piura, desde la pregunta seis hasta la pregunta quince que determinó el 60% de los comerciantes evaden en el régimen tributario seleccionado presentando las siguientes características con respecto a la subvaloración, los comerciantes de productos maderables, el 50% emite comprobantes de pago con respecto a las compras, el 80% de a veces emite comprobantes de pago con respecto a las ventas y el 90% desconocen los requisitos y condiciones del régimen tributario, con respecto a la elusión los comerciantes en el 90% no cumple esta figura, el 80% menciona que baja la recaudación tributaria con el pago de los tributos. Los comerciantes con respecto a la evasión el el 50% no lo consideran una abstención dolosa,

asimismo el 70% no lo considera incumplimiento no pagar el impuesto y el 70% de los contribuyentes consideran que la SUNAT detecta, pero con retraso a los evasores de la carga tributaria. Por tanto, la hipótesis 2 se acepta.

Con respecto al tercer objetivo se plantea la hipótesis, la rotación de la comercialización de los productos maderables de los comerciantes en Piura, es alta.

Tabla Rotación de los productos maderables de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	9	90,0
Baja	1	10,0
Total	10	100,0

Elaboración propia

De la contrastación de la hipótesis en base a las preguntas del cuestionario del número dieciséis a la veinte, el resultado sobre la rotación es alta de la comercialización de los productos maderables y tiene las siguientes características, la comercialización de los productos maderables tiene un nivel de percepción positivo, las ventas son al contado el 50% de los proveedores están formalizados.

CAPITULO IV

8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como propósito por un lado determinar la incidencia de la evasión tributaria y por otro lado la gestión de compra y venta de productos maderables de los comerciantes en Piura, el estudio estuvo en base a diez empresas de productos maderables para tal efecto se aplicó el instrumento diseñado para la recogida de información el mismo que fue validado y confiable, garantizando los resultados de los objetivos de la investigación

El cuestionario fue suministrado a los dueños o representantes de las empresas, de allí, los resultados obtenidos pertenecen exclusivamente a las empresas de productos maderables y de ninguna forma a otras empresas de diferente rubro, lo que sí se puede generalizar es la metodología empleada y los instrumentos de recolección de datos aplicados, los mismos pueden ser base para otras investigaciones.

Con el propósito de determinar la incidencia de la evasión tributaria en la gestión de compra y venta de productos maderables con el objeto de la determinación de las características generales de las empresas del rubro de productos maderables también de la variable evasión tributaria y variable comercialización de productos maderables.

Descripción de las características de las empresas de productos maderables en Piura, año 2016.

Con respecto a los aspectos generales de las empresas del rubro productos maderables, se logró a través de la aplicación de la encuesta; permitiendo conocer que el 100% de los comercios del rubro de productos maderables vienen funcionando más de cinco años en el mercado conforme y están formalizadas como se visualiza las tablas 1 y 2. el 70% son personas naturales

además están registrada en el nuevo RUS y el 30% con personería jurídica registradas en el régimen especial véase tabla 3 y 4.

Al visualizar la tabla 5; el nivel de formación académica sólo el 10% se ubica en el nivel formativo académico superior, razón porque se realizó la encuesta con el diálogo alturado y con las palabras accesibles.

Con respecto a la variable evasión tributaria, tiene como soporte teórico lo que afirma Jorrat (1996), considera, la -brecha tributaria o la diferencia entre lo que el gobierno debería recaudar con lo que recauda. Hay diversas causas que explican porque los contribuyentes paguen menos impuestos de los que deberían pagar. Hay diversas causas que explican porque los contribuyentes paguen menos impuestos de los que deberían pagar y en el ámbito de estudio. A través del cuestionario validado, diseñado en tres dimensiones de la evasión tributaria subdeclaración involuntaria, elusión tributaria y evasión tributaria.

Respecto a la subdeclaración, Jorrat (1996) es resultado de los errores involuntarios que comete el contribuyente al momento de preparar su declaración de impuestos. Estos errores son atribuibles por el desconocimiento de la normativa tributaria. Se incrementa cuando la normativa es compleja en la presente investigación es por falta de información el 90% no conoce los requisitos y condiciones del régimen tributario y el 50% realiza sus compras de manera informal porque los productos maderables se comercializan de manera informal y en cuanto a la excesiva carga y complejidad para tributar el 70% seleccionó el régimen tributario por el más simple y el 80% no cumple con pagar puntualmente los impuestos por la desconfianza y falta de transparencia del Estado en el manejo de los recursos con la excusa los impuestos no generan obras. Véase la tabla 6, 7, 8 y 9. En esta actividad económica, con respecto a la variable evasión tributaria en la dimensión subvaloración las unidades de análisis son empresas formales y por tanto dentro de la legalidad, pero el 90% no cumplen como debiera su obligación de tributar en razón que el 90% tiene desconocimiento sobre el régimen tributario (Tabla 3, 6 y 9). En concordancia con el estudio de Aguirre y Silva (2013) sobre la generación de la evasión

tributaria es por Falta de información, Deseos de generar mayores ingresos (Utilidades). Complejidad de las normas tributarias y excesivas carga para tributar.

Respecto a la elusión tributaria es la conducta antijurídica consistente en eludir la obligación tributaria mediante el uso de formas jurídicas inadecuadas para fines económicos de las partes y por lo tanto constituye una forma de evasión. (Jorrat, 1996). En relación al trabajo de investigación del 100%; el 50%, 30 y 20% Sí emite, a veces y no entrega los comprobantes de pago respectivamente cumplen con las obligaciones tributarias, el 90% no conoce la figura elusión y el 80% de los encuestados manifiestan, la elusión genera baja recaudación tributaria. (Véase Tabla 10, 11 y 12). Ante ello se evidencia sólo el 10% tiene nivel superior, este porcentaje de unidades de análisis sí cuenta con el conocimiento teórico y práctico adquirido en el nivel de pregrado sin embargo el 50% tiene nivel primaria y a ello se suma el 40% que tiene formación secundaria son cifras significativas más aún el 90% de afirma no tener el conocimiento de la figura elusión llevando a la comercialización a una gestión no correcta porque el 50% no sustenta las compras con los respectivos comprobantes de pago y para las ventas estas unidades de análisis 30% a veces emite y 20% no emite los comprobantes de pago por ende la generación de la baja recaudación por elusión (Véase tabla, 5, 7, 10). En la investigación Aguirre y Silva (2013) concluyó, por la complejidad de las normas tributarias origina que los contribuyentes estén propensos a caer en la elusión tributaria concordante con la presente investigación por la mínima formación educativa de los que gestionan los negocios en el rubro de productos maderables concordante con la investigación de Quiroz F. (2013) que por desconocimiento de los procesos tributarios toman lo como beneficio lo que deben pagar como obligación Tributaria además Ramírez y Valenzuela (2015) en su estudio precisa que las declaraciones no representa la real situación de la empresa en un periodo determinado

Respecto a la elusión tributaria, es por el uso de la legislación tributaria, en este caso hay un acto deliberado por parte del contribuyente para reducir sus obligaciones tributarias según Cosulich considera: Inexistencia de una conciencia tributaria en la población Es decir Pérez y Calzadilla (2009), se refiere por elusión fiscal, la realización de operaciones o celebración de negocios lícitos, con la finalidad única o principal de obtener un beneficio económico al evitarse la realización de los supuestos de hecho legalmente tipificados como imposables no teniendo lugar en consecuencia de la obligación tributaria.

Desde el factor tipo de cumplimiento, la mitad de los negocios de este rubro emite el 50% de comprobantes de pagos de las ventas que realiza, pero el 90% no conoce la figura de elusión según la figura 11; empero 80% manifiesta esta figura genera baja recaudación. En vista que la recaudación es baja es porque se presenta la figura de la evasión que es otra forma que se presenta la elusión tributaria concluye Ramírez y Valenzuela (2015) concordante con la presente investigación además por falta de cultura tributaria.

Respecto a la Evasión, es la decisión de evadir los impuestos implica que el contribuyente efectuó un cálculo económico, valorando los beneficios y costos de la evasión. (Jorrot, 1996). Desde el punto de vista, perjuicio ocasionado al Estado del 100% de los comerciantes del rubro de productos maderables el 50% manifiesta el no pago de los impuestos no constituye la abstención dolosa, el tipo de carga tributaria dejado de pagar del 100%; el 70% considera configura al incumplimiento de la obligación tributaria como evasión y el 70% de comerciantes son detectados, pero con retraso (Véase Tabla 13, 14 y 15). En la comercialización se presentan hechos económicos informales tanto por los clientes, al no solicitar los comprobantes de pago por las compras que realiza y por parte del comerciante al realizar las compras de modo ilegal de los productos maderables además por no emitir la totalidad de comprobantes pago por el total de las ventas Se deduce que la declaración de impuesto no es la correcta, se evidencia en la figura 13 del 100%; el 50% de los comerciantes no consideran la evasión como una abstención dolosa

asimismo se visualiza en la figura 14 el 70% de los comerciantes no consideran que el incumplimiento de la obligación tributaria no es evasión y el 70% de los comerciantes perciben que la SUNAT identifica con retraso este tipo de actos que realizan los comerciantes en la comercialización del rubro de productos maderables en la ciudad de Piura, tiene concordancia con la investigación de Chávez (2010) que concluye, la evasión tributaria es motivada la poca presencia o efectividad de los organismos de control o alentado por conocidos que lo vienen haciendo porque nunca les ha sucedido nada que afecte sus intereses, también Aguirre y Silva (2013) dicen se presenta la evasión porque los comerciantes no se ubican en el régimen que les corresponde por sus ventas asimismo Nazareth (2015), indica la evasión tributaria y la informalidad son un mal social que todavía se presenta al denotarse que los proveedores son informales en un 50% en concordancia se concluye con Marino (s.f.) en su estudio la informalidad es por desconocimiento de las normas tributarias que corresponde al régimen seleccionado, y por los actos inadecuados de no entregar los comprobantes correspondientes en toda venta realizada o solicitar comprobante pago por todas las compras realizadas más aún el incumplimiento de entrega de los comprobantes de pago es una figura de informalidad, es un acto de la evasión tributaria por tanto un delito que los comerciantes toleran y se ha institucionalizado en el país.

Ahora bien, respecto a la comercialización citado por Mota, et al (2007) considera que el punto de inicio hasta el consumidor por tanto en este proceso va formando desde el precio de compra del producto hasta que llega la madera al consumidor final, en base a la estructura del mercado desde la aceptación, participantes y volumen asimismo el margen de comercialización a través de las condiciones de pago y volúmenes mínimos. En relación a ello, desde la percepción es positiva y perfecta el 100% de los comercios están formalizados, la figura No 18 muestra que el 80%; de la comercialización tiene rotación alta además la figura 19 muestra que las ventas son al contando asimismo la figura N° 20 muestra que las ventas son excelentes, esto permite deducir que los

comercios de este rubro productos maderables se mantienen y alcanza el nivel de ventas.

Respecto a la estructura del mercado, desde los factores de aceptación, participantes, volumen en relación al trabajo de investigación se tiene que la percepción es del 100% de aceptación sobre, pero la mitad de los proveedores que participan se encuentran debidamente formalizados y es alta la rotación en la comercialización de los productos maderables. Estos resultados permiten deducir una comercialización positiva que todo comerciante busca alcanzar a través de una planificación efectiva, pero el 50% de proveedores tiene comportamiento y una actitud de trabajo inadecuada por la oferta de los productos maderables de tipo informal.

Con respecto al margen de comercialización, está determinado por la política de venta de los productos maderables es mediante la condición al contado y el 70% de los encuestados manifiestan que las ventas son excelentes las mismas que garantizan la permanencia de la empresa cumpliendo con el principio –empresa en marchall motivo que los comerciantes de productos maderables deben tener conocimiento de las obligaciones tributarias el cual es de derecho público y el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario denominada relación jurídica tributaria la misma que está establecida por ley en el artículo 2 del Código tributario y objeto de cumplimiento y exigible coactivamente el tributo. Concordante con Boitano (2011), precisa que es alto el nivel de la comercialización asimismo Panduro y Colomé (2014) resalta que la comercialización es excelente porque las exportaciones son mayores al 78% asimismo Panduro y Colomé (2014) manifiestan, el Parquets, se exporta el 81% y por consiguiente este rubro tiene mayor precio en el mercado nacional e internacional

Margen de comercialización desde los factores de condiciones de pago considerado un margen de comercialización con utilidad suficiente para lograr la sostenibilidad financiera del negocio en relación a ello la figura 19 posee una excelente política porque sus ventas al 100% son al contado y en el marco

de los volúmenes mínimos la figura 20 se evidencia el 70% de los comercios manifiestan que las ventas son excelente lo que demuestra a través de estos valores la empresa tiene un excelente nivel de ventas demostrando además una la calidad en el desarrollo de su labor, concordante con el estudio de Guevara (2011) la comercialización de la madera tiene buena aceptación asimismo la situación financiera es favorable

Los resultados obtenidos anteriormente permitieron conocer de las características de la evasión tributaria y de la gestión de compra y venta de productos maderables evidencia que existe incidencia de evasión tributaria en la gestión de compra y venta de productos maderables en la ciudad de Piura, las cuales permitieron aceptar la hipótesis planteada. Así mismo, cabe resaltar que en la ciudad de Piura, SUNAT no realiza capacitación in sito por tanto no tiene presencia, para este rubro donde a los empresarios se les informen u orienten sobre tributación.

CAPITULO V

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a la investigación se concluye, no existe incidencia entre las variables evasión tributaria y comercialización de productos maderables, en el marco siguiente:

- (1) Las características de las empresas de productos maderables en Piura, es el 50% tiene grado de instrucción primaria, el 70% pertenecen al régimen único simplificado, y el 100% están registradas ante SUNAT; los empresarios y representantes de las empresas productos maderables de la provincia de Piura. Por tanto, la hipótesis 1 se acepta.

- (2) el 60% de los comerciantes evaden en el régimen tributario seleccionado presentando las siguientes características con respecto a la subvaloración, los comerciantes de productos maderables, el 50% emite comprobantes de pago con respecto a las compras, el 80% de a veces emite comprobantes de pago con respecto a las ventas y el 90% desconocen los requisitos y condiciones del régimen tributario, con respecto a la elusión los comerciantes en el 90% no cumple esta figura, el 80% menciona que baja la recaudación tributaria con el pago de los tributos. Los comerciantes con respecto a la evasión el 50% no lo consideran una abstención dolosa, asimismo el 70% no lo considera incumplimiento no pagar el impuesto y el 70% de los contribuyentes consideran que la SUNAT detecta, pero con retraso a los evasores de la carga tributaria.

- (3) La rotación de comercialización de los productos maderables de los comerciantes en Piura, es alta.

(4) RECOMENDACIONES

- (1) Los comerciantes deben continuar con su formación académica para mantenerse competitivos en la comercialización
- (2) Los comerciantes por iniciativa propia y por parte de SUNAT; deben realizar talleres de capacitación con respecto a la tributación asimismo las figuras de la subdeclaración, elusión y evasión para asegurar un comportamiento formal en la emisión de los comprobantes de pago y en las compras del producto.
- (3) Es necesario realizar talleres de capacitación para la formalidad en el negocio tanto en las compras y en las ventas de la comercialización de productos maderables para continuar con el aseguramiento de las ventas.

(5) AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por estar a mi lado en cada paso que doy.

A mis padres por todo el apoyo y fuerza que me brindaron y por el apoyo constante en el desarrollo de la presente investigación.

(6) REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnoletto, E. (2007) Administración de la producción como ventaja competitiva, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.edumed.net/
- Amador. (1998). Metodología de la investigación Redes telemáticas y educación.
- Alarcón J. y Ordinola M. (2002) Mercadeo de Productos Agropecuarios: Teoría y aplicaciones al Caso Peruano. (1ra. Ed.) Perú:UNALM.
- Aguirre, & Silva. (2013). Evasión Tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del Distrito de Trujillo-Año 2013. Piura.
- Allegretti, M. (1989). Reservas Extrativistas. Una propuesta de Desevovimento para a Floresta Amazonica . Sao Paulo em Perspectiva. 3 (4) p. 23-29.
- Arancibia, M. (2008) -Código Tributario Comentado y Concordado Jurisprudencia Sectorial. Lima Pacifico Editores.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación - Introducción a la metodología de la investigación. Republica : Episteme, C.A. doi:980-07-8529-9
- Beltrán, L. (2013). Problemática de la existencia de distintos regimenes de contratación de personal en el Estado". Pontificia Universidad Católica del Perú , Escuela de posgrado. Lima: PUCP. Obtenido de tesis.pucp.edu.pe
- Boitano L. (2011) Análisis de la cadena de distribución en la comercialización de productos frescos en Chile: frutas y hortalizas. Santiago de Chile, CL: B - Universidad de Santiago de Chile, 2011. Pro Quest ebrary. Web. 4 March 2017. Copyright © 2011. B - Universidad de Santiago de Chile. All rights reserved.
- Brenes (2002) Gestión de comercialización
- Broncano Y. (2015) -Diagnóstico de la recaudación de tributos en la Municipalidad Provincial de Sullana, 2015. Tesis Título Profesional de Contador Público de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo de Piura.

- Caballero – Bustamante (2012). Modificaciones a la normativa contable vigente a partir del ejercicio 2012. Lima Peru: Editorial Tinko S.A.
- Pacha I. (2017). Causas de la evasión tributaria en los comerciantes del mercado internacional San Jode, rubro Venta de telas de la ciudad de Juliaca, 2017.
- Cardona, H., Agudelo y M., López (2007). Los métodos para medir la evasión de impuestos: una Revisión. Revista Semestre Económico. pp. 67-85.
- Camargo, F (1995) Evasión fiscal: un problema a resolver. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos91/evasion-fiscal-problema-resolver/evasion-fiscal-problema-resolver.shtml>
- Chiodo L. (1996) Estrategias de mercadeo para PPM en un programa de desarrollo agrícola
- Coscia A. (1978). Comercialización de Productos Agropecuarios. Argentina.
- Cossío N. (2010). *Propuesta de Comercialización de madera en aserrío para una concesión forestal comunitaria en el Petén*. Tesis de título Profesional de la Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala. Disponible: biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1553_IN.pdf
- Cosulich, J. (1993). La evasión tributaria: Proyecto Regional de Política Fiscal CEPAL-ONUD; Naciones Unidad CEPAL Santiago de Chile.
- Chiavenato, I. (2004). Introducción a la Teoría general de la administración (7ma edición ed.). México: Mc Graw Hill. doi:ISBN: 85-352-1348-1
- Fearnside, P. (1989). Extractive Reserves in brazilian Amazonia. An Opportunity to maintain tropical Rain Forest under sustainable Use. BioScience, 39 (6) PP. 387-393.
- García C. (s.f). Derecho Tributario, consideraciones económicas y jurídicas tomo I, Argentina, Deplama.
- Gonzales, A. (2009). Los impuestos locales en el Perú. Aspectos institucionales.
- Guevara (2011) -Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de producción y comercialización de pisos elaborados en madera en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. Tesis de Título Profesional de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C.P.A. Universidad Técnica del Norte. Ecuador.

- Hernández, Fernández & Batista, F. y. (1998). Metodología de la Investigación (5ta. Edición. ed.). Mc Graw Hill.
- Hernández, R. (2010). La investigación científica y el proceso elaboración de la tesis en derecho.
- Supo, J. (2011). Seminarios de investigación Científica. Obtenido de www.SeminariosDeinvestigacion.com
- Jorrat, M. (1996) Evaluación del Sistema Tributario y de la Administraciones Tributarias CIAT) . San Martino al Cimino Viterbo, Italia p.11
- Kerlinger (1979). La investigación no experimental. Foundation of behavioral research, Holt Rinehart and Winston
- Kerlinger, F. (1983). Investigación del Comportamiento. Técnicas y Metodología, 2ª. ed., Ed. Interamericana, México.
- Hernández, R. (2010).. *La investigación científica y el proceso elaboración de la tesis en derecho.*
- Lambin J (1997) Marketing Estratégico, Ed. 3 Mc Graw Hill. P. 837
- Ley Penal Tributaria N° 27038 sobre la defraudación tributaria LPT. En el diario oficial el Peruano Art 7- Perú.
- Lahura (2016). Sistema financiero, informalidad y evasión tributaria en el Perú. Banco Central de Reserva del Perú. DT N° 2016-011
- Lambin J. 1997 Marketing estratégico, 3era edición McGraw Hill
- Loayza. (11 de 08 de 2010). Sunat pone el ojo en 21 595 constructoras. Gestión.
- Lobato, F. (2009). Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa, Editorial Macmillan Iberia, S.A.
- Martens, J. (2007) –The Precarious State Of Public Finance
- Marino (s.f.). Análisis de los factores causantes de la informalidad y evasión tributaria de las Mype comercializadoras de ropa en Piura. Tesis de Título Profesional de la Universidad Nacional de Piura
- Mejía (2010). Impacto tributario que genera la aplicación de procedimientos de verificación en las Pymes del Municipio Valera del Estado. Trujillo. Tesis de Grado de Maestría en la especialidad Ciencias Contables, mención tributos en la Universidad de los Andes, Mérida – Venezuela.

- Mejía, E, Cano W., De Jong W, Pacheco P, Tapia S y Morocho J., (2015). Actores, aprovechamiento de madera y mercados en la Amazonía peruana. Documentos Ocasionales 15. Bogor, Indonesia: CIFOR. ISBN 978-602-387-020-2, doi: 10.17528/cifor/005863
- Mendoza G. (1987). Compendio de mercadeo de productos agropecuarios 2da edición. San José, Costa Rica, ICA. P. 338.
- Martínez (2013) Comercialización a mercados e internacionales y rentabilidad de empresas procesadoras de camarón de cultivo. Tesis Título Profesional en Contaduría Pública de la Universidad Rafael Urdaneta de Maracaibo
- Meléndez R. (1984) Mercadeo de Productos Agropecuarios. México
- Ministerio de Economía y Finanzas (2003). Análisis de las exoneraciones e incentivos tributarios y propuesta de estrategia para su eliminación obtenido de Congreso de la República del Perú Lima. [http://www.Congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D6A37B725698329E05257A22007ABA8A/\\$FILE/Anali_incent_exoner:tribut_2.pdf](http://www.Congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D6A37B725698329E05257A22007ABA8A/$FILE/Anali_incent_exoner:tribut_2.pdf)
- Mota J., Zárate J. y Alcocer C. (2007). Guía para la comercialización de productos maderables de empresas forestales comunitarias. WWF-Mexico. pp.102.
- Nazareth (2015), investigó la tesis denominada Caracterización de la evasión tributaria en el Perú, caso sector ferretero del Mercado Ferrocarril, Chimbote, 2014. Tesis de Grado de maestro en contabilidad en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Panduro y Colomé (2014). Análisis comparativo de las exportaciones de madera de las regiones Loreto y Ucayali, periodo 2009 -2013;
- Pereda E. (2010). Manual de infracciones Tributarias y sanciones tributarias: Doctrina Aplicada infracciones. Publicación Perú Entrelíneas
- Philip K. y Armstrong G. (s.f) (sexta edición) Editorial Prentice Hall.
- Prats., J. I Macías—Aymar (2008). -El Pacto Fiscal en los Andes|| Revista Fiscalidad N° 2. Pp.11-58
- Pérez B. (2010). La elusión en el ámbito tributario interno 2010.

- Pérez B., y Calzadilla (2009) La elusión en el ámbito tributario interno, la defraudación tributaria Venezuela. Disponible: <http://www.perezcalzadilla.com/>.
- Portes y Haller (2004). La economía informal. CEPAL. Serie Políticas Sociales.
- Ramos, (2014) La elusión tributaria y la economía de opción. A propósito de la suspensión de la facultad de SUNAT para aplicar la Norma XVI del Título Preliminar del Código Tributario En Informativo Caballero Bustamante. Lima Ediciones Caballero Bustamante N°788,p. A2.
- Ramírez (2015). Relación del cumplimiento de las obligaciones tributarias con el acceso al crédito de las empresas comerciales del distrito de Paita, durante el año 2015. Tesis Título Profesional de Contador Público de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo de Piura.
- Ramírez y Valenzuela (2015) investigaron la tesis denominada -La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en la provincia de Huara, 2015. Tesis Título Profesional de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huaró – Huacho. Perú.
- Ramírez Valenzuela (2015). Relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias con el acceso al crédito de las empresas comerciales del distrito de Paita, durante el año 2015. Tesis de Título Profesional
- Real Academia de la lengua española. (2001). Diccionario de la lengua española (22va edición ed.). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/>
- Rueda, S. (2011). La inconstitucionalidad del Contrato Administrativo de Servicios - CAS. Tesis doctoral, Universidad San Martín de Porres, Programa de posgrado, Lima - Perú. Obtenido de www.derecho.usmp.edu.pe
- Ruiz; M.; Sayer J. y Cohen S. (1993). El Extractivismo en América Latina. El Programa de Conservación de Bosques de la Unión Mundial para la naturaleza [UICN]). ISBN:2-8317-0182-1
- Sánchez, A., Saravia, C., y Balestri, L. (2001) A. Los impuestos en la actividad profesional agropecuaria y en la comercialización de carnes, lácteos y granos en la provincia de La Pampa. Ciencia veterinaria, Vol. 3, 2001.

- La Pampa, AR: Red Universidad Nacional de La Pampa, 2001. ProQuest ebrary. Web. 4 March 2017. Copyright © 2001. Red Universidad Nacional de La Pampa. All rights reserved.
- Schwartzman, (1992). Social Movements and Natural Resource Conservation in the Brazilian Amazon. En: Friends of the Earth (Ed.) The Rainforest Harvest. Sustainable Strategies for Saving the Tropical Forest? Friends of the Earth. Londorn.
- Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Bogotá - Colombia: Panamericana.
- Seminario (2015). Relación entre la política tributaria de SUNAT y la cultura tributaria en la empresa Kalúa Pub R EIRL.
- SUNAT (2008) Tratamiento tributarios Especiales: CETICOS. OBATENIDO DE ORIENTACIÓN SUNAT. Lima. <http://orientación.Sunat.gob.pe>
- SUNAT, (2010) -Ciudadanía y Cultura Tributaria|| Agosto Lima: Instituto de Administración Tributaria y Aduanera.
- SUNAT, (2012) Tributemos -Conciencia ante la Evasión|. Lima Instituto de Administración Tributaria y Aduanera.
- SUNAT, (2012) -El Sistema Tributario en el Perú|| Marzo Lima: Instituto de Administración Tributación y Aduanera.
- SUNAT (2015) Estimación de incumplimiento del IGV 2014. Informe N° 50-2015-SUNAT/5ª0000. Disponible en <https://www.mef.gob.pe>
- Supo (2011). Importancia de Cultura Tributaria, Recuperado de <http://tributacionamerico181011.blogspot.com>
- Tacchi, C. (2006). *Estrategias para la formación de la Cultura Tributaria*. Tesis de Maestría, Centro Interamericano de Administraciones Tributarias – CIAT , Guatemala.
- Tapia Medina, Gladis Patricia (2005) La evasión tributaria en el Perú. Editorial Santa Rosa
- Tamayo y Tamayo (2004). El proceso de la investigación científica. México: Editorial Limusa.
- Ugalde, R. y García, J., (2007). Elusión, planificación y Evasión tributaria, lexisnexis, segunda Edición. Chile

Valdivia (2013) Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas (MF1790_3). Madrid, ESPAÑA: IC Editorial,

Villegas, H., Arguello, G. y Spila R. (2005). La evasión fiscal en la Argentina, Derecho Fiscal, Bs. Arg., T.XXIII.

Villegas, H (2006) -Evasión Tributaria|| Editorial Santa Rosa.

ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

Título: EVASIÓN TRIBUTARIA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS MADERABLES; PIURA: 2016”.

PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES	OBJETIVO
¿Cómo incide la evasión tributaria en la comercialización de productos maderables de los comerciantes de la ciudad de Piura, año 2016?	Existe incidencia significativa entre la evasión tributaria y la comercialización de productos maderables de la ciudad de Piura, año 2016	Evasión tributaria Comercialización de productos maderables	Determinar la incidencia entre la evasión tributaria y la comercialización de productos maderables de los comerciantes de la ciudad de Piura, año 2016.
			Objetivos Específicos
			Describir las características de las empresas de productos maderables de la ciudad de Piura, año 2016.
			Identificar las características de la evasión tributaria en los comerciantes de productos maderables en la ciudad de Piura, año 2016.
			Describir la gestión de las compras y ventas de los comerciantes de productos maderables en la ciudad de Piura, año 2016.

ANEXO N° 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA
Título: EVASIÓN TRIBUTARIA y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS MADERABLES; PIURA: 2016”.

TIPO DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTO	CRITERIOS DE VALIDEZ	CRITERIOS DE CONFIABILIDAD
Básica.	No experimental. Tipo Transversal. Nivel Descriptivo	La población en estudio está conformada por los 10 comerciantes.	Constituido por los 10 comerciantes de productos forestales (madera) en Piura.	La técnica de investigación es la Encuesta . El instrumento de investigación es el Cuestionario para ambas variables.	Juicio de Expertos	Coefficiente de Alfa de Cronbach

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO
ESCUELA DE CONTABILIDAD**

Sr.

Estimado Comerciante

El presente cuestionario ha sido elaborado con la finalidad de recopilar información para la tesis: Título: **-LA EVASIÓN TRIBUTARIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS MADERABLES; PIURA: 2016”.**

Solicito tu colaboración para que respondas algunas preguntas, teniendo la confianza en que la información obtenida será utilizada para beneficio del sector en estudio. Tus respuestas serán confidenciales y anónimas. Te pido que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. Por favor, siga Ud. las siguientes instrucciones:

I. Aspectos Generales

II.

N°	ÍTEMS	RESPUESTAS
1.	¿Hace Cuánto tiempo se dedica a la comercialización de madera?	a) Menos de 2 años b) De 2 años a 5 años c) Más de 5 años
2.	¿Su empresa esta formalizada? (Tiene RUC	Si b) No
3.	¿Qué tipo de empresa es?	a) Natural b) Jurídica
4.	Régimen Tributario de los comercios de productos maderables	a) Rus b) Régimen Especial c) Régimen General
5.	Grado de instrucción de los responsables del comercio de los productos maderables	a) Primaria b) Secundaria c) Superior
6.	¿Conoce usted los requisitos y condiciones del Régimen Tributario al que pertenece?	a) Si b) No
7.	¿Las compras que realiza se sustentan con los comprobantes de pago?	a) Sí. b).No
8.	¿Qué motivó a usted acogerse al Régimen tributario en el que se encuentra?	a) Es más simple. b) Me lo sugirieron. c) Paga Menos.
9	El motivo de no pagar puntualmente es por la desconfianza en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado.	a) Si b) No
10.	Emisión y entrega los comprobantes de pagos del proceso compra venta del comercio de productos maderables.	a) Sí b) A veces b) No
11	Conoce Ud. la figura de elusión fiscal y sus características	Sí No
12	Considera que la elusión tributaria que se aplica en las empresas genera baja recaudación tributaria en Piura	Sí No

13	Considera que la evasión constituye la abstención dolosa del impuesto dejado pagar	Sí No
----	--	----------

III. Preguntas de las variables

N°	ÍTEMS	RESPUESTAS
Subdeclaración		
14	Considera, el incumplimiento de la obligación tributaria se configura como evasión	Sí No Nunca
15	SUNAT, detecta a las personas y negocios que evaden impuestos	O identifica Identifica inmediatamente Identifica con retraso
16	Percepción de la comercialización de los productos maderables	Formal Informal
Elusión		
17	Considera a los proveedores con quienes comercializa están debidamente formalizados	Sí No
18	Percepción de la rotación de la comercialización de productos maderables	Baja Media Alta
Evasión		
19	Percepción de la rotación de la comercialización de productos maderables	Contado Crédito
20	Las ventas garantizan la permanencia de la empresa	Excelente Buenas Subsidiaria
21	¿La Sunat detecta muy fácilmente a las personas y negocios que evaden impuestos?	Sí A veces No
22	Considera percibe la comercialización de la madera	a) Formal b) Formal e informal c) Informal
23	Considera a los proveedores con quienes comercializa están debidamente formalizados	Todos Algunos Ninguno
24	Existe grado de aceptación por el público sobre la adquisición de la madera	Sí Algo Nada
25	Como percibe Ud. la rotación de la comercialización de la madera	Alta Media Baja
26	Las ventas la realizan al contado o al crédito	Contado Contado y crédito Crédito
27	Las ventas garantizan la permanencia de la empresa	Excelentes Buenas Subsistencia

Se le agradece su colaboración

N°	ÍTEMS	RESPUESTAS
ITEMS NO SE CONSIDERAN EN LA ENCUESTA (DESCALIFICADOS POR LOS EXPERTOS)		
21	¿La Sunat detecta muy fácilmente a las personas y negocios que evaden impuestos?	Sí A veces No
22	Considera percibe la comercialización de la madera	a) Formal b) Formal e informal c) Informal
23	Considera a los proveedores con quienes comercializa están debidamente formalizados	Todos Algunos Ninguno
24	Existe grado de aceptación por el público sobre la adquisición de la madera	Sí Algo Nada
25	Como percibe Ud. la rotación de la comercialización de la madera	Alta Media Baja
26	Las ventas la realizan al contado o al crédito	Contado Contado y crédito Crédito
27	Las ventas garantizan la permanencia de la empresa	Excelentes Buenas Subsistencia

Validación del especialista

Yo MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA especialista
en INVESTIGACIÓN CONTABLE, ostento el
grado de MAGISTER y ejerzo la carrera
profesional en ULADECH CATÓLICA (Institución educativa)
Valido el instrumento denominado CUESTIONARIO, el mismo
que consta de 27 PREGUNTAS (Breve descripción del instrumento).

Fecha, Piura, 15 de mayo 2017



Mag. CPC. Maria Fany Martínez Ordínoia
Docente Tutor Investigador
Escuela Prof. Contabilidad

Firma y pos firma

Validación del especialista

Yo Victor Manuel LANDA YACHAY especialista
en Contabilidad y Finanzas, ostento el
grado de DOCTOR y ejerzo la carrera
profesional en U/ADECH - Católica (Institución educativa)
Valido el instrumento denominado Cuestionario, el mismo
que consta de 27 ITEMS (Breve descripción del instrumento).

Fecha, Piura, 15 de mayo 2017



Firma y pos firma

DNI: 03470746

ANEXO CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO

Piura, 6 junio del 2017

Dra. Isidora C. Zapata Periche
Jurado - Presidente

De mi consideración

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para darle a conocer sobre la confiabilidad estadística del instrumento que se va a utilizar para el proyecto de investigación titulado **-Evasión tributaria y Comercialización de productos maderables; Piura: 2016**", que presenta el alumno Lino Quinde Jiménez, de la Escuela de Contabilidad de la Universidad San Pedro de la Filial Piura.

Con respecto a la confiabilidad estadística de los ítems se tiene:

Instrumento	Alfa de Crombach	Nº ítems
Cuestionario	0.834	20

El instrumento es altamente confiable

Es todo lo que debo informarle, esperando que los estudiantes con el recojo y el procesamiento de la información obtenida de dicho instrumento.

Agradeciendo su confianza y atención al presente reiterando mis sentimientos de consideración y estima personal.