

UNIVERSIDAD ESAN



Propuesta de régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles: modelo “Gran Mercado Mayorista de Lima”

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magíster en Finanzas y Derecho Corporativo

por:

Viciano Castañeda Cruz

..... (firma)

Paola De la Cruz Rojas

..... (firma)

Luis Rubén Molina Lopez

..... (firma)

Marco Alfredo Glorioso Monti Díaz

..... (firma)

Luis Alfredo Noé Neira Banda

..... (firma)

Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo

Lima, 24 julio de 2023

Propuesta de régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles modelo “Gran Mercado Mayorista de Lima”

INFORME DE ORIGINALIDAD

2 % <small>EN</small>	2 %	1 %	1 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

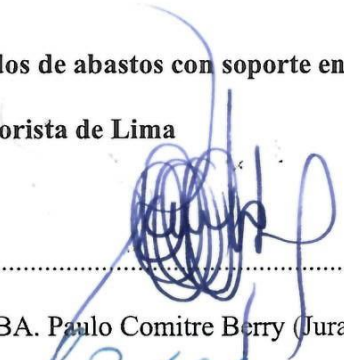
FUENTES PRIMARIAS


1	docplayer.net Fuente de Internet	< 1 %
2	Submitted to Middlesex University Trabajo del estudiante	< 1 %
3	ouci.dntb.gov.ua Fuente de Internet	< 1 %
4	doczz.net Fuente de Internet	< 1 %
5	Submitted to Birkbeck College Trabajo del estudiante	< 1 %
6	www.iin.sld.pe Fuente de Internet	< 1 %
7	etd.uum.edu.my Fuente de Internet	< 1 %
8	repositorio.esumer.edu.co Fuente de Internet	< 1 %

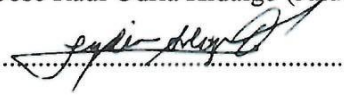
Esta tesis

Propuesta de Régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles: Modelo Gran Mercado Mayorista de Lima

ha sido aprobada.


.....
MBA. Paulo Comitre Berry (Jurado)


.....
Mg. José Raúl Odría Hidalgo (Jurado)


.....
Ph.D. Lydia Arbaiza Fermi (Asesor)


.....
Ph.D. Jorge Bravo Cucci (Asesor)

Universidad ESAN

2023

DEDICATORIA

A nuestros padres, por su amor incondicional y apoyo constante.

A nuestros asesores académicos, por su experta orientación y valiosa dirección.

A nuestros colegas y amigos, les expresamos nuestro agradecimiento por su apoyo y aliento durante todo el proceso.

A los funcionarios del Mercado Mayorista de Lima por su colaboración y disposición para brindarnos información pertinente.

A todos aquellos que contribuyeron de alguna manera en este proyecto, su participación fue fundamental para el éxito de esta investigación.

Colectivamente, hemos superado con éxito los desafíos y alcanzado este importante logro. Este trabajo está dedicado a todos ustedes.

Los autores

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestra más sincera gratitud a todas las personas y organizaciones que han desempeñado un papel fundamental en el desarrollo de nuestra tesis. El apoyo, la orientación y la colaboración que nos han brindado han sido cruciales para facilitar la ejecución satisfactoria de este trabajo de investigación.

En primer lugar, hacemos extensivo nuestro sincero agradecimiento a nuestros mentores académicos por su inestimable dirección y supervisión a lo largo de todo el procedimiento. El autor reconoce la valiosa contribución de su experiencia y sus sagaces recomendaciones a la hora de organizar eficazmente la presente tesis. También expresamos nuestro sincero agradecimiento a los funcionarios y personal del Gran Mercado Mayorista de Lima por su cooperación y disposición para proporcionar la información esencial requerida para el estudio. Su competencia y conocimientos en el ámbito de los mercados de abastos han sido muy ventajosos, y su participación ha sido fundamental para comprender los distintos entresijos y obstáculos de este medio. Extendemos nuestro saludo a los especialistas y profesionales de la fiscalidad y los fenómenos sociales que han aportado su valioso tiempo y experiencia para ofrecer una perspectiva completa a este producto. Las aportaciones realizadas por cada uno de ellos durante las entrevistas y debates fueron cruciales para elaborar propuestas y recomendaciones bien fundamentadas dentro de este ámbito de especialización.

Por último, nos gustaría expresar nuestra más sincera gratitud a nuestra familia por su inquebrantable apoyo y comprensión. El apoyo inquebrantable y el refuerzo positivo proporcionados por nuestros benefactores sirvieron de catalizador para nuestra perseverancia durante las arduas fases de este estudio.

Marco Alfredo Glorioso Monti Díaz

PERFIL

Licenciado en Derecho con sólida educación y experiencia en Derecho Civil y Comercial. Me caracterizo por una constante y alta motivación, así como aptitud para trabajar bajo presión, desempeñándose de una manera eficiente y con gran responsabilidad teniendo como premisa en el trabajo y vida personal valores como ética y confidencialidad orientada al cumplimiento de los objetivos que se persiguen.

Proactivo y con capacidad de trabajar en equipo aportando creatividad, dinamismo y la experiencia y conocimientos adquiridos durante la carrera profesional.

Asimismo, soy autor de diversos artículos en material civil o comercial y participado en las obras colectivas tituladas “Comentarios a la Ley General de Sociedades” y “Coautor del libro titulado “Tratado de Derecho Mercantil. Títulos Valores”, ambas elaboradas por Jurista Editores y el Instituto de Derecho Mercantil.

EXPERIENCIA LABORAL

DS CASAHIERRO ABOGADOS

Firma de asesoría legal integral, parte de la firma internacional DS Avocats de Francia, que cubre las necesidades de todos los sectores económicos. Cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado local.

- Abogado Asociado del Área de Derecho Corporativo.

BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ

Es un banco múltiple con participaciones relevantes en todos los segmentos de la economía nacional. Éste se consolida como banco líder del sistema bancario peruano con una participación de mercado de mayor al treinta por ciento (30%) en créditos directos y depósitos, respectivamente.

- Sub- Gerente Legal Adjunto del Banco de Crédito del Perú (febrero del 2016 – agosto 2018).
- Abogado y Abogado Principal del Banco de Crédito del Perú (Julio del 2013 – febrero del 2016).
- Asistente Legal del Banco de Crédito del Perú (noviembre del 2012 – Julio del 2013).

FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA

- **Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2007 - 2012)**

Licenciado en Derecho.

Viciano Castañeda Cruz

PERFIL

Contador Público Colegiado con más de 13 años de experiencia en las áreas de finanzas, contabilidad, impuestos, laboral y costos. Graduado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y con estudios de Maestría en Finanzas y Derecho corporativo. Cuento con sólido conocimiento del sector agroindustrial, servicios. exportación, inmobiliaria, aerolíneas, comercio y consultoría.

EXPERIENCIA LABORAL

Contador Público Colegiado con más de 13 años de experiencia en las áreas de finanzas, contabilidad, impuestos, laboral y costos. Graduado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y con estudios de Maestría en Finanzas y Derecho corporativo. Cuento con sólido conocimiento del sector agroindustrial, servicios. exportación, inmobiliaria, aerolíneas, comercio y consultoría.

FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA

- **Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (2009 - 2013)**

Licenciado en Contabilidad.

Paola de la Cruz Rojas

PERFIL

Licenciado en Derecho con experiencia en Derecho Tributario. Mi trayectoria incluye labores en consultoría, proceso y procedimientos de diversa índole. Indicadores claros de liderazgo, proactividad y orientación a resultados en mi trayectoria.

EXPERIENCIA LABORAL

ESTUDIO LEMA ABOGADOS S.A.C.

Firma de asesoría legal integral preventiva bajo un enfoque de trabajo a la medida y una perspectiva de creación de valor, aunada a un equipo profesional multidisciplinario de alto nivel, con experiencia en diversos sectores empresariales. La firma ha sido acreditada por Chambers & Partners (UK) como líder en propiedad intelectual en el Perú durante 10 años consecutivos (2011-2021).

- Abogada Asociada Senior del Área de Derecho Tributario. (agosto de 2021 a la actualidad)
- Abogada Asociada del Área de Derecho Tributario (febrero del 2018 – agosto 2021).
- Asistente legal del Área de Derecho Tributario (febrero del 2016 – febrero del 2018).

FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA

- **Pontificia Universidad Católica del Perú (2008 - 2014)**

Licenciada en Derecho.

- **Pontificia Universidad Católica del Perú (2017 - 2017)**

Programa de Segunda Especialidad en Derecho Tributario

Luis Ruben Molina Lopez

PERFIL

Abogado con sólida experiencia en materia tributaria y corporativa. Cuento con experiencia en liderazgo de departamentos legales de empresas del sector eléctrico y firmas globales de servicios legales tributarios. Especialista en elaboración de contratos comerciales, análisis de riesgos y asesoría legal y tributaria a nivel corporativo con alcance regional (Perú, Chile y Colombia). Sólidos conocimientos en derecho empresarial, tributación, compliance y finanzas corporativas. Profesional bilingüe con estudios de Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo (ESAN).

EXPERIENCIA LABORAL

Molina Lopez & Asociados S.A.C. – Estudio Molina Lopez & Asociados

Firma boutique especializada en asesoría tributaria y corporativa, brinda servicios de asesoría legal y tributaria a clientes corporativos de diversos sectores económicos tales como minería, eléctrico, industrial, agroexportación y gastronómico.

- Socio Fundador (diciembre 2022 – a la fecha)

Responsable de la asesoría legal tributaria de cartera de clientes dentro de sus procedimientos tributarios de fiscalización, verificación, reclamación, apelación, entre otros. Encargado de proponer oportunidades de ahorros fiscales a los clientes de la firma según las características de cada cliente. Elaboración de informes legales tributarios y presentación ejecutiva a los clientes.

Lercari & Bueno Consultores S.A.C. – Estudio Bueno Lercari

Firma boutique líder en la asesoría corporativa, con más de 20 años de experiencia, El Estudio brinda asesoría legal integral a inversiones extranjeras regionales en Perú de los sectores minero, industrial, retail, y telecomunicaciones.

- Líder del Área Legal Corporativa (mayo 2022– diciembre 2022)

Responsable de la asesoría legal corporativa y tributaria de cartera de clientes multinacionales en materia contractual, societaria y tributaria. Encargado de la elaboración de informes legales y presentación ejecutiva a los clientes.

INDECO S.A. – Empresa del Grupo Nexans

Empresa líder regional en la fabricación de conductores eléctricos, con más de 65 años de experiencia (alrededor de 300 empleados locales), miembro del Grupo Nexans de Francia, líder mundial en la fabricación de soluciones para el sector eléctrico con un EBITDA 2020 de 347 MEUR y 25000 empleados a nivel mundial. El Grupo Nexans cotiza en la Bolsa de Paris – Euronext.

- Legal & Tax Advisor – Compliance Officer de Región Andina (Setiembre 2016 – diciembre 2021)

Líder del departamento legal de Nexans de Chile, Colombia y Perú. Responsable: de la capacitación y cumplimiento de las normas corporativas, obligaciones legales, tributarias y de compliance. Encargado de la elaboración y revisión de contratos y documentos legales con énfasis en el análisis de riesgos legales. Reporte directo en París al VP Risk Manager y al VP Tax Manager; y en Perú al CFO de Nexans Indeco: y a cargo localmente de un Asistente Legal.

KPMG Asesores S. Civil de R. L.

Empresa multinacional (Big four) líder mundial en brindar servicios de asesoría legal y tributaria a clientes corporativos y grupos multinacionales de diversos sectores económicos tales como minería, construcción, aeronáutico, entre otros. Reporte a los Socios Partners

- Abogado Senior de Tax & Legal (diciembre 2014 – Setiembre 2016)

Responsable de la asesoría legal tributaria de cartera de clientes multinacionales dentro de sus procedimientos tributarios de fiscalización, verificación, reclamación, apelación, entre otros.

Encargado de proponer oportunidades de ahorros fiscales a clientes de la firma según las características de cada cliente. Elaboración de informes legales tributarios y presentación ejecutiva a los clientes.

SUNAT – Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y de Aduanas

Autoridad Tributaria Administrativa Nacional encargada de fiscalizar, recaudar y sancionar el cumplimiento de obligaciones tributarias tales como Impuesto a la Renta, IGV, ITAN, entre otros.

- Gestor de servicios al contribuyente (mayo 2012 – diciembre 2014)

Responsable de la óptima orientación a personas jurídicas y naturales sobre sus obligaciones tributarias sustanciales y formales, los diversos regímenes tributarios, fiscalizaciones, cobranzas coactivas entre otros procedimientos tributarios. Brindar capacitaciones al equipo de servicios al contribuyente sobre la aplicación de nuevas normas tributarias a efectos de estandarizar la información a brindar a los contribuyentes. Solución de casos complejos con los departamentos de fiscalización, cobranza coactiva o reclamaciones. Reporte al jefe del Centro de Servicio.

TRIBUNAL FISCAL – Ministerio de Economía y Finanzas

Tribunal Administrativo Tributario que depende del Ministerio de Economía y Finanzas encargado de resolver en segunda y última instancia administrativa los procedimientos contenciosos tributarios y las quejas a nivel nacional.

- Asesor Legal Tributario Junior (agosto 2011 – febrero 2012)

Responsable de la preparación de proyectos de resoluciones de la Sala N° 8 del Tribunal Fiscal. Sustentación de los argumentos del contribuyente y la administración tributaria ante los vocales de la sala. Resolver quejas y apelaciones sobre multas, cierres de establecimientos, comisos, internamiento temporal de vehículos, órdenes de pago, entre otros. Reporte directo a los vocales.

FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA

- **Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2004 - 2009)**

Licenciado en Derecho.

- **UNIVERSIDAD ESAN (2015)**

Diploma Internacional en Tributación Empresarial.

- **UNIVERSIDAD AUSTRAL – Buenos Aires (2014)**

Especialización en Tributación Internacional.

Luis Alfredo Noe Neira Banda

PERFIL

Licenciado en Derecho y Profesional en Administración y Finanzas con amplia experiencia en sector legal, regulatorio, financiero y de las recuperaciones crediticias. Trayectoria de carrera en estudios de abogados y empresas del sistema financiero y de seguros líderes del mercado. He participado en la negociación y reestructuración de financiamientos de importantes empresas del sector minería, agroindustrial y transporte, desarrollo de estrategias de cobranza de créditos con problemas y liderazgo de proyectos de mejora continua.

EXPERIENCIA LABORAL

CORPORACIÓN FINANCIERA DE DESARROLLO S.A. - COFIDE

La Corporación Financiera de Desarrollo S.A. - COFIDE es una empresa del Estado con accionariado privado, en cuyo capital tiene participación accionaria el Estado Peruano, representado por el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado - FONAFE, que tiene como principal función fomentar la inclusión financiera, y el apoyo a la inversión empresarial, ya sea a través de los financiamientos estructurados como mediante los programas de apoyo empresarial.

- Supervisor del Departamento de Recuperaciones (2019 – Actual)

ESTUDIO RODRIGUEZ ANGOBALDO ABOGADOS

Firma de abogados líder en el mercado nacional de servicios jurídicos con más de 25 años, reconocido por la solidez y responsabilidad profesional, y por su expertis en prevención de litigios y solución de controversias; y su amplia sólidos conocimientos en las recuperaciones crediticias.

- Abogado Senior del Área de Prevención de Litigios y Solución de Controversias (2017 – 2019)

ESTUDIO MANUEL ARAMBURÚ YRIGROYEN & ASOCIADOS

Firma legal enfocada al ámbito corporativo que presta asesoría y patrocinio en diferentes áreas del derecho, con especialidad en el derecho corporativo, derecho procesal y arbitrajes.

- Abogado Senior del Área de Prevención de Litigios y Solución de Controversias (2014 – 2017)
- Asistente legal del Área de Prevención de Litigios y Solución de Controversias (2013 – 2014)

MAPFRE PERÚ COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS

Es una empresa líder multinacional el sector seguros y reaseguros, primer grupo asegurador de España y de mayor presencia en Latinoamérica. Cuenta con operaciones respaldadas por tres de las reaseguradoras más grandes del mundo.

- Asistente legal del Área de Siniestros y Riesgo de Trabajos (2012 – 2013)

FORMACIÓN PROFESIONAL UNIVERSITARIA

- **ESAN Graduate School of Business (2019 – 2022)**
Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo
- **Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL (2013 – 2015)**
Especialización en Administración y Finanzas
- **Universidad de San Martín de Porres (2007 – 2012)**

Abogado titulado

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xx
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiv
RESUMEN EJECUTIVO	xxvii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Descripción situacional: Gran Mercado Mayorista de Lima	4
1.2 Informalidad en la actividad económica	8
1.3 Antecedentes del problema	10
1.3.1 Antecedentes internacionales	10
1.3.2 Antecedentes nacionales	11
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 Justificación.....	14
1.4.1 Conveniencia.....	14
1.4.2 Relevancia social.....	15
1.4.3 Justificación Práctica.....	16

1.5 Alcances y Limitaciones	17
1.5.1 Alcances	17
1.5.2 Limitaciones	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1 Marco legal del Derecho tributario	20
2.1.1 Potestad tributaria.....	23
2.1.2 Principio de Reserva de Ley.....	24
2.1.3 Tributos: definición y clasificación.....	25
2.2 Sistema tributario peruano	32
2.2.1 Principales elementos.....	34
2.3. Régimen tributario.....	36
2.4 Incumplimiento de obligaciones tributarias	37
2.4.1 Fraude a la ley	39
2.4.2 Evasión Tributaria	40
2.4.5 Elusión tributaria	40
2.5 Digitalización de los medios de pago.....	41
2.6 Pagos móviles.....	42
2.6.1 Norteamérica y Europa.....	43
2.6.2 Latinoamérica.....	44
2.6.3 África.....	45

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	50
3.1 Diseño de investigación	50
3.2 Población y Muestra.....	53
3.3 Definición de variables.....	56
3.3.1 Categoría: Régimen tributario Especial	56
3.3.2 Categoría: Pagos Móviles.....	56
3.4 Secuencia de la investigación.....	56
3.5 Métodos y técnicas	58
3.6 Instrumentos	59
3.6.1 Cuestionario	59
3.6.2 Entrevista en profundidad	66
3.6.3 Focus Group	68
3.6.4 Ficha de observación.....	71
3.7 Procesamiento de datos	74
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	75
4.1. Resultados descriptivos del cuestionario.....	75
4.1.1 Resultados Generales	75
4.1.2 Variable Régimen tributario Especial	78
4.1.3 Variable: Pagos Móviles	112
4.2 Análisis de la entrevista a profundidad	143

4.3 Análisis de resultados de Focus Group	148
4.4 Análisis de los resultados de la Ficha de observación	152
CONCLUSIONES	154
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159
ANEXO	166
ANEXO	167
Desarrollo de la entrevista a profundidad	167
Variable Régimen tributario Especial	167
Desarrollo del Focus Group	176
Variable Régimen tributario Especial	176
PROPUESTA	180
DECRETO LEGISLATIVO QUE CREA EL RÉGIMEN ESPECIAL TRIBUTARIO APLICABLE A LOS MERCADOS DE ABASTOS - RETAMA.....	180
CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES	180
CAPÍTULO II TRIBUTACIÓN PARA EL RETAMA.....	183
CAPÍTULO III ACOGIMIENTO, CAMBIO DE RÉGIMEN, LIBROS Y REGISTROS CONTABLES.....	184
DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES	186
DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS	187
DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS	188
Matriz de consistencia.....	192

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Requisitos de ingreso comercial - Gran Mercado Mayorista de Lima</i>	6
Tabla 2 <i>Aporte de autores sobre el Marco Legal del Derecho Tributario</i>	22
Tabla 3 <i>Principios constitucionales del tributo</i>	31
Tabla 4 <i>Conceptos relacionados al incumplimiento de obligaciones tributarias</i>	38
Tabla 5 <i>Matriz de preguntas - Cuestionario</i>	61
Tabla 6 <i>Matriz de preguntas - Entrevista a expertos</i>	68
Tabla 7 <i>Guía de preguntas- Focus Group</i>	70
Tabla 8 <i>Baremación de rangos</i>	76
Tabla 9 <i>Resultados generales para la variable Régimen tributario especial</i>	77
Tabla 10 <i>Resultados Generales para la variable Pagos móviles</i>	77
Tabla 11 <i>Pregunta 1</i>	79
Tabla 12 <i>Pregunta 2</i>	80
Tabla 13 <i>Pregunta 3</i>	80
Tabla 14 <i>Pregunta 4</i>	82
Tabla 15 <i>Pregunta 5</i>	83
Tabla 16 <i>Pregunta 6</i>	84
Tabla 17 <i>Pregunta 7</i>	85
Tabla 18 <i>Pregunta 8</i>	86
Tabla 19 <i>Pregunta 9</i>	87
Tabla 20 <i>Pregunta 10</i>	88
Tabla 21 <i>Pregunta 11</i>	89
Tabla 22 <i>Pregunta 12</i>	90
Tabla 23 <i>Pregunta 13</i>	91

Tabla 24 <i>Pregunta 14</i>	92
Tabla 25 <i>Pregunta 15</i>	93
Tabla 26 <i>Pregunta 16</i>	94
Tabla 27 <i>Pregunta 17</i>	95
Tabla 28 <i>Pregunta 18</i>	96
Tabla 29 <i>Pregunta 19</i>	97
Tabla 30 <i>Pregunta 20</i>	98
Tabla 31 <i>Pregunta 21</i>	99
Tabla 32 <i>Pregunta 22</i>	100
Tabla 33 <i>Pregunta 23</i>	101
Tabla 34 <i>Pregunta 24</i>	102
Tabla 35 <i>Pregunta 25</i>	103
Tabla 36 <i>Pregunta 26</i>	104
Tabla 37 <i>Pregunta 27</i>	105
Tabla 38 <i>Pregunta 28</i>	106
Tabla 39 <i>Pregunta 29</i>	107
Tabla 40 <i>Pregunta 30</i>	108
Tabla 41 <i>Pregunta 31</i>	109
Tabla 42 <i>Pregunta 32</i>	110
Tabla 43 <i>Pregunta 33</i>	111
Tabla 44 <i>Pregunta 34</i>	111
Tabla 45 <i>Pregunta 35</i>	113
Tabla 46 <i>Pregunta 36</i>	113
Tabla 47 <i>Pregunta 37</i>	114

Tabla 48 <i>Pregunta 38</i>	115
Tabla 49 <i>Pregunta 39</i>	116
Tabla 50 <i>Pregunta 40</i>	117
Tabla 51 <i>Pregunta 41</i>	118
Tabla 52 <i>Pregunta 42</i>	120
Tabla 53 <i>Pregunta 43</i>	121
Tabla 54 <i>Pregunta 44</i>	122
Tabla 55 <i>Pregunta 45</i>	123
Tabla 56 <i>Pregunta 46</i>	124
Tabla 57 <i>Pregunta 47</i>	125
Tabla 58 <i>Pregunta 48</i>	126
Tabla 59 <i>Pregunta 49</i>	127
Tabla 60 <i>Pregunta 50</i>	128
Tabla 61 <i>Pregunta 51</i>	129
Tabla 62 <i>Pregunta 52</i>	130
Tabla 63 <i>Pregunta 53</i>	131
Tabla 64 <i>Pregunta 54</i>	131
Tabla 65 <i>Pregunta 55</i>	132
Tabla 66 <i>Pregunta 56</i>	133
Tabla 67 <i>Pregunta 57</i>	134
Tabla 68 <i>Pregunta 58</i>	135
Tabla 69 <i>Pregunta 59</i>	136
Tabla 70 <i>Pregunta 60</i>	137
Tabla 71 <i>Pregunta 61</i>	138

Tabla 72 <i>Pregunta 62</i>	139
Tabla 73 <i>Pregunta 63</i>	140
Tabla 74 <i>Pregunta 64</i>	141
Tabla 75 <i>Pregunta 65</i>	142
Tabla 76 <i>Análisis de datos recopilados - Entrevista a profundidad</i>	144
Tabla 77 <i>Análisis de los datos recopilados- Focus Group</i>	149
Tabla 78 <i>Resultados Generales de la observación directa</i>	152
Tabla 79 <i>Entrevista a Profundidad - Dimensión Cumplimiento Tributario</i>	167
Tabla 80 <i>Entrevista a profundidad - Dimensión Beneficios y costos</i>	171
Tabla 81 <i>Entrevista a profundidad - Dimensión Conocimiento Tributario</i>	174
Tabla 82 <i>Focus Group - Dimensión Cumplimiento tributario</i>	176
Tabla 83 <i>Focus Group - Dimensión Beneficios y costos</i>	177
Tabla 84 <i>Focus Group - Dimensión Conocimiento tributario</i>	178

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Perú: mercados de abastos registrados según departamento, 2016</i>	4
Figura 2 <i>Recaudación tercera categoría comercio mayorista de alimentos bebidas y tabaco.</i>	5
Figura 3 <i>Categoría de los tributarios</i>	27
Figura 4 <i>Esquema general del sistema tributario peruano</i>	33
Figura 5 <i>Secuencia de investigación</i>	57
Figura 6 <i>Pregunta 1</i>	79
Figura 7 <i>Pregunta 2</i>	80
Figura 8 <i>Pregunta 3</i>	81
Figura 9 <i>Pregunta 4</i>	82
Figura 10 <i>Pregunta 5</i>	83
Figura 11 <i>Pregunta 6</i>	84
Figura 12 <i>Pregunta 7</i>	85
Figura 13 <i>Pregunta 8</i>	86
Figura 14 <i>Pregunta 9</i>	87
Figura 15 <i>Pregunta 10</i>	88
Figura 16 <i>Pregunta 11</i>	89
Figura 17 <i>Pregunta 12</i>	90
Figura 18 <i>Pregunta 13</i>	91
Figura 19 <i>Pregunta 14</i>	92
Figura 20 <i>Pregunta 15</i>	93
Figura 21 <i>Pregunta 16</i>	94
Figura 22 <i>Pregunta 17</i>	95
Figura 23 <i>Pregunta 18</i>	96

Figura 24 <i>Pregunta 19</i>	97
Figura 25 <i>Pregunta 20</i>	98
Figura 26 <i>Pregunta 21</i>	99
Figura 27 <i>Pregunta 22</i>	100
Figura 28 <i>Pregunta 23</i>	101
Figura 29 <i>Pregunta 24</i>	102
Figura 30 <i>Pregunta 25</i>	103
Figura 31 <i>Pregunta 26</i>	104
Figura 32 <i>Pregunta 27</i>	105
Figura 33 <i>Pregunta 28</i>	106
Figura 34 <i>Pregunta 29</i>	107
Figura 35 <i>Pregunta 30</i>	108
Figura 36 <i>Pregunta 31</i>	109
Figura 37 <i>Pregunta 32</i>	110
Figura 38 <i>Pregunta 33</i>	111
Figura 39 <i>Pregunta 34</i>	112
Figura 40 <i>Pregunta 35</i>	113
Figura 41 <i>Pregunta 36</i>	114
Figura 42 <i>Pregunta 37</i>	115
Figura 43 <i>Pregunta 38</i>	116
Figura 44 <i>Pregunta 39</i>	117
Figura 45 <i>Pregunta 40</i>	118
Figura 46 <i>Pregunta 41</i>	119
Figura 47 <i>Pregunta 42</i>	120

Figura 48 <i>Pregunta 43</i>	121
Figura 49 <i>Pregunta 44</i>	122
Figura 50 <i>Pregunta 45</i>	123
Figura 51 <i>Pregunta 46</i>	124
Figura 52 <i>Pregunta 47</i>	125
Figura 53 <i>Pregunta 48</i>	126
Figura 54 <i>Pregunta 49</i>	127
Figura 55 <i>Pregunta 50</i>	128
Figura 56 <i>Pregunta 51</i>	129
Figura 57 <i>Pregunta 52</i>	130
Figura 58 <i>Pregunta 53</i>	131
Figura 59 <i>Pregunta 54</i>	132
Figura 60 <i>Pregunta 55</i>	133
Figura 61 <i>Pregunta 56</i>	134
Figura 62 <i>Pregunta 57</i>	135
Figura 63 <i>Pregunta 58</i>	136
Figura 64 <i>Pregunta 59</i>	137
Figura 65 <i>Pregunta 60</i>	138
Figura 66 <i>Pregunta 61</i>	139
Figura 67 <i>Pregunta 62</i>	140
Figura 68 <i>Pregunta 63</i>	141
Figura 69 <i>Pregunta 64</i>	142
Figura 70 <i>Pregunta 65</i>	143

RESUMEN EJECUTIVO

La informalidad en el pago de impuestos es una problemática en muchos países en vías de desarrollo, incluyendo Perú. A pesar de los esfuerzos realizados por el gobierno para formalizar la economía y mejorar la recaudación fiscal, mediante la observación cotidiana, se puede corroborar que en los mercados de abastos los comerciantes no llevan un adecuado registro de sus ventas, lo cual dificulta que la administración tributaria pueda corroborar la real renta imponible que generan estos agentes económicos y pueda así cobrar un impuesto a la renta acorde con los ingresos que generan dichos individuos.

Al respecto, se debe tener en cuenta que, según un censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática en el año 2016, en el Perú existen alrededor de 2,612 mercados de abasto. Esto constituye un nicho importante para que nuestro Estado pueda obtener los recursos ordinarios que le permita financiar su labor en aras del bien común y así prevenir un déficit fiscal que pueda conllevar a un endeudamiento del Perú a través de la emisión de valores en los mercados y/o situaciones de conflicto social por la desatención de los servicios públicos básicos.

En este contexto, nuestro grupo consideró imperativo el aportar, desde nuestro campo de estudio, una herramienta que permita al Estado incentivar una adecuada tributación en los mercados de abastos. Para este fin, luego de analizar la diversa literatura que existe sobre la informalidad y sus causas, decidimos estructurar una propuesta legislativa que, por un lado, reduzca los costos de transacción de los comerciantes asociados tanto al registro de ingresos como al pago de impuesto y, por el otro, ofrezca un ahorro fiscal a dichos ciudadanos por medio de una tasa impositiva menor a las existentes en los diversos regímenes tributarios que les resulta aplicables. Es así como, para conseguir que nuestra propuesta goce de estas características, nuestro equipo de trabajo determinó que los pagos móviles podrían ser el soporte idóneo para

dejar un historial adecuado de las transacciones de los comerciantes de abastos de una manera sencilla y a un bajo costo; todo esto aprovechando el “boom” que han tenido las billeteras electrónicas en nuestro país como consecuencia de la pandemia del Covid-19.

De este modo, luego de tener en mente la posible propuesta legislativa resultaba necesario recabar data sobre el cumplimiento y conocimiento de sus obligaciones fiscales por parte de los comerciantes de abastos, así como verificar que tan familiarizados están estos con los pagos móviles. Dado que resultaba complicado validar esto en todos los mercados de abastos de Perú, decidimos identificar a un mercado que goce de una buena organización territorial e infraestructura, el mismo que eventualmente debería servir de piloto para la implementación de la medida legislativa que se propone en este trabajo. Luego de examinar distintas opciones, el grupo optó por realizar su investigación en el Gran Mercado Mayorista de Lima.

Habiéndose definido la problemática a investigar y la población objeto de estudio, nos planteamos como objetivo general el *proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles tomando como Modelo el Gran Mercado Mayorista de Lima*. Asimismo, derivado de esto, establecimos los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Evaluar el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima.
- ✓ Comprender la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre el marco legal tributario actual y su relación con su realidad económica
- ✓ Analizar la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre los regímenes tributarios existentes y su efectividad en incentivar la correcta declaración y pago del impuesto a la renta.
- ✓ Explorar la factibilidad de implementar pagos móviles en las transacciones realizadas por los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Para validar los objetivos antes mencionados, resultó conveniente aplicar una metodología de investigación con enfoque mixto; esto debido a la capacidad de amalgamar datos cuantitativos y cualitativos, proporcionando de esta manera una comprensión más completa y matizada de la problemática. De este modo, procedimos a: (i) entrevistar a comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima, (ii) aplicar el método de observación para conocer cómo se ejecutan las transacciones comerciales en el Gran Mercado Mayorista de Lima, (iii) solicitar la opinión de distintos profesionales respecto a la problemática estudiada; y (iv) realizar un focus group con comerciantes y compradores.

Luego de procesar la data obtenida mediante la metodología e instrumentos antes mencionados, como parte de nuestras conclusiones, se verificó lo siguiente:

(i) No existe un adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima.

(ii) Es importante capacitar constantemente a los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

(iii) Se observa un creciente interés por la implementación de pagos móviles y se resalta la importancia de la educación y capacitación continua en temas tributarios y tecnologías de pago.

Estas conclusiones brindan información relevante para proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos, tomando como modelo el Gran Mercado Mayorista de Lima, y se destacan las áreas en las que se pueden implementar acciones para mejorar el cumplimiento tributario y optimizar la gestión financiera de los negocios en este contexto.

Por todo lo anterior, nuestro grupo tiene el agrado de poner a consideración de toda la comunidad académica nacional la iniciativa legal denominada “Decreto Legislativo que crea el

Régimen Especial Tributario Aplicable a los Mercados de Abastos – RETAMA”, cuyo texto se anexa a la presente tesis.

Resumen elaborado por los autores

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La informalidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias es una realidad problemática en muchos países en desarrollo, incluyendo a Perú. Pese a los esfuerzos gubernamentales dirigidos a formalizar la economía y potenciar la recaudación fiscal, aún persiste un elevado número de comerciantes que eluden sus responsabilidades fiscales. Este fenómeno repercute de manera perjudicial en la economía del país, al mermar los ingresos del gobierno y restringir su capacidad para financiar programas sociales y de infraestructura.

Alva y Ramos (2020) sostienen que la informalidad constituye uno de los principales obstáculos para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en Perú. A pesar de los avances significativos alcanzados por el país en la reducción de la pobreza y la mejora del acceso a servicios básicos, aún persiste un gran número de personas que se desenvuelven en la economía informal y no contribuyen al sistema tributario. Este hecho influye negativamente en la capacidad del gobierno para mejorar la calidad de vida de la población y reducir la brecha de desigualdad.

Por su parte, Torres (2018) identifica la informalidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias como un problema particularmente grave en el sector de los mercados de abastos. Estos mercados, que representan importantes centros de comercio minorista de alimentos y otros productos básicos, a menudo adolecen de regulación y supervisión adecuadas. Como consecuencia, numerosos comerciantes operan en la informalidad y evaden impuestos, lo que contribuye a la informalidad generalizada en la economía.

La problemática se agrava debido a la limitada accesibilidad de los comerciantes de los mercados de abastos a servicios financieros formales. Según un estudio realizado por Tuesta y Vargas (2020), muchos de estos comerciantes encuentran dificultades para abrir cuentas

bancarias y acceder a otros servicios financieros, lo que limita su capacidad para realizar transacciones de manera formal y cumplir con sus responsabilidades fiscales. Esta carencia de acceso a servicios financieros también los hace más susceptibles a prácticas informales, como el uso de efectivo en lugar de transacciones electrónicas, lo que representa un obstáculo adicional para la formalización de la economía.

Dentro de estos mercados, el Gran Mercado Mayorista de Lima es uno de los más relevantes del país, ya que abastece a gran parte de la ciudad capital y de otras regiones cercanas. Aunque muchos de los comerciantes están formalizados y cumplen con sus obligaciones fiscales, se ha identificado un problema recurrente: la no declaración de todas sus transacciones. Esta situación repercute negativamente no solo en la recaudación de impuestos, sino también en la competitividad de los comerciantes formales que cumplen con sus responsabilidades fiscales.

Ante este escenario, se hace imprescindible desarrollar soluciones innovadoras que faciliten a los comerciantes de los mercados de abastos el cumplimiento efectivo de sus obligaciones tributarias. Una posible alternativa podría ser el uso de pagos móviles, que podrían simplificar y agilizar el proceso de pago de impuestos para los comerciantes. Sin embargo, se requiere diseñar un régimen tributario especial que tenga en cuenta las necesidades y realidades particulares de estos comerciantes, y que incentive la formalización y el pago de impuestos sin imponerles una carga financiera desmedida.

La falta de formalidad y el incumplimiento de las obligaciones fiscales en los mercados de abastos suponen un reto significativo para el sistema tributario nacional. En los últimos años se ha realizado un esfuerzo considerable para formalizar la economía, mediante la implementación de medidas como la emisión de comprobantes de pago electrónicos y la simplificación de trámites tributarios. No obstante, aún existen sectores que enfrentan desafíos significativos en este ámbito.

En Perú, los mercados de abastos constituyen espacios donde se realiza la venta de una amplia gama de productos, tanto alimenticios como no alimenticios. Es relevante destacar que la participación de estos mercados locales en la cadena de suministro de alimentos es crucial para la economía. Sin embargo, es común hallar un alto grado de informalidad en lo que respecta a registros contables, cumplimiento tributario y emisión de comprobantes de pago en muchos de estos mercados.

La ausencia de formalización en estos mercados puede deberse a varios factores. Entre ellos, es importante destacar que existe una presencia considerable de vendedores ambulantes y pequeños comerciantes que no se encuentran registrados de manera adecuada como empresas formales. Esta situación supone un obstáculo para la realización de una supervisión eficaz de las actividades económicas y para la recaudación adecuada de impuestos.

En los mercados de abastos, se ha constatado una falta de conciencia tributaria por parte de algunos comerciantes. Es posible que estos individuos no tengan pleno conocimiento de sus responsabilidades fiscales o que no comprendan la relevancia de su contribución al sistema tributario. Este comportamiento propicia la adopción de prácticas evasivas y la omisión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Un desafío adicional surge en relación con la complejidad de supervisar y regular las operaciones económicas en estas áreas de mercado. Debido a la gran cantidad de comerciantes y la alta rotación de productos, las autoridades tributarias enfrentan dificultades para supervisar y garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Cabe destacar que la informalidad en los mercados de abastos puede estar respaldada por la existencia de redes de corrupción y evasión, factores que pueden obstaculizar los esfuerzos para combatir esta problemática.

La presente investigación, titulada "Propuesta de Régimen Tributario Especial para los Mercados de Abastos con Soporte en Pagos Móviles: Modelo Gran Mercado Mayorista de

Lima", tiene como objetivo proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos, con el uso de pagos móviles como soporte, que permita mejorar la formalización y el pago de impuestos por parte de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Para lograr este objetivo, se realizará una investigación de carácter mixto y de diseño proyectivo. En primer lugar, se efectuará un análisis de la realidad actual del mercado, se identificarán las principales barreras que impiden la formalización y el pago de impuestos, y se evaluarán los

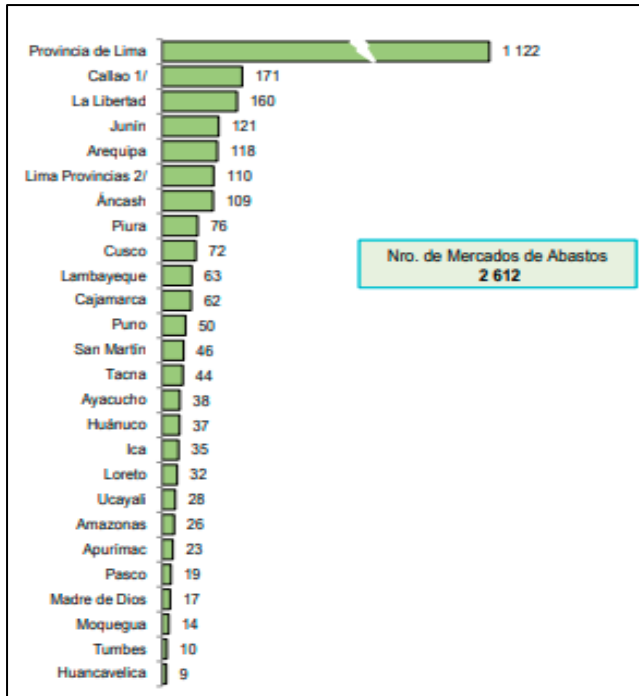
1.1. Descripción situacional: Gran Mercado Mayorista de Lima

El Gran Mercado Mayorista de Lima ocupa una posición destacada en el panorama comercial peruano debido a su envergadura y ubicación estratégica. Conocido por ser el mercado mayorista más grande del país, este centro de comercio despliega una amplia oferta de productos y se ha convertido en un punto crucial de distribución para la región. Su relevancia se refuerza aún más cuando se examina la densidad de mercados de abastos en el territorio nacional.

A nivel nacional, Perú cuenta con un total de 2612 mercados de abastos, siendo el departamento de Lima el que concentra la mayor cantidad de ellos, alcanzando un 47,2% del total, es decir, 1232 mercados [INEI Censo 2016]. Esta estadística revela la importancia de Lima como epicentro de la actividad comercial y resalta la relevancia del Gran Mercado Mayorista de Lima dentro de este contexto.

Figura 1

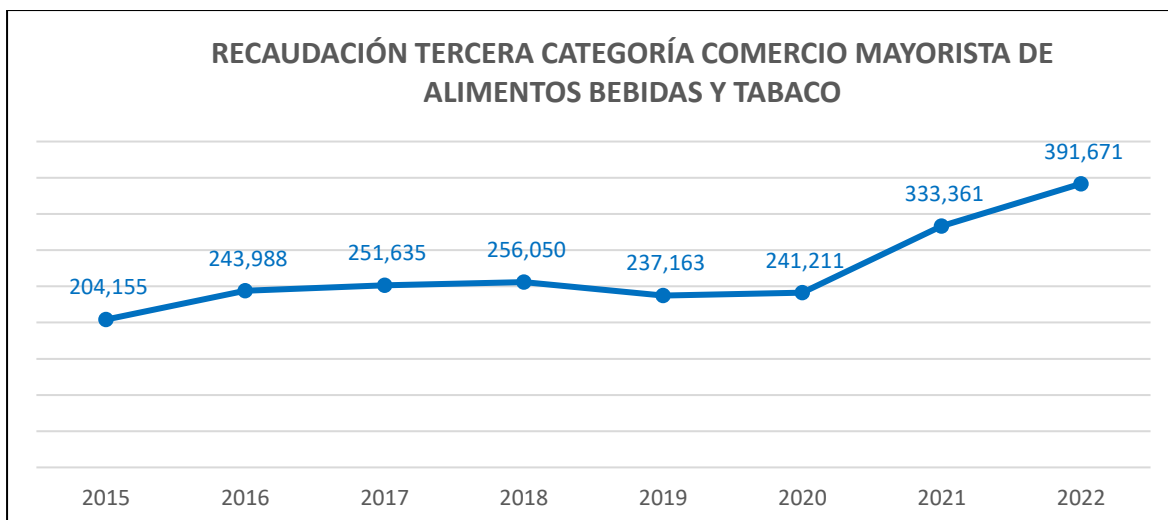
Perú: mercados de abastos registrados según departamento, 2016



Adicionalmente, cabe mencionar que el mercado mayorista de alimentos, bebidas y tabaco ha mostrado un notable dinamismo en términos de recaudación de impuestos. De acuerdo con las estadísticas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) del año 2022, los ingresos por el Impuesto a la Renta de Tercera Categoría de contribuyentes pertenecientes a este giro comercial se cuentan en miles de millones. Este indicador económico es un reflejo claro de la significativa actividad económica que se desarrolla en el Gran Mercado Mayorista de Lima, ya que su tamaño y diversidad comercial impactan directamente en la recaudación de impuestos.

Figura 2

Recaudación tercera categoría comercio mayorista de alimentos bebidas y tabaco.



Para poder operar como comerciante en este prominente mercado, los interesados deben cumplir con ciertos requisitos legales. Estos requisitos son fundamentales para garantizar el buen funcionamiento y la calidad de las transacciones comerciales en el espacio mayorista.

Según la Municipalidad de Lima, para ser comerciante en el Gran Mercado Mayorista de Lima se debe contar con un registro mercantil, un número de RUC (Registro Único de Contribuyentes) y estar al día con los pagos de impuestos. Además, los comerciantes deben cumplir con ciertos estándares de higiene y seguridad alimentaria para garantizar la calidad de los productos que se venden en el mercado.

Tabla 1

Requisitos de ingreso comercial - Gran Mercado Mayorista de Lima

Requisitos comerciantes - Gran Mercado Mayorista de Lima	
Requisitos legales	<ul style="list-style-type: none"> • Registro mercantil • número de RUC (Registro Único de Contribuyentes)
Requisitos adicionales	<ul style="list-style-type: none"> • Estar al día con los pagos de impuestos. • Cumplir con estándares de higiene y seguridad alimentaria.

La población del Gran Mercado Mayorista de Lima está compuesta principalmente por pequeños y medianos comerciantes que venden productos alimentarios al por mayor, alcanzando cerca de los 1500 comerciantes inscritos. Según un estudio realizado por la Universidad Nacional Agraria La Molina, la mayoría de los comerciantes del mercado son de origen andino y se dedican a la comercialización de productos como frutas, verduras, carnes y pescados (Huamán, 2017). Además, existe una importante presencia de comerciantes informales en el mercado, que venden sus productos en los alrededores del mismo. Según un estudio de la Universidad de Lima, el 33% de los comerciantes informales del mercado vende productos alimentarios y el 67% se dedica a la venta de productos no alimentarios, como ropa y accesorios (Cornejo, 2016).

Con respecto a las prácticas tributarias en el Gran Mercado Mayorista de Lima, existen antecedentes de estudios que señalan la existencia de una cultura de evasión y elusión tributaria entre los comerciantes del mercado. Según un estudio de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, los comerciantes del mercado utilizan diversas estrategias para evadir impuestos, como la subvaluación de los precios de venta de sus productos y la declaración de ingresos menores a los reales (Delgado, 2015). Otro estudio realizado por el Instituto de Estudios Peruanos (s.f., como se citó en Delgado, 2015) señala que la evasión y elusión tributaria en el mercado mayorista de Lima tienen un impacto significativo en la economía del país, ya que se trata de un sector importante en términos de generación de empleo y de contribución al PIB (Maldonado, 2018). Sin embargo, también existen iniciativas por parte del gobierno y de otras organizaciones para fomentar la formalización y el cumplimiento tributario entre los comerciantes del mercado. Por ejemplo, la Municipalidad de Lima ha implementado programas de capacitación y asesoramiento para los comerciantes del mercado con el fin de mejorar sus prácticas de higiene y

seguridad alimentaria, así como para incentivar la formalización y el cumplimiento tributario (Municipalidad de Lima, 2021).

1.2 Informalidad en la actividad económica

Es un fenómeno complejo que puede ser abordado desde diversas perspectivas. Desde un punto de vista lingüístico, el término "informalidad" proviene del adjetivo "informal" y hace referencia a sujetos, cosas o situaciones que no se ajustan a las formas y reglas establecidas por la Real Academia de la Lengua Española (2014). Desde una perspectiva económica, De Soto (1989) define la informalidad como el conjunto de actividades, empresas y trabajadores que operan al margen de las leyes y regulaciones que rigen la actividad económica. Esto implica que estos agentes económicos no están sujetos a cargas tributarias ni al cumplimiento de disposiciones legales, pero también conlleva la falta de servicios y protección ofrecidos por el Estado.

El Banco Mundial (2007) considera que la informalidad refleja la relación entre el Estado y los agentes económicos. En este sentido, el Estado juega un papel crucial, estableciendo las reglas de juego en el mercado, garantizando igualdad de oportunidades y suministrando bienes públicos. La informalidad se presenta como un fenómeno multidimensional, donde los agentes interactúan con el Estado solo en algunos aspectos, creando un área gris entre el cumplimiento total y el incumplimiento de las disposiciones legales.

Por su parte, Durand (2007) describe la economía informal como un conjunto de empresas y trabajadores que operan en una zona institucional ambigua. Estas actividades no son necesariamente ilegales, pero pueden transgredir ciertas normas. El autor destaca el comercio ambulatorio como el síntoma más visible de la informalidad, con productos vendidos mayormente en mercados informales o en espacios públicos.

El sector informal está compuesto por establecimientos que pertenecen a hogares, se dedican a la producción de mercado y no cuentan con reconocimiento administrativo ni llevan una contabilidad específica para distinguir sus gastos de los de las familias que los albergan. La amplitud del sector informal puede variar significativamente de un país a otro e incluso dentro de un mismo país en diferentes periodos. Para identificar la informalidad, existen tres criterios tradicionales: tamaño (generalmente menos de 5 trabajadores), cumplimiento de normativas legales (registro en la administración tributaria, licencia municipal, etc.) y un criterio híbrido basado en la disponibilidad de información o las ramas de actividad (INEI, 2020).

La informalidad se ha asociado con la pobreza y se reconoce como una barrera para el crecimiento económico debido a sus efectos negativos en las condiciones de trabajo, la productividad y el Sistema de Protección Social (Moreno, 2012). Aunque interactúa con la economía formal, la economía informal genera subempleo y condiciones laborales precarias.

El comercio informal es un fenómeno extendido en muchos países, especialmente en economías latinoamericanas, y se caracteriza por ser realizado por vendedores ambulantes, trabajadores autónomos y trabajadores ambulantes. Estos trabajadores no cuentan necesariamente con un espacio físico fijo para desarrollar su actividad, lo que les confiere una dinámica cambiante en términos de horarios y lugares de venta.

Ochoa León (2004) destaca que, en el comercio informal, lo relevante son las condiciones laborales de la población, ya que la ausencia de empleos protegidos se convierte en un tema crucial. Las relaciones de empleo que se generan en la informalidad suelen carecer de seguridad social y otros beneficios, lo que representa un desafío para la protección y el bienestar de los trabajadores.

Fernandez Miranda & Guevara Olivera (2015) definen el comercio informal como un tipo de comercio no estructurado, que no se rige por leyes o normas que regulen las actividades

comerciales. En la historia, el comercio ambulante ha sido una de las primeras manifestaciones de la cultura humana, y aunque no se encuentre enmarcado en espacios específicos, ha perdurado en el tiempo como una forma de intercambio de bienes y servicios.

Por su parte, Castillo García (2014) postula que el comercio informal se caracteriza por no ajustarse a las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y servicios en la sociedad. El comercio informal, que se desarrolla principalmente en espacios públicos y calles, se basa en la oferta de mercancías de bajo costo y muestra una gran dinamicidad en su oferta.

1.3 Antecedentes del problema

1.3.1 Antecedentes internacionales

Ivañez (2018), en Chile, realizó la investigación que lleva por título: “Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar”.

En este trabajo, se realizó un estudio analítico experimental de la viabilidad de introducir pagos móviles en esta nación aprovechando los desarrollos tecnológicos recientes en el sector financiero y los sistemas de pago. Usando datos de la situación global hasta 2018, determinó qué hizo que este sistema fuera efectivo cuando se implementó en otras naciones y revisó la literatura sobre el tema. El veredicto general es que los sistemas de pago móvil finalmente se adoptarán en Chile con cierto grado de éxito, pero a un ritmo más lento que en las naciones más industrializadas. Aunque los hallazgos de este estudio indican que aún no se ha producido una adopción generalizada de esta tecnología, los hallazgos de la encuesta sugieren que los consumidores podrán evaluar y elegir entre nuevas opciones cuando estén disponibles en el mercado. En consecuencia, enfatizó que esto indica rentabilidad para los bancos y otras instituciones financieras que han apostado por estas mejoras técnicas, sugiriendo que hay indicadores de un repunte en estas inversiones.

Se reconoció la relevancia de la comercialización entre los consumidores en vista de que la adopción de estos sistemas por parte de la población para su uso en sus actividades cotidianas depende de la familiaridad y la confianza; las dos últimas cualidades son las fuerzas impulsoras detrás de la expansión de PM. y negocios conectados a través de la web. Argumenta que el uso generalizado de teléfonos inteligentes y la proliferación de aplicaciones móviles fueron los factores decisivos en la decisión del sector financiero de gastar en desarrollar y mejorar dicha infraestructura. Un argumento que se opone al plan es que ninguna organización puede proporcionar un método infalible para administrar proyectos de manera efectiva; en cambio, parece que formar una asociación es el mejor curso de acción. Debido a esto, es importante que los bancos colaboren utilizando sistemas interoperables que cumplan con los mismos estándares.

1.2.2 Antecedentes nacionales

Chavez et al (2019) en su estudio titulado: “Factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana” analiza la trascendencia de este fenómeno técnico y económico a nivel internacional, destacando que la tecnología de pago móvil en el punto de venta es un tema en auge. En Perú, la tecnología de pago móvil en el punto de venta está creciendo y difundiéndose, lo que aumenta su complejidad. Por un lado, las billeteras de pago móvil de los bancos más grandes del país están distribuyendo pagos QR (Quick Response) en comercios que utilizan Visanet. Este estudio propuso y validó un modelo conceptual para identificar y determinar los elementos principales que afectan la propensión de las empresas minoristas a emplear tecnología de pago móvil. Con base en los resultados, el objetivo era agregar a la literatura y al ecosistema de pagos móviles y brindar sugerencias de gestión. Las investigaciones empíricas sugirieron agregar componentes y variables de extensión al modelo para describir la intención de uso. La literatura encontró que la innovación personal, los servicios de apoyo y el riesgo percibido afectaron negativamente la

intención de uso. Además, se agregaron las variables de control de UTAUT2 de edad y experiencia en POS para ver si afectaban la adopción de la tecnología investigada, un factor crucial al determinar una población objetivo para los esfuerzos de marketing. Al emplear métodos estadísticos para deducir qué elementos explican el deseo del target de utilizar medios de pago móvil en un momento determinado, la investigación fue explicativa, cuantitativa y transversal. El estudio se basó en preguntas de la literatura y se realizó con 200 gerentes o propietarios de restaurantes en Santiago de Surco utilizando procedimientos de muestreo para garantizar la representatividad. Se planteó la hipótesis de que el riesgo, que afecta inversamente la intención de uso, tiene un alto valor en el modelo. La innovación personal y los servicios de apoyo contribuirían al concepto. “Cuanto mayor es el riesgo percibido por el comerciante, menor es su inclinación a aceptar pagos móviles” (Chavez et al, 2019). La variable de precios no fue significativa en este estudio. La expectativa de rendimiento se ve fuertemente afectada por el esfuerzo, los servicios de apoyo, la inventiva personal y el riesgo percibido.

Lopez Chacaliaza y Palomino Ramos (2021), nos plantean a través de su tesis titulada “Factores que influyen en la intención de uso de tecnología móvil para realizar transacciones de dinero” que las relaciones entre la actitud, la utilidad percibida, la facilidad de uso percibida, la confianza percibida y el riesgo percibido al usar estas aplicaciones móviles para realizar transacciones monetarias puede ser determinante para la adopción en un público peruano. El objetivo general de este trabajo fue proponer una nueva versión del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) desarrollado por Davis et al. (1989) que se puede utilizar para examinar los elementos que contribuyen a la adopción generalizada de aplicaciones móviles para transferencias de dinero móvil. Se realizó una investigación no experimental, correlacional, transversal y basada en encuestas de marzo a julio de 2021 durante una pandemia mundial; Se elaboró un cuestionario de 21 ítems y se administró a una muestra representativa de 385 adultos,

a partir de los 18 años, residentes en Lima Metropolitana que realizan transacciones regulares en Yape o Plin.

El artículo de Alva y Ramos (2020) titulado "Formalización laboral y tributaria en el Perú" tiene como objetivo analizar los efectos de las políticas públicas destinadas a fomentar la formalización laboral y tributaria en el país. La metodología utilizada en este estudio fue de tipo descriptiva y se basó en la revisión de fuentes secundarias, como informes gubernamentales y estadísticas oficiales. Los resultados obtenidos indican que, a pesar de los esfuerzos del gobierno para incentivar la formalización, aún existen importantes barreras para que las empresas y trabajadores se formalicen en el país. Entre estas barreras se encuentran la complejidad del sistema tributario y laboral, así como la falta de incentivos y sanciones efectivas para fomentar la formalización.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles tomando como Modelo el Gran Mercado Mayorista de Lima

1.3.2 Objetivos Específicos

O.E.1: Evaluar el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima.

O.E.2: Comprender la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre el marco legal tributario actual y su relación con su realidad económica

O.E.3: Analizar la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre los regímenes tributarios existentes y su efectividad en incentivar la correcta declaración y pago del impuesto a la renta.

O.E.4: Explorar la factibilidad de implementar pagos móviles en las transacciones realizadas por los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima

1.4 Justificación

El apartado de justificación en una investigación tiene una importancia significativa, ya que presenta la relevancia, la importancia y la razón de ser de la realización del estudio.

Hernández et al. (2014) plantean que la justificación es el "proceso que lleva a identificar las razones o motivos que justifican la necesidad de llevar a cabo una investigación" (p. 53).

Para aclarar, el propósito de la justificación es abordar la indagación subyacente de la razón de ser de la realización de la investigación. Una justificación sólida debe centrarse en dilucidar la importancia de la investigación y los avances potenciales que puede ofrecer al campo de especialización correspondiente. Se puede argumentar que un esfuerzo de investigación puede considerarse justificable por su relevancia para un problema social pertinente, su examen de un tema que no ha recibido suficiente atención académica o su potencial para ofrecer nuevas perspectivas o soluciones a un problema existente. Gil (2014) afirma que la justificación de una investigación debe ser inequívoca y precisa, y debe basarse en una sólida revisión de la bibliografía. Además, es crucial articular justificaciones que corroboren la importancia de la investigación y diluciden su potencial para mejorar la progresión de la erudición dentro de su respectivo campo.

Las secciones siguientes explican la justificación de este estudio y la importancia de su realización.

1.4.1 Conveniencia

La conveniencia del estudio parte de analizar la necesidad de los pagos móviles en la promoción de la inclusión financiera y el fomento del desarrollo económico en diversas naciones, como Perú.

Nuestro objetivo es mejorar los procedimientos de recaudación de impuestos en nuestro país mediante el establecimiento de un régimen fiscal especial para los mercados de abastos, que tome en cuenta el sistema de Pago Móvil para abordar el problema de la evasión fiscal en esta área de la economía nacional.

Como el Gran Mercado Mayorista de Lima es administrado por una agencia del gobierno (Empresa Municipal de Mercados S.A. - EMMSA), esto facilitaría estar al tanto de cómo van las cosas mientras se establece el régimen especial y poner en marcha el plan legislativo. Al respecto, es fundamental señalar que los comerciantes con los que hablamos durante nuestros viajes presenciales al Gran Mercado Mayorista de Lima tenían RUC, pero solo se declara una fracción de sus ingresos reales.

De manera similar, el gobierno peruano puede convencer a los minoristas en otros mercados de abastos para que adopten el plan describiendo sus beneficios y ventajas genuinas en un momento determinado de su crecimiento.

1.4.2 Relevancia social

Los pagos móviles han sido identificados por varios estudiosos como un instrumento crucial para el alivio de la pobreza y la mejora de la calidad de vida de las personas a nivel mundial. Según el informe "Global Findex Database 2017" del Banco Mundial, los pagos móviles han sido identificados como un medio viable para mejorar la inclusión financiera y mitigar la pobreza.

Los pagos móviles tienen el potencial de reducir la brecha financiera y aumentar el acceso a los servicios financieros formales al proporcionar un medio más conveniente y seguro de realizar transacciones financieras. La Comisión Europea (2016) ha subrayado que los pagos móviles pueden servir para mejorar el nivel de vida de las personas que residen en regiones remotas e inaccesibles. Los pagos móviles pueden ahorrar tiempo y costes a los residentes en

zonas rurales y remotas, al permitirles realizar transacciones sin necesidad de acudir físicamente a una sucursal bancaria. El informe de McKinsey & Company (2016) subraya el potencial de los pagos móviles para ejercer una influencia sustancial en el crecimiento económico de una nación. Los pagos móviles pueden mejorar la eficiencia y la productividad de las empresas y el sector financiero al reducir los gastos relacionados con el manejo de efectivo y aumentar la transparencia financiera.

Además de generar una discusión en la sociedad sobre el entendimiento y cumplimiento de las normas y reglamentos tributarios, el presente estudio tiene como objetivo brindar algunas sugerencias sobre cómo aumentar el porcentaje de personas que pagan impuestos en el Gran Mercado Mayorista de Lima.

En la misma línea, una de las razones que incentiva la realización de esta investigación se debe a reconocer las razones por las cuales no pagan impuestos o no formalizan su negocio. En consecuencia, quieren brindar un nuevo régimen, con mayores beneficios, para que los comerciantes de este mercado o de cualquier otro mercado que aborde rubros similares puedan incorporarse al sistema tributario y transparentar sus montos negociados para formalizar sus actividades y poder contribuir al desarrollo del país.

1.4.3 Justificación Práctica

La justificación práctica del estudio se basa en las ventajas tangibles que puede ofrecer a la comunidad. McBurney y White (2018) afirman que se centra en abordar problemas y mejorar circunstancias tangibles utilizando conocimientos y metodologías. Además, según la perspectiva de Bryman (2016), la investigación pragmática tiene el potencial de evaluar la eficacia de las políticas y los programas públicos, lo que conduce a mejoras sustanciales en el nivel de vida de la población y a una toma de decisiones más informada y empírica.

La importancia de este estudio radica en que el pago móvil representa una alternativa novedosa que optimiza las transacciones, ya que permite a los usuarios enviar y recibir dinero a través de sus dispositivos móviles sin requerir una cuenta bancaria. Esto les ayudará a ahorrar tiempo y dinero, y reducirá la cantidad de efectivo que necesitan llevar consigo, pero lo que es más importante, el uso de este servicio proporcionará pruebas de ventas, reforzará la credibilidad de la información de ingresos de los comerciantes y Al abrir la puerta a posibles transacciones que involucren la obtención de un crédito o recurso financiero bancario, se pueden explorar diversas opciones para acceder a recursos financieros; y transparentará los ingresos para efectos tributarios, permitiéndoles acceder a beneficios tributarios que promuevan una cultura de honestidad e integridad.

1.5 Alcances y Limitaciones

1.5.1 Alcances

Los comerciantes, tanto hombres como mujeres de diversas edades, que mantengan un vínculo activo y legal, así como los dueños de empresas debidamente formalizadas, en el sector del comercio y que actualmente cuenten con actividad económica, que realizan actividad en el Gran Mercado Mayorista de Lima, de Lima Metropolitana, y sus dinámicas tributarias fueron los sujetos de análisis para efectos de esta tesis.

El presente estudio tiene como objetivo principal proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles, específicamente el modelo Gran Mercado Mayorista de Lima. Para ello, se pretende analizar la normativa tributaria actual y su aplicación en los mercados de abastos, identificar las limitaciones y oportunidades del uso de pagos móviles en estos espacios comerciales, y proponer un régimen tributario que fomente el uso de estos medios de pago para incentivar el pago de tributos y transparentar los ingresos con fines de tributación.

El alcance de la investigación se limita al análisis de la normativa tributaria peruana y su aplicación en los mercados de abastos, así como al estudio de la viabilidad del uso de pagos móviles en estos espacios. Se presenta una propuesta a ser aplicada como piloto en el Gran Mercado Mayorista de Lima, donde se probará la implementación de pagos móviles y se evaluarán los resultados obtenidos en próximas investigaciones.

En términos específicos, los alcances de la investigación son los siguientes:

1. Análisis de la normativa tributaria actual y su aplicación en los mercados de abastos.
2. Identificación de las limitaciones y oportunidades del uso de pagos móviles en los mercados de abastos.
3. Diseño de un régimen tributario especial que fomente el uso de pagos móviles en los mercados de abastos.
4. Implementación de un piloto en el Gran Mercado Mayorista de Lima para probar la implementación de pagos móviles y evaluar los resultados obtenidos.

Cabe resaltar que el presente estudio no tiene como objetivo proponer una regulación para los pagos móviles en general, sino más bien para su uso en los mercados de abastos. Asimismo, se limita a la evaluación del modelo Gran Mercado Mayorista de Lima, por lo que no se extiende a otros mercados de abastos en el país.

1.5.2 Limitaciones

Durante el proceso de investigación se identificaron algunas limitaciones que podrían afectar el alcance y la validez del estudio.

En primer lugar, la disponibilidad de datos precisos y actualizados sobre el mercado mayorista de Lima y su uso de pagos móviles podría ser una limitación para la investigación. Para abordar esta limitación, se llevó a cabo un exhaustivo análisis de los datos disponibles y se utilizaron fuentes secundarias confiables para complementar la información. Otra limitación

identificada fue la falta de una muestra representativa de otros mercados de abastos en Perú. Aunque el Gran Mercado Mayorista de Lima es uno de los mercados más grandes del país, podría no ser representativo de otros mercados de abastos en términos de tamaño, ubicación y operaciones comerciales. Por lo tanto, las conclusiones de la investigación deben ser establecidas para espacios que cumplan con las condiciones tributarias para la ejecución de la propuesta.

En cuanto a la capacidad del sistema de pagos móviles, se reconoce que aún existen limitaciones técnicas o de infraestructura que podrían afectar la implementación del régimen tributario especial propuesto. Para abordar esta limitación, se sugiere que se realicen pruebas piloto en otros mercados de abastos similares para evaluar la viabilidad y efectividad del régimen tributario especial.

Por último, también se reconoce la posibilidad de limitaciones en la capacidad de la investigación para prever o anticipar cambios en el marco regulatorio o político que podrían afectar la implementación del régimen tributario especial. Para abordar esta limitación, se recomienda realizar un seguimiento constante del marco regulatorio y político y ajustar las recomendaciones de manera oportuna. Además, se sugiere establecer un sistema de monitoreo y evaluación constante del régimen tributario especial para evaluar su efectividad y realizar ajustes según sea necesario.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco legal del Derecho tributario

El derecho fiscal es una subdivisión del derecho público que rige la interacción entre los contribuyentes y el Estado en lo que respecta al cumplimiento de las responsabilidades fiscales. El marco jurídico del derecho fiscal desempeña un papel crucial a la hora de garantizar la estabilidad y la seguridad jurídica tanto para los contribuyentes como para el Estado.

La estructura jurídica del derecho fiscal se refiere al conjunto de leyes, principios y directrices que supervisan la interacción entre el gobierno y los particulares en materia fiscal. El establecimiento de una base tributaria es un componente crucial de la política fiscal de una nación, ya que sirve para determinar los parámetros de imposición, recaudación y supervisión de las obligaciones fiscales de los contribuyentes. Arnal (2007) postula que el marco jurídico del derecho tributario comprende un conjunto de normas jurídicas que regulan las operaciones del Estado relacionadas con los impuestos y las interacciones entre el Estado y los contribuyentes. Según Torres (2010), el objetivo primordial del marco jurídico que rige el derecho tributario es garantizar la equidad y la imparcialidad en la imposición de los tributos, y sentar las bases para su recaudación y regulación. La estructura legal de la legislación tributaria es responsable de establecer las responsabilidades y derechos de los contribuyentes, junto con los protocolos para la determinación de los impuestos y la supervisión de su cumplimiento. Según Linares (2012), es imperativo que las normas fiscales sean inequívocas y específicas para evitar interpretaciones erróneas o malentendidos que puedan dar lugar a disputas entre el gobierno y los contribuyentes.

Es imperativo que el marco jurídico de la legislación fiscal se adapte a las necesidades y circunstancias específicas de cada país. Según Gómez (2011), es imperativo que la política fiscal y su marco legal se alineen con el contexto socioeconómico de una nación para garantizar prácticas fiscales equitativas y eficientes. Además, es imperativo que la estructura legal que rige

la legislación tributaria muestre flexibilidad y adaptabilidad en respuesta a las fluctuaciones del panorama económico, con el fin de optimizar la eficiencia y eficacia de la recaudación de impuestos. Según Garro (2008), es crucial que el marco jurídico de la legislación fiscal sea inequívoco y específico para facilitar la comprensión por parte de los contribuyentes de sus responsabilidades fiscales y de los procedimientos necesarios para cumplirlas. Además, esta claridad es necesaria para garantizar que todos los individuos reciban el mismo trato ante la ley y para evitar posibles abusos de poder por parte del gobierno. Alberto Xavier (2011) enfatiza la importancia de revisar y modificar regularmente la estructura legal del derecho tributario para satisfacer las demandas y dinámicas cambiantes de la sociedad, asegurando así su eficacia y eficiencia.

Juan Manuel (2006) sostiene que un marco jurídico sólido en derecho tributario es crucial, ya que garantiza la seguridad jurídica y evita la discrecionalidad y la arbitrariedad en la aplicación de las normas tributarias. Esto, a su vez, aumenta la confianza de los contribuyentes en el sistema tributario. Según García-Baquero (2012), es crucial que el marco jurídico del derecho tributario sea coherente y se ajuste a los principios del derecho internacional para evitar disputas y garantizar una colaboración suficiente entre las naciones en materia tributaria. Carlos Palao (2015) subraya la importancia de garantizar que el marco jurídico del Derecho tributario sea fácilmente accesible y comprensible para los contribuyentes, este aspecto es fundamental para promover una cultura de cumplimiento tributario y asegurar que los contribuyentes tengan una comprensión clara y concisa de sus derechos y obligaciones fiscales. Esto implica utilizar un lenguaje sencillo y evitar el uso excesivo de tecnicismos legales que puedan resultar abrumadores para los contribuyentes.

Tabla 2*Aporte de autores sobre el Marco Legal del Derecho Tributario*

Autor	Aporte
Arnal (2007)	Conjunto de normas jurídicas que regulan las operaciones del Estado relacionadas con los impuestos y las interacciones entre el Estado y los contribuyentes.
Torres (2010)	Garantizar equidad e imparcialidad en la imposición de los tributos, establecer responsabilidades y derechos de los contribuyentes, y protocolos para la determinación y supervisión de impuestos.
Linares (2012)	Normas fiscales claras y específicas para evitar interpretaciones erróneas y disputas entre el gobierno y los contribuyentes.
Gómez (2011)	Alineación de la política fiscal y su marco legal con el contexto socioeconómico de una nación, flexibilidad ante cambios económicos.
Garro (2008)	Marco jurídico fiscal inequívoco y específico, garantía de trato igualitario y prevención de abusos de poder por parte del gobierno.
Alberto Xavier (2011)	Revisión y modificación regular de la estructura legal del derecho tributario para adaptarse a las demandas cambiantes de la sociedad.
Juan Manuel Hitters (2006)	Marco jurídico sólido en derecho tributario para garantizar seguridad jurídica y evitar arbitrariedades en la aplicación de las normas.
García-Baquero (2012)	Marco jurídico coherente y ajustado a principios del derecho internacional para evitar disputas y permitir colaboración entre naciones en materia tributaria.

2.1.1 Potestad tributaria

Según Villegas (1999), se refiere a la capacidad del Estado para establecer, modificar o eliminar impuestos de manera unilateral. La creación implica que aquellos que están bajo su control deben cumplir con la responsabilidad del Estado de establecer regulaciones que permitan exigir a los ciudadanos que contribuyan con una parte de sus ingresos o posesiones para satisfacer las necesidades colectivas. Con relación a lo mencionado, es importante destacar que según Fonrouge (1976), la potestad tributaria se caracteriza por ser una atribución abstracta, permanente, inalienable e indelegable. Estas características determinan que el Estado tenga el ejercicio exclusivo y excluyente de dicha facultad, debiendo ejercerla de manera general, gravando a las colectividades y nunca en perjuicio de un particular.

Para que la potestad tributaria se ejerza de conformidad con los fines del Estado Constitucional, creemos que las distintas fases de lo que denominaremos "ciclo tributario" deben estar "distribuidas" entre los distintos organismos públicos de manera específica. En el contexto de Estados que se rigen por un sistema de independencia de poderes, como es el caso del Perú, se establece una correlación que en principio se dirige hacia el Poder Legislativo. Este poder es el encargado de crear normas mediante el instrumento de la "ley", incluyendo la creación de impuestos. Posteriormente, el Poder Ejecutivo se encargará de aplicar el impuesto y llevar a cabo tareas como la recaudación, fiscalización y control. Es importante destacar que la constitucionalidad del impuesto debe ser objeto de revisión.

Sin embargo, esto no siempre es cierto, porque algunos impuestos locales son elaborados y administrados por los gobiernos locales. De esta forma, los gobiernos locales son responsables

tanto de la legislación tributaria (hacer el impuesto) como de la administración tributaria (determinar, recaudar, controlar y posiblemente imponer sanciones). Esto puede conducir a una peligrosa concentración de poder en un solo lugar, porque puede "hacer que las fronteras se destruyan solas".

2.1.2 Principio de Reserva de Ley

Cuando se trata de impuestos, es importante tener en cuenta que la reserva de ley suele ser considerada como una reserva relativa. Es importante destacar que, en algunos casos, la reserva de ley puede permitir ciertas excepciones a la norma establecida, siempre y cuando se respeten los parámetros establecidos en la Ley o en una norma de igual jerarquía. Es fundamental considerar que el nivel de especificidad en las secciones más relevantes será más elevado en lo que respecta a los sujetos, el hecho generador y la tasa impositiva. La claridad puede disminuir al tratar con otras secciones. No obstante, es importante tener en cuenta que otorgarle al Ejecutivo el control absoluto de la situación no es una medida adecuada, independientemente de las circunstancias.

El principio de reserva de ley es un concepto fundamental en la gobernanza de la tributación y su aplicación en una sociedad determinada. Alva y Ramos (2020) argumentan que el principio requiere la creación y aprobación de normas tributarias por el poder legislativo, en lugar de su establecimiento por el poder ejecutivo. El establecimiento de una reserva legal es imperativo para mantener la transparencia y la equidad en el marco tributario, al tiempo que previene posibles casos de mala conducta y capricho por parte del órgano rector.

En el ámbito de la fiscalidad, la doctrina de la reserva de ley es contingente, lo que implica que pueden existir exenciones específicas en determinadas condiciones. Es imperativo que tales excepciones se establezcan sin ambigüedades en el marco legal o en una normativa de

rango equivalente. De lo contrario, existe el peligro potencial de que el poder ejecutivo ejerza una autoridad desproporcionada en la materia.

El principio de reserva de ley dicta que los aspectos fundamentales de la fiscalidad, incluidas las entidades sujetas a tributación, el hecho imponible y el tipo impositivo aplicable, deben especificarse sin ambigüedades dentro de los límites de la ley. Este principio tiene importantes implicaciones prácticas. Por el contrario, existen ciertas facetas que pueden carecer de lucidez y rigor.

2.1.3 Tributos: definición y clasificación

Los tributos son una obligación que el Estado impone a los ciudadanos para recaudar fondos y poder cumplir con sus objetivos y responsabilidades. Estos tributos son en forma de dinero y son necesarios para cubrir los gastos que el Estado tiene en el cumplimiento de sus fines. (Belisario Villegas, 2001)

Desde la perspectiva de la actividad financiera del Estado, es importante destacar que el tributo es un recurso público diseñado para obtener los fondos necesarios que permitan cubrir los gastos requeridos para cumplir con sus objetivos. (Sevillano, 2014). El tributo tiene los siguientes rasgos (Sevillano, 2014):

- ✓ Calidad jurídica: es un ingreso, recurso, prestación en dinero, obligación en dinero o un derecho de crédito.
- ✓ Tiene fuente en la ley.
- ✓ Finalidad de cubrir los gastos que demandan la satisfacción de necesidades públicas para los gastos de la sociedad y cumplimiento de los fines del Estado y el gasto público.
- ✓ El pago se da en favor de un sujeto que es una persona o ente públicos.
- ✓ Existe un contribuyente obligado.
- ✓ Es distinto a la sanción

- ✓ Existen criterios para su aplicación en base a principios de capacidad contributiva, beneficio o contraprestación.

Cabe señalar que el Tribunal Constitucional peruano en el fundamento 4 de la Sentencia recaída en el Expediente N° 3303-2003-AA/TC citando a Geraldo Ataliba, como bien se ha mencionado, el tributo es una obligación legal de carácter monetario que no se considera una sanción por un acto ilícito. En términos generales, el sujeto activo de esta obligación es una entidad pública, mientras que el sujeto pasivo es una persona que ha sido designada como tal por la ley. Es importante destacar que los elementos fundamentales del tributo son los siguientes: en primer lugar, su origen se encuentra en una disposición legal; en segundo lugar, se trata de una obligación de carácter económico que se basa en la autoridad del Estado; y, en tercer lugar, es importante mencionar que su cumplimiento es obligatorio y se encuentra respaldado por la fuerza coercitiva del Estado, aunque no debe confundirse con una sanción por un acto ilícito.

Los tributos se agrupan en tres categorías: impuestos, contribuciones y tasas. (Sevillano, 2014). En la Norma II del Código Tributario se ha adoptado dicha categorización y se establece que el término tributo comprende:

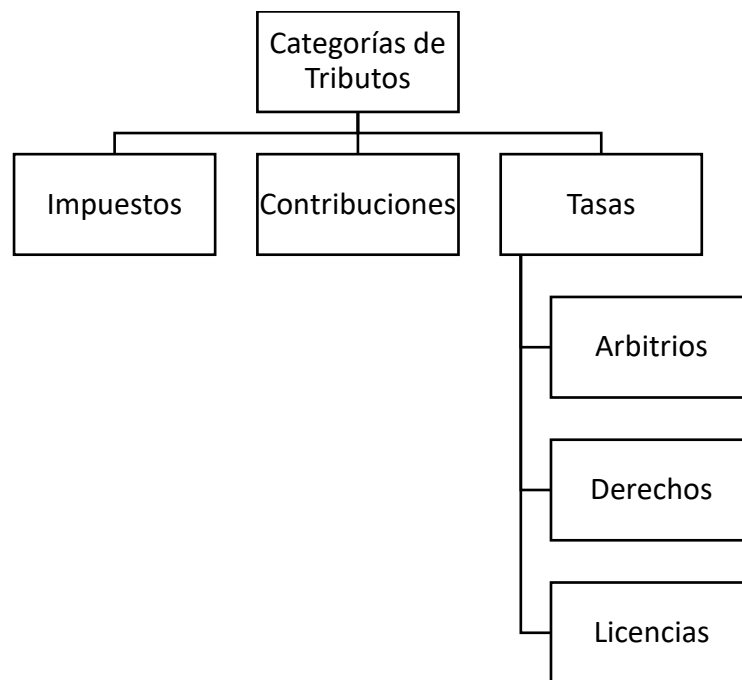
- a) **IMPUESTO:** Este tributo se caracteriza por no generar una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado.
- b) **CONTRIBUCIÓN:** Este tributo se genera cuando se obtienen beneficios a partir de la realización de obras públicas o de actividades estatales, y su cumplimiento es obligatorio.
- c) **TASA:** Su obligación surge cuando el Estado presta un servicio público específico al contribuyente. Las tasas se clasifican en diferentes tipos.
 - (i) **ARBITRIOS:** Son aquellos importes que se abonan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.

(ii) DERECHOS: Son aquellos importes que se abonan por la utilización de un servicio administrativo público o por el aprovechamiento de bienes públicos.

(iii) LICENCIAS: Son cargos que se aplican a la obtención de autorizaciones específicas para llevar a cabo actividades de beneficio personal que están sujetas a control o fiscalización.

Figura 3

Categoría de los tributarios



En este sentido, los impuestos son un medio de garantía del Estado y funcionan como soporte de los derechos fundamentales, ya que se utilizan como mantenedores de la estructura estatal (Dos Nascimento, 2016).

2.1.3.1 Principios constitucionales del Tributo. Los principios tributarios sin límites al ejercicio del poder tributario del Estado. Así, la función que tiene los principios es ser un límite para el legislador en el ejercicio de su potestad tributaria. (Sevillano, 2014)

En el artículo N.º 74 de la Constitución política del Perú se establece que, al ejercer la potestad tributaria, el estado debe cumplir con los principios de reserva de la ley, igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona. Es importante destacar que, de acuerdo con la legislación vigente, ningún tributo puede tener un efecto confiscatorio.

El principio de reserva de ley establece que la creación, modificación, derogación o exoneración de tributos solo puede ser llevada a cabo mediante una ley. Este principio se basa en la fórmula histórica "*no taxation without representation*", lo que significa que los impuestos deben ser establecidos por los representantes de aquellos que van a contribuir.

En la Sentencia No. 042-2004-AI/TC, el Tribunal Constitucional ha señalado que es importante diferenciar entre el principio de legalidad y el principio de reserva de ley, ya que no son conceptos idénticos. El principio de legalidad establece que los poderes públicos deben estar sujetos a leyes generales y abstractas que regulen su ejercicio y sean controladas por jueces independientes. Por otro lado, el principio de reserva de ley indica que hay ciertas materias que solo pueden ser reguladas mediante leyes. En la sentencia se hace referencia a Carlos de Cabo Martín, quien indica que el principio de legalidad implica que el Ejecutivo está subordinado al Legislativo. Sin embargo, la reserva de ley va más allá y prohíbe al Ejecutivo regular aquello que la Constitución reserva al Legislativo. Es importante destacar que se ha planteado la necesidad de establecer una reserva de ley como medida reguladora. Esto se debe a que el principio de legalidad, aunque es un límite, no es suficiente por sí solo. En el considerando número 10 de la Sentencia No. 042-2004-AI/TC, el Tribunal Constitucional explica que el principio de legalidad no implica que el uso de la potestad tributaria esté restringido exclusivamente a las leyes tributarias, sino que se lleva a cabo principalmente de acuerdo con lo establecido en la Constitución. Es importante destacar que la existencia de un mandato constitucional es un requisito fundamental para la imposición de un tributo. En ausencia de dicho respaldo legal, no

puede haber tributo. Es importante destacar que la potestad tributaria se encuentra sometida a dos niveles de regulación: en primer lugar, a la Constitución, y, en segundo lugar, a la ley.

De lo expuesto anteriormente, se concluye que el Tribunal Constitucional ha señalado que no existe identidad entre el Principio de Legalidad y el Principio de Reserva de Ley, toda vez que el primero supone una subordinación de la autoridad con potestad tributaria a la norma establecida en la Constitución para su ejercicio; mientras que, la reserva de ley significa que existen ciertos aspectos que quedan reservados para ser actuados únicamente mediante una Ley.

De otro lado, el principio de igualdad tributaria deriva del principio general de igualdad recogido en el inciso 2 del artículo 2° de la Constitución, por lo tanto, se puede afirmar que no busca la equidad en el trato de los contribuyentes, sino la correcta distribución de las cargas tributarias; es por eso que es posible tratar desigual a los desiguales.

El principio de igualdad es un elemento esencial del Estado Constitucional de Derecho. De acuerdo con la jurisprudencia del Tribunal Constitucional, se establece en el considerando 3.2. de la Sentencia N° 0261-2003- AA/TC que la igualdad se manifiesta en dos ámbitos: en la actuación del Estado y como derecho fundamental de la persona.

En la primera dimensión, es importante que el Estado ajuste su comportamiento y progreso sin hacer distinciones personales y se adhiera rigurosamente a lo que establece la ley y el sistema jurídico en su totalidad, sin importar quién sea el ciudadano sobre el cual recae la consecuencia prevista por la norma. Es importante que todas las instancias y entidades públicas actúen con la misma satisfacción tanto en sus actos oficiales como en el trato hacia los ciudadanos.

De acuerdo con la Sentencia del Tribunal Constitucional No. 00016-2002-AI/TC, es importante destacar que el correcto ejercicio del derecho a la igualdad implica la necesidad de tratar de manera equitativa a aquellos que se encuentran en igualdad de condiciones, mientras

que se debe diferenciar el trato hacia aquellos que presentan características distintas. La acción positiva, también conocida como discriminación inversa, implica la existencia de una desigualdad en el tiempo y en el espacio. Para llevar a cabo esta práctica, es necesario contar con una justificación legítima, concreta y específica que permita corregir dicha desigualdad.

Según la teoría de Bravo Cucci (2017), el principio de igualdad en materia tributaria establece que se debe aplicar una carga impositiva simétrica y equitativa a aquellos que se encuentran en la misma situación económica, mientras que se debe aplicar una carga asimétrica o desigual a aquellos que se encuentran en situaciones económicas diferentes. Este principio guarda relación con el principio de capacidad contributiva.

Según Novoa Herrera (2006), el principio de capacidad contributiva se origina en la obligación de contribuir al gasto público y en la importancia de garantizar la igualdad en las cargas públicas. Es importante que cada individuo contribuya a la sociedad de acuerdo a su capacidad financiera y situación personal. Los fondos obtenidos a través de los impuestos son utilizados por el Estado para cubrir las necesidades colectivas de la población. De acuerdo con la sentencia del Tribunal Constitucional No. 033-2004-AI/TC, es importante que la capacidad contributiva esté relacionada con el hecho que está siendo gravado. La capacidad contributiva es un concepto subjetivo que se relaciona con la capacidad económica de los individuos obligados. Sin embargo, se basa en una capacidad objetiva que utiliza criterios objetivos, como hechos que revelan la riqueza, para determinar si un individuo tiene capacidad contributiva.

El principio de capacidad contributiva sostiene que el impuesto debe estar basado en la presencia de riqueza en aquellos que deben abonarlo, mientras que la no confiscatoriedad es una restricción al poder tributario que impide que los impuestos superen la capacidad contributiva del contribuyente y salvaguarda el derecho a la propiedad.

Finalmente, cabe añadir que el principio de solidaridad se manifiesta como el deber al sostenimiento de los gastos públicos. Ello en virtud de lo expuesto por el Tribunal Constitucional en el considerando 9 del Expediente N° 0004-2004-AI/TC, del 21 de septiembre del 2004.

Es importante destacar que en la sentencia del Expediente No 06089-2006-PA/TC, emitida el 11 de junio de 2007, en su fundamento 4, se establece que la solidaridad posibilita una mayor flexibilidad y adaptación a las necesidades sociales, ya que el Estado promueve y concientiza el cumplimiento de deberes.

Tabla 3

Principios constitucionales del tributo

Concepto	Descripción	Fundamento Legal
Reserva de Ley	- El ámbito de la creación, modificación, derogación o exoneración de tributos queda reservado para ser actuado únicamente mediante una ley.	- Fórmula histórica " <i>no taxation without representation</i> ". - Artículo N.º 74 de la Constitución política del Perú.
Principio de Legalidad	- Subordinación de todos los poderes públicos a leyes generales y abstractas que disciplinan su forma de ejercicio. -La potestad tributaria se realiza principalmente de acuerdo con lo establecido en la Constitución.	- Principio general de igualdad recogido en el inciso 2 del artículo 2º de la Constitución. - Sentencia No. 042-2004-AI/TC (Considerando 9 y 10).
Principio de Igualdad Tributaria	- No busca la equidad en el trato de los contribuyentes, sino la correcta distribución de las cargas tributarias. - Tratar desigual a los desiguales.	- Inciso 2 del artículo 2º de la Constitución. - Sentencia No. 0261-2003-AA/TC (Considerando 3.2).

		- Sentencia No. 00016-2002- AI/TC (Considerando 11).
Capacidad Contributiva	- El tributo debe guardar relación con la capacidad económica de los sujetos obligados. - Se parte de una capacidad objetiva, con criterios objetivos para determinar la capacidad contributiva.	- Sentencia No. 033-2004- AI/TC (Considerandos 11 y 12).
Principio de Solidaridad	- Deber de sostenimiento de los gastos públicos. - Permite una mayor flexibilidad y adaptación a las necesidades sociales.	- Considerando 9 del Expediente N° 0004-2004- AI/TC. - Sentencia Expediente No 06089-2006-PA/ TC (Fundamento 4).

2.2 Sistema tributario peruano

El sistema tributario se compone de normas fijadas en el sujeto que crean sus propias condiciones, y que señalan que cada contribuyente está obligado a pagar alguna suma de dinero al Estado o a alguna otra institución pública, en concepto de tributo.

Uno de los primeros autores en esbozar nuestro moderno sistema impositivo fue Flores Polo (1997), cuyo tratado "Derecho Financiero y Tributario" es considerado un clásico. Gracias en gran parte a su trabajo, el derecho fiscal ahora se reconoce como un campo de estudio distinto con sus propias instituciones e incluso metodología. Cuando se trata de derecho tributario en los Estados Unidos, ningún otro recurso se compara con el "Derecho Tributario e Ilícitos Tributarios" de Sanabria (2001). Ofrece un análisis en profundidad de los fundamentos históricos y doctrinarios del derecho tributario, así como de sus rasgos sustantivos y procesales. La noción de un Sistema Nacional del Contribuyente se presenta en la misma investigación como una

forma de adoptar un enfoque más holístico, que reconoce la interconexión y la naturaleza mutuamente beneficiosa de los muchos componentes del problema.

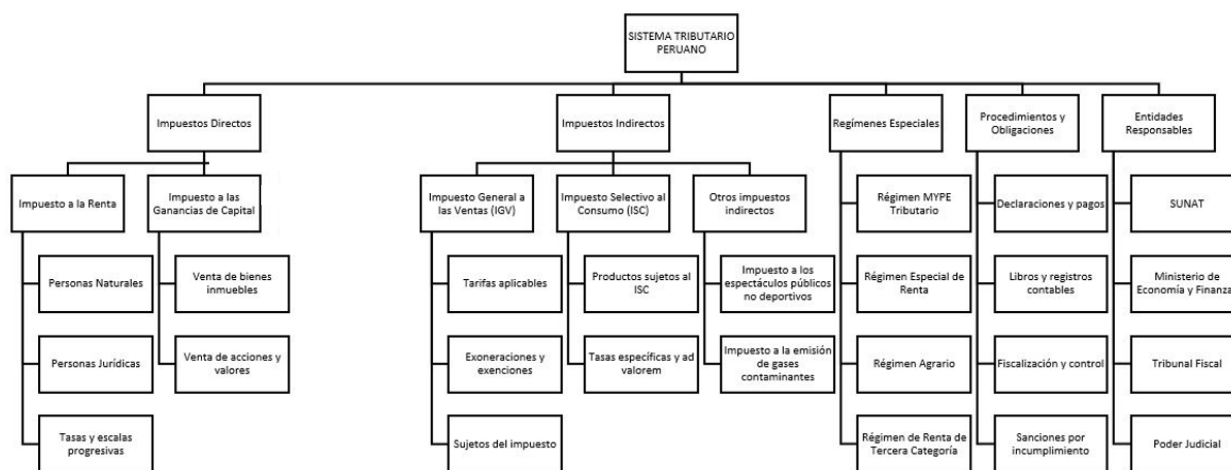
Teniendo en cuenta su escala y extensión, el sistema tributario se ha convertido en un marco unificado y obligatorio.

Tener contribuyentes y toda una lógica institucional que funcione así es fundamental, y también lo es tener un sistema tributario que recaude impuestos sujetos a normas y recaude impuestos preestablecidos. Tienen una posición fundamental debido a la atención que prestan a las preocupaciones de la población en su conjunto.

Para SUNAT (2021) El código tributario es la norma primaria con rango de ley que regula el sistema tributario peruano, el cual fue creado por el Decreto Legislativo N° 771, con el fin de dinamizar la recaudación de ingresos. Además, el sistema tributario es definido por Amasifuén (2015) como el cuerpo de leyes y normas jurídicas que conforman el marco de la política tributaria y se rigen ellas mismas por el código tributario

Figura 4

Esquema general del sistema tributario peruano



2.2.1 Principales elementos

2.2.1.1 Deber de Contribuir. Es fundamental resaltar que, en todo Estado moderno, es un deber primordial contribuir al sostenimiento de los gastos públicos. Este trabajo no solamente se enfoca en criterios formales, sino que es crucial para la supervivencia del Estado. Es importante destacar que, aunque no se mencione explícitamente en la ley fundamental, existe una responsabilidad que recae sobre todos los miembros de la sociedad y que debe ser cumplida. (Díaz Revorio, 2019).

Es importante enfatizar que la justicia debe orientar los objetivos a alcanzar en un Estado Democrático de Derecho. Y, en materia tributaria, los ideales de justicia deben orientar y fundamentar el Sistema Tributario y Financiero, para que todo ciudadano esté convencido de que está participando en un ejercicio de democracia al pagar un impuesto (Do Nascimento, 2016).

Para el pleno funcionamiento de un Estado, es imperativo que sus ciudadanos se sientan responsables de él, y esa responsabilidad surge del conocimiento de las justificaciones por las que se enmarcan como contribuyentes. Incluso la etimología de la palabra nos trae esta noción de contribuir, es decir, participar con algo. Para sentirse contribuyente, el ciudadano tiene que ser consciente de la necesidad de estar contribuyendo, de conocer las razones.

La conciencia fiscal genera una mayor participación del ciudadano-contribuyente en su entorno social, que actúa de forma más activa en la búsqueda de mejoras en la calidad de vida de la comunidad, resultando muy eficaz en el pleno alcance de los Derechos Humanos. Las ideas de ciudadanía e impuestos deben ir juntas. El hecho de que un ciudadano contribuya a los gastos del Estado representa una externalidad de la ciudadanía.

La conciencia tributaria es el entendimiento de la responsabilidad de cumplir con el pago de impuestos y la disposición de hacerlo de manera responsable, confiando en que el Estado

llevará a cabo una redistribución eficiente de los recursos en beneficio de toda la sociedad. Esta definición fue propuesta por Herrera Ventura en el año 2018.

En Perú, como una república que se rige por el Estado de Derecho, se reconocen los derechos de los ciudadanos y se les otorgan garantías constitucionales, organizativas e institucionales para asegurar su cumplimiento, tal como lo señala Hirsh en su obra del 2011. Es importante recordar que, además de los derechos constitucionales, también existen deberes que debemos cumplir como ciudadanos. Los deberes constitucionales tienen como objetivo fomentar el cumplimiento de los fines constitucionales, tales como la libertad, la solidaridad y la justicia social. Además, estos deberes permiten establecer las herramientas necesarias para lograr dichos objetivos, tal como lo señala Duran (2006). Es importante que cada individuo cumpla con las normas constitucionales, ya que estas tienen como objetivo proteger los derechos de cada ciudadano.

Como ciudadanos, es importante que cumplamos con nuestra responsabilidad de pagar impuestos. Es importante destacar que cumplir con este deber no debe ser visto como una obligación, sino como una oportunidad para contribuir al bienestar de la comunidad y poner en práctica el valor de la solidaridad. De acuerdo con Groser (2014), la solidaridad se define como la colaboración mutua entre los integrantes de un grupo u organización, sustentada en intereses compartidos y un sentimiento de pertenencia.

2.2.1.2 Normatividad. La reforma tributaria realizada en diciembre de 1990, cuando a través de los D. Leg. 617, 619, 620, 621, 622 y 623 se derogaron una cantidad exorbitante de impuestos ineficientes y de baja recaudación que distraían y complicaban la labor de la administración tributaria, señala como origen de los fundamentos normativos de nuestro actual sistema tributario (Bravo Cucci, 2017, p.86). Este proceso se reafirmó con fecha de diciembre de 1992. Se creía ampliamente que, en abril de ese año, como resultado del autogolpe de Fujimori,

el D.L. 25988, que habría eliminado otros impuestos denominados de baja recaudación, así como varias normas que habían creado ventajas y privilegios fiscales.

Nuestro sistema tributario actual fue desarrollado en un marco diferente al de la anterior Constitución de 1979 por el D. Leg. 771, Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, que entró en vigor el 31 de diciembre de 1993. Además de la Constitución vigente y de la Ley Marco antes mencionada, las siguientes leyes reglamentarias describen el fundamento jurídico de nuestro sistema tributario nacional:

- a. El TUO del Código Tributario, aprobado por D.S. N° 135-99-EF, publicado el 19.08.1999.
- b. El D. Leg. 813, publicado el 20.04.1996, denominado Ley Penal Tributaria, sus modificatorias y ampliatorias. 43 43
- c. El D. Leg. 815, publicado el 20.04.1996, Ley de Exclusión o Reducción de Pena, Denuncias o Recompensas en los casos de Delitos e Infracción Tributaria.
- d. La Ley Marco de la Descentralización, la Ley de Bases de la Descentralización, la Ley de Reforma Constitucional y las normas vinculadas a la descentralización.
- e. Ley Marco de la Modernización del Estado.
- f. TUO de la Ley de Tributación Municipal aprobado por D.S. N° 156-2004- EF.
- g. Las diferentes leyes que regulan el Impuesto a la Renta, el IGV, el ISC, Derechos Arancelarios, ITF, ITAN, etc.
- h. La Ley N° 26979, Ley del Procedimiento de Ejecución Coactiva y normativa complementaria al respecto.

2.3. Régimen tributario

En el contexto tributario del Perú, es importante destacar que se pueden identificar cuatro regímenes tributarios distintos: el Régimen General (RG), el Régimen MYPE Tributario

(RMT), el Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER) y el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).

El Régimen General (RG) está diseñado para empresas de tamaño mediano y grande, ya sean personas naturales o jurídicas, que obtengan ingresos de tercera categoría y cuyos ingresos netos anuales superen las 1,700 UIT. Este régimen es aplicable a aquellas empresas que no cumplen con los requisitos o condiciones para estar en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), el Régimen Especial de Renta (RER) o el Régimen Mype Tributario (RMT). El Régimen Mype Tributario (RMT) está diseñado para atender a las micro y pequeñas empresas, ya sean personas naturales o jurídicas, que obtienen ingresos de tercera categoría y cuyos ingresos netos no exceden los 1700 UIT anuales. El Régimen Especial de Renta (RER) es una herramienta importante para las personas naturales o jurídicas que se dedican a la venta o comercialización de bienes, así como para aquellas que prestan servicios y cuyos ingresos netos o compras no superan los 525,000.00 soles anuales. El NRUS es un régimen tributario diseñado para personas naturales o jurídicas que poseen pequeñas empresas y cuyos clientes son consumidores finales, como mecánicos, pintores, entre otros. El régimen tributario es el conjunto de normas y disposiciones que establecen la forma en que se deben pagar los impuestos y los diferentes niveles de pago correspondientes. Es importante destacar que tanto las personas naturales como jurídicas tienen la opción de elegir entre diferentes regímenes, los cuales dependerán del tipo y tamaño de la actividad que se va a desarrollar.

2.4 Incumplimiento de obligaciones tributarias

Dentro del ámbito tributario, se identifican términos esenciales que son de gran relevancia para la comprensión y el análisis de las acciones vinculadas con el acatamiento de las responsabilidades fiscales.

Tabla 4*Conceptos relacionados al incumplimiento de obligaciones tributarias*

	Fraude a la Ley	Evasión Tributaria	Elusión Tributaria
Intención	Existe una intención fraudulenta de evadir la obligación tributaria.	Existe una intención de ocultar o engañar para evitar el pago de impuestos.	No hay una intención fraudulenta, se busca aprovechar lagunas o ambigüedades legales.
Legalidad	El fraude a la Ley constituye una infracción a la normativa tributaria.	La evasión tributaria es una violación a la ley.	La elusión tributaria no infringe la ley, se aprovecha de vacíos legales.
Acciones	Uso de contratos o documentos falsos para disfrazar el objetivo real del negocio y obtener ventajas fiscales.	Ocultación de rentas, bienes y derechos económicos mediante medios ilegales.	Utilización de maniobras legales y ambigüedades para evitar o retrasar el pago de impuestos.
Enfoque	Engañar a la administración tributaria para evitar o minimizar la obligación tributaria.	Evadir la obligación tributaria mediante acciones ilegales o prohibidas.	Aprovechar las lagunas legales para evitar o retrasar el pago de impuestos.

Consecuencias	Infracción a la normativa tributaria, sanciones legales y posibles repercusiones penales.	Violación de la ley, sanciones legales y penales.	Legalidad cuestionada, posibles ajustes y pago del tributo más alto determinado por la administración.
----------------------	---	---	--

En las siguientes subsecciones se ahonda en los conceptos presentados en la tabla comparativa que resalta las características principales y las discrepancias entre los tres conceptos en cuestión.

2.4.1 Fraude a la ley

La intención deshonesta de no cumplir con la ley, cuando de los hechos se infiere mala fe con el único fin de evitar o minimizar la obligación tributaria.

El uso subjetivo e intencional del engaño y la astucia con el fin de engañar a otra persona y el desacato deliberado a la ley pertinente constituyen intención fraudulenta.

El fraude a la Ley en materia tributaria se conoce como un esquema de elusión fiscal, en donde las partes de un negocio utilizan un contrato o un documento legal (que en realidad se denomina documento de cobertura que conlleva una menor carga tributaria) que no se condice con el objetivo real del negocio jurídico que se pretende alcanzar; es decir, es razonable suponer que la verdadera razón detrás del documento de cobertura es obtener únicamente una ventaja fiscal. Esto significa que, si bien una transacción comercial puede regularse de manera diferente, se utiliza contratos o mecanismos de fachada con el único objetivo de los agentes, el ahorro tributario.

En este caso, se advierte que la ejecución de esta figura está amparada por una norma de cobertura (norma defraudada) que se utiliza con el único fin de reducir o eliminar la carga

tributaria. En otras palabras, se está tratando de violar una norma tributaria, lo que luego se califica como una norma defraudada.

2.4.2 Evasión Tributaria

La evasión es la conducta ilícita del contribuyente que incumple la obligación tributaria generada por el acaecimiento del hecho imponible. El acto ilícito no es otra cosa que la ocultación de rentas, bienes y derechos económicos mediante el uso de documentos y materiales falsos, que es, en esencia, la ocultación o el engaño por medios prácticos o lícitos que impidan la realización del derecho imponible para la persona que se dedica a ello.

Puede decirse que la evasión tributaria tiene lugar cuando algunos operadores tratan de reducir la carga tributaria a toda costa utilizando medios ilegales o legalmente prohibidos, como el contrabando, el fraude, actividades informales (producción secreta, mercadeo secreto, etc.).

La evasión fiscal ilícita es una violación de la ley. Contiene todos los elementos necesarios. Una relación jurídica y tributaria es creada legalmente por una determinada entidad legalmente conectada con la entidad activa de esta relación, mientras que el contribuyente está tratando de eludir la obligación de pagar el impuesto o reducir ilegalmente este impuesto. Así, la evasión fiscal se produce cuando la administración tributaria es engañada de cualquier forma para evitar o reducir fraudulentamente una obligación tributaria ya nacida en el momento del acaecimiento del hecho imponible, con la intención de obtener ilícitamente una ventaja económica para uno u otros terceros. en detrimento de los intereses del fisco.

2.4.5 Elusión tributaria

La elusión tributaria se refiere a la conducta de un contribuyente que intenta evadir el pago de impuestos a través de maniobras o estrategias permitidas por la propia ley o lagunas en ella. La elusión no es estrictamente ilegal, ya que no se infringe ninguna ley, sino que se vale de

interpretaciones a veces distorsionadas o caprichosas, que es una situación permitida por la ambigüedad o las lagunas en la Ley.

La elusión tributaria es una práctica que se utiliza para evitar o postergar el pago de impuestos mediante el uso de herramientas y tácticas legales. Cuando se redacta un proyecto de ley, se busca lograr la máxima precisión posible por parte del legislador. Es importante destacar que, en muchas ocasiones, los textos legales presentan ambigüedades que pueden generar diversas interpretaciones. Es importante tener en cuenta que la ley puede presentar conflictos con otras normas vigentes o incluso pueden surgir situaciones imprevistas que no estén contempladas en la regulación actual. El término utilizado para describir esta situación es "vacío legal".

Asimismo, uno de los medios de lucha contra la elusión fiscal es la búsqueda de la realidad de los hechos económicos, ya que el auditor tributario puede conocer la verdadera naturaleza de las operaciones realizadas por los operadores económicos, con independencia de las formas jurídicas o negocios jurídicos utilizados. En ese caso, se tendrá que pagar el tributo más alto que determine la administración.

2.5 Digitalización de los medios de pago

Los pagos son sencillos y comienzan con el intercambio de valor. Desde el trueque de ganado hasta el pago computarizado, se aplica la misma lógica. A pesar de los avances tecnológicos y la aparente complejidad, el pago en el punto de venta sigue siendo un intercambio de valor entre el comprador y el vendedor (Worldpay, 2018). En los años setenta, las tarjetas de crédito reemplazaron a los intercambios físicos. Para leerlo, la tecnología de pago POS (Punto de Venta) fue desarrollada y comercializada por Visa y Mastercard a nivel mundial (Maldonado, 2015).

Sin embargo, la tecnología de pago con código QR (código de respuesta rápida), que permite a los usuarios pagar sin efectivo ni tarjetas, es atractiva para los propietarios de

empresas, ya que no impone comisiones (Hoofnagle et al., 2012). Los métodos de pago móvil son seguros, rápidos, económicos y controlables en todas partes, lo que beneficia a todo el ecosistema (Anurag et al, 2009). Podrían desencadenar la próxima generación de sistemas de pago y habilitar nuevas tecnologías como la criptomoneda y la biometría. Este enfoque puede lograr lo que las tarjetas no tienen en varios países: flujo de efectivo.

2.6 Pagos móviles

La tecnología móvil es definida como cualquier dispositivo con la capacidad de brindar acceso a Internet, no importando la ubicación física. Los referidos dispositivos en esta categoría actualmente incluyen herramientas que permiten la comunicación como teléfonos y/o celulares inteligentes, tabletas, computadoras portátiles, entre otras. Es así que dentro de estos aspectos tecnológicos encontramos que las personas que buscan satisfacer su necesidad de transferir el dinero de manera ágil y segura, sin tener limitaciones por aspectos físicos y de distancia, exploran alternativas eficaces e innovadoras, haciendo uso de una herramienta ya catalogada como inteligente como lo es el teléfono celular.

La utilización de pagos móviles ha surgido como un enfoque novedoso para agilizar las transacciones monetarias. Ali et al (2017) han afirmado que los pagos móviles se refieren a un avance tecnológico que facilita las transacciones financieras a través de dispositivos móviles, como los teléfonos inteligentes. La adopción generalizada de este método de pago puede atribuirse a su comodidad, fiabilidad y facilidad de uso, lo que permite realizar transacciones en cualquier momento y desde cualquier lugar con mayores medidas de seguridad. Además, los sistemas de pago por móvil poseen una capacidad sustancial para mitigar la marginación financiera y mejorar la integración económica de los individuos. Baruah (2020) afirma que los pagos móviles desempeñan un papel crucial en la mitigación de la brecha de inclusión financiera. El acceso a los servicios financieros convencionales, como las cuentas bancarias y las tarjetas de

crédito, es limitado en numerosos países en desarrollo. Sin embargo, una proporción significativa de personas posee un dispositivo móvil, lo que les permite utilizar los sistemas de pago por móvil como medio fiable y cómodo de realizar intercambios monetarios. Además, la utilización de los pagos móviles puede ser un mecanismo importante para mejorar la inclusión financiera de las mujeres y otras comunidades infrarrepresentadas.

Los pagos móviles han sido identificados como un aspecto significativo por Morales (2021) debido a su potencial para mitigar el uso de efectivo y mejorar la transparencia en las transacciones financieras. La utilización de moneda física puede plantear problemas en varios países debido a la falta de claridad y a la susceptibilidad de conductas poco éticas. Los pagos móviles facilitan las transacciones electrónicas, que son fácilmente rastreables y están sujetas a control. Además, tienen el potencial de servir como mecanismo significativo en la lucha contra la evasión fiscal y la mejora de la recaudación de impuestos.

2.6.1 Norteamérica y Europa

Estados Unidos de América está a la vanguardia del comercio digital en las Américas debido a la profusión de gigantes tecnológicos del país como Google y Facebook, que promueven el uso de medios digitales y, más específicamente, el comercio electrónico móvil porque les permite ganar dinero de la publicidad digital en sus sitios. Además, muchas otras empresas, como Amazon, eBay y Best Buy, están impulsando el comercio electrónico a través de pagos móviles para reducir los precios y mejorar la accesibilidad a los consumidores en todas partes, a través de aplicativos móviles o equipos Smart. Estados Unidos, según Statista (Statista, 2018), transfiere \$ 927 mil millones en dinero a través de medios digitales en 2018, ocupando el segundo lugar después de China, que mueve casi \$ 1 billón en dinero a través de medios digitales en un solo año.

Debido a la adopción generalizada de la economía digital en Europa, el área alberga un número desproporcionado de países desarrollados, lo que se refleja en los altos volúmenes de transacciones y pagos digitales de la región. En 2018, los pagos digitales en Europa totalizaron casi \$70 mil millones, según una investigación de Statista (Statista, 2018), con las naciones del Reino Unido a la cabeza del área europea, con casi \$200 mil millones. La penetración de los pagos digitales se calculó en un 65 % en 2018 y se espera que alcance el 70 % para 2022, según este análisis.

2.6.2 Latinoamérica

El dinero electrónico ha surgido como una innovación significativa en la esfera financiera latinoamericana, particularmente por su potencial para mejorar la inclusión financiera en la región. Se reconoce su capacidad para acercar los servicios financieros formales a poblaciones tradicionalmente desatendidas, incluyendo a microempresarios de bajos ingresos y residentes en zonas urbanas periféricas y rurales. Esta última población, aunque fuera del alcance de este estudio, plantea una problemática adicional que debe ser abordada.

De acuerdo con la investigación realizada, los microempresarios han demostrado una demanda notable por información transaccional, lo cual se refleja en el creciente uso de Bim, un nuevo esquema que aporta un elemento adicional significativo para sustentar los ingresos y gastos de los microempresarios. Esta herramienta provee una trazabilidad para las transacciones realizadas en cuentas simplificadas de dinero electrónico, lo cual contribuye de manera considerable a la inclusión financiera de microempresas que aún no pueden acceder a servicios financieros formales como el microcrédito. (Aybar et al, 2018)

Es relevante resaltar que la aparición de diversas soluciones financieras en América Latina, tal como se indica en el informe ejecutivo de Indra (2017), ha cambiado notablemente la forma en que las personas realizan sus pagos. Sin embargo, se reconoce que aún existe un nivel

de desconfianza hacia los pagos electrónicos en la región, lo que puede atribuirse principalmente a la falta de capacitación tecnológica y al desconocimiento sobre las plataformas de pago seguras.

La economía digital ha tomado un papel crucial para que las naciones de la región mantengan su competitividad y aumenten su productividad, tal como señala el informe de la N.U. CEPAL (2018). Aunque países como Chile han logrado avanzar considerablemente en términos de comercio electrónico, el resto de América Latina aún tiene un camino por recorrer.

En relación con Perú, el entorno digital y financiero también está experimentando un cambio significativo. La economía del país ha experimentado una acelerada digitalización, con una creciente adopción de herramientas financieras digitales como Bim. La adopción de estas soluciones financieras está facilitando el acceso a servicios de microcrédito y mejorando la inclusión financiera en el país, especialmente para los microempresarios. Sin embargo, al igual que en otros países de la región, aún existen desafíos relacionados con la educación financiera y la adopción de nuevas tecnologías.

2.6.3 África

En marzo de 2007, tras un proyecto financiado por donantes, la principal empresa de telefonía de Kenia, Safaricom, lanzó un nuevo servicio de pago y transferencia de dinero basado en la telefonía móvil; proyecto que sería denominado como M-PESA, un sistema de transferencia de dinero basado en SMS (Short Message Service), que permite a los usuarios a depositar, enviar y retirar fondos en una cuenta almacenada en sus teléfonos móviles; así mismo puedes enviar saldos por SMS a otros usuarios (incluidos vendedores de bienes y servicios) y canjear los depósitos por dinero físico. Lo que logró M-PESA fue un rápido crecimiento, llegando a aproximadamente 65% de hogares kenianos a finales de 2009, sin considerar el general y gran éxito de aquellos sistemas o aplicaciones similares creadas por todo el mundo.

Cabe indicar que, desde el lanzamiento de la referida herramienta, y ante el temor a la regulación del Banco Central de Kenia, Safaricom ha manifestado claramente que M-PESA no es un banco; sin embargo la ubicuidad de los teléfonos móviles en las zonas urbanas y rurales de Kenia y de otros países africanas, así como la falta de penetración de los servicios bancarios regulares hicieron que la esperanza sea volcada en las cuentas de M-PESA, pudiendo sustituir a las cuentas bancarias y llegar a la población no bancarizada.

Sin ir muy lejos, el sistema M-PESA en Europa vendría a ser una Entidad de Dinero Electrónico; es decir, se define como un procesador de pagos, dado que se encuentra impedido de captar depósitos como tales, de crear dinero a través de la reserva fraccionaria, pero sin duda contribuye a la bancarización de la sociedad y a la inclusión financiera, mediante nuevas fórmulas financieras con costes evidentemente reducidos y asumiendo las funciones de agentes financieros de otras entidades financieras.

M-PESA como herramienta de innovación e inclusión financiera, logra brindar servicios financieros a aquellos usuarios que viven con menos de 1.25 dólares al día, es decir, el umbral de pobreza utilizado por el Banco Mundial- (el umbral subió a 1.9 dólares desde el 2015 a la fecha). Por ejemplo, según Suri y Jack en el caso de Kenia, el porcentaje de la población en esta condición que utilizaba M-PESA alcanzó el 72%, sin considerar a la ciudad de Nairobi. Por otro lado, un estudio formulado por Suri y Jack del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) y la Universidad de Georgetown, encontró que M-PESA contribuyó en reducir la pobreza en Kenia, con lo cual se pudo extraer del umbral de la pobreza extrema, a más de 194 mil hogares y además el efecto fue mayor para hogares con mujeres a cargo de la economía familiar. Es así que el referido estudio arrojó una estimación que 186 mil mujeres vivieron la transición de experimentar cambios ocupacionales del sector agrícola al comercio, por ello refieren que M-

PESA contribuyó a la resiliencia de sus usuarios, fortaleciendo su capacidad de enfrentar riesgos y eventos no anticipados.

Finalmente, es preciso indicar que producto de las transacciones se ha podido identificar las repercusiones potenciales a nivel económico. En primer lugar, queda demostrado que M-PESA es una herramienta que facilita el comercio, facilitando las transacciones y el comercio de bienes y servicios. El segundo lugar, M-PESA proporciona un mecanismo de almacenamiento seguro, que podría aumentar el ahorro neto de los usuarios. Un tercer componente es que, al facilitar las transacciones interpersonales, podría mejorar la asignación del ahorro entre los hogares y la empresa al profundizar el mercado de crédito de persona a persona. Ello quiere decir que podría aumentar el rendimiento del capital, produciendo así una retroalimentación del nivel de ahorro. Como cuarto lugar, M-PESA podrá mejorar la inversión y la asignación de capital humano y físico, dado que existe la probabilidad que los hogares envíen a sus miembros a puestos de trabajo bien remunerados en lugares distantes, lo que impulsará también para adquirirlos inviertan en mejorar habilidades y en su rendimiento.

Como quinto lugar, según Jack y Suri, M-PESA podría afectar a la capacidad de los individuos para compartir el riesgo. Según los referidos autores, las redes informales de distribución del riesgo son un medio importante, aunque no del todo eficaz, por el que los individuos distribuyen el riesgo, realizando transferencias condicionadas por el estado entre los miembros del grupo. Es decir, al ampliar el alcance geográfico de estas redes, M-PESA puede permitir la distribución del riesgo más eficiente, aunque los beneficios de la reducción del riesgo podrían verse mitigados por cuestiones de observabilidad y riesgo moral cuando las partes están separadas por grandes distancias.

En sexto lugar, se evidencia otro efecto relacionado al riesgo, y es que M-PESA facilita la transferencia oportuna de pequeñas cantidades de dinero, de tal manera que satisface las

necesidades que surjan en el momento donde se requiere la actuación. En último y séptimo lugar, encontramos que M-PESA permite a los hogares distribuir el riesgo, lo que quiere decir es que los usuarios pueden tomar decisiones de inversión más eficientes, diversificando el riesgo y el rendimiento.

2.6.4 Pago móvil en Perú

El empleo de pagos móviles ha ganado prominencia significativa como un instrumento crucial para la economía de Perú. Según las conclusiones de un informe del Banco Mundial de 2019, la utilización de pagos móviles puede resultar un enfoque competente y potente para mejorar la inclusión financiera y mitigar la pobreza. Esto tiene una importancia significativa en Perú, dada la prevalencia de individuos que residen en regiones geográficamente aisladas o que experimentan restricciones financieras. Según el informe publicado por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) en 2018, una proporción significativa de la población adulta en Perú, exactamente el 30%, carece de acceso a servicios financieros formales.

El sistema de pagos móviles se postula como un remedio factible para fomentar la inclusión financiera y avanzar en el progreso económico dentro de la nación. La Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) ha informado de que los pagos móviles ofrecen la comodidad de realizar transacciones sin necesidad de acudir físicamente a una sucursal bancaria. Esta característica es particularmente ventajosa en zonas geográficamente aisladas o de difícil acceso (ASBANC, 2019). Además, los pagos móviles son un método seguro y expeditivo para realizar transacciones a distancia o en entornos físicos.

La principal ventaja de los pagos móviles reside en su practicidad y comodidad. Según el informe publicado por BCRP, los pagos móviles ofrecen la comodidad de realizar transacciones en cualquier momento y desde cualquier lugar, por lo que resultan especialmente ventajosos para las personas con horarios de trabajo agitados o que residen en regiones geográficamente aisladas

(BCRP, 2018). Además, los pagos móviles son un medio seguro y expeditivo de transferir fondos entre conocidos y familiares.

Los pagos móviles ofrecen una mayor accesibilidad como ventaja adicional. Según el informe de Yape, los pagos móviles ofrecen un medio rentable y cómodo de realizar transacciones financieras, ya que no requieren inversiones significativas en infraestructura (Yape, 2020). Además, los pagos móviles sirven para acceder a mercados sin explotar y atraer a nuevos clientes.

Los pagos móviles pueden servir para reducir la dependencia de la moneda física y mejorar la responsabilidad financiera. La organización sin ánimo de lucro Better Than Cash Alliance ha informado de que la implantación de los pagos móviles tiene el potencial de mitigar la corrupción y el fraude. Esto se debe a la mayor transparencia y escrutinio que sufren las transacciones. (Alianza Better Than Cash, 2018). Además, la utilización de pagos móviles tiene el potencial de disminuir los gastos relacionados con el manejo de efectivo. El Banco Central de Reservas del Perú (BCRP) ha implementado un conjunto de regulaciones y protocolos de seguridad destinados a salvaguardar los intereses de los usuarios y mantener la estabilidad del sistema financiero con respecto a los pagos móviles (BCRP, 2020).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de investigación

Si bien solo hay "un" método científico, existen muchos métodos diferentes para reconocerlo cuando se usa. Por lo que se pueden utilizar varias categorías para la investigación” (Grajales, 2000). Por lo tanto, se ha investigado sobre las inquietudes del autor para que podamos categorizar la investigación de acuerdo con las clasificaciones dadas por otros autores, quienes categorizan el tipo de investigación según al objetivo y grado de la investigación. Para los fines, esta investigación presenta un enfoque mixto, abordado con un diseño exploratorio, de corte transversal y nivel descriptivo.

El enfoque de investigación de métodos mixtos se ha vuelto cada vez más frecuente en los tiempos contemporáneos debido a su capacidad para amalgamar datos cuantitativos y cualitativos, proporcionando así una comprensión más completa y matizada del fenómeno de estudio (Onwuegbuzie y Leech, 2006). Según Creswell y Plano Clark (2017), la utilización de esta metodología permite a los académicos evaluar la información desde diversos ángulos, lo que conduce a una mayor precisión y autenticidad de los resultados de la investigación. La utilización de métodos mixtos es ventajosa para explorar fenómenos intrincados y diversos, en los que un único enfoque metodológico es inadecuado para comprender la complejidad del tema de investigación (Tashakkori y Teddlie, 2010). La utilización de este tipo de enfoques ofrece distintas ventajas; los métodos cuantitativos son ventajosos para establecer relaciones causales entre variables, proporcionar datos objetivos y cuantificar la frecuencia de los acontecimientos. Por el contrario, las metodologías cualitativas facilitan una comprensión más profunda y exhaustiva del tema de investigación, facilitando así el examen de diversos puntos de vista y discernimientos (Creswell y Plano Clark, 2017). Un posible enfoque para la recopilación de datos implica la utilización de encuestas para recopilar datos cuantitativos y la realización de

entrevistas para adquirir datos cualitativos. Según Tashakkori y Teddlie (2010), es posible realizar análisis separados o combinados de estos datos para detectar patrones y correlaciones. Además, la utilización de métodos mixtos facilita la triangulación de los datos, que implica la verificación de los resultados mediante diversas técnicas. La utilización de la triangulación de datos es una metodología crucial en la investigación mixta, ya que sirve para mejorar la validez de los hallazgos mediante la verificación de la coherencia de los resultados derivados de diversas técnicas (Creswell y Plano Clark, 2017).

La utilización de un diseño exploratorio es una técnica crucial en la investigación mixta, ya que facilita la generación de ideas novedosas y una comprensión exhaustiva del tema investigado. Como señalan Creswell y Plano Clark (2018), "un enfoque exploratorio se utiliza en estudios mixtos para explorar un fenómeno poco conocido o inexplorado" (p. 58). En el contexto de un estudio de investigación con métodos mixtos destinado a proponer un programa novedoso, la utilización de un diseño de investigación exploratorio facilitaría la exploración de los requisitos, preferencias y actitudes del público al que va dirigido, al tiempo que identificaría las variables que pueden influir en el éxito de la aplicación del programa. Según Johnson y Onwuegbuzie (2004), el diseño exploratorio es especialmente útil en la fase inicial de la investigación mixta, en la que se busca generar un marco conceptual sólido para el estudio (p. 17).

El empleo del diseño exploratorio es una práctica común durante la fase preliminar de la investigación mixta, con el propósito de investigar un tema o suceso que ha recibido una atención o escrutinio limitados. En este sentido, Hughes y Sharrock (2017) sostienen que "el diseño exploratorio se utiliza en el inicio de la investigación, cuando el fenómeno a investigar es poco conocido o no se ha estudiado previamente" (p. 113). La metodología del diseño exploratorio se utiliza en el contexto de un programa novedoso para determinar los requisitos y

las expectativas del público al que va dirigido, además de los posibles obstáculos para la aplicación satisfactoria del programa. Como apuntan Onwuegbuzie y Leech (2005), el diseño exploratorio permite "generar hipótesis, identificar variables relevantes, explorar la complejidad y la dinámica del fenómeno de estudio, y describirlo en detalle" (p. 5).

La utilización de un diseño exploratorio mitiga el riesgo potencial de implantar un programa que no responda a las necesidades reales del público al que va dirigido o que no sea viable en el contexto concreto de su implantación. Para proponer un nuevo programa es indispensable comprender a fondo el tema de estudio, y el diseño exploratorio facilita esa comprensión exhaustiva. Como indican Teddlie y Tashakkori (2009), "el diseño exploratorio se enfoca en la exploración y la comprensión detallada del fenómeno de estudio, lo que facilita la identificación de problemas y oportunidades" (p. 12). En conclusión, el uso de un diseño exploratorio en una investigación mixta destinada a proponer un programa novedoso es fundamental para comprender en profundidad las necesidades y expectativas del público al que va dirigido, así como para identificar los factores que pueden influir en el éxito del programa.

Morse (1991) destacó la importancia de presentar una descripción exhaustiva de los fenómenos investigados a nivel descriptivo. Una descripción exhaustiva de un fenómeno puede proporcionar a los investigadores una mayor comprensión del mismo. Además, una descripción exhaustiva del fenómeno puede facilitar a los estudiosos la integración de sus resultados cuantitativos y cualitativos al emplear el enfoque de métodos mixtos. Hernández Sampieri et al. (2014) destacaron la importancia de una selección meticulosa del momento de recogida de datos en la investigación transversal. Los datos se recogen de un subconjunto de la población en un momento específico con el fin de realizar un análisis transversal. Esta metodología de investigación es adecuada para investigaciones destinadas a comprender los fenómenos objeto de escrutinio dentro de un marco temporal específico. La metodología de enfoque mixto implica la

recogida de datos cuantitativos mediante un enfoque transversal, seguida de la recogida de datos cualitativos en una fase posterior para mejorar la comprensión del fenómeno.

3.2 Población y Muestra

El proceso de elección de la población y la muestra es un aspecto crítico del diseño de la investigación. El término "población" se refiere a un conjunto global de individuos, objetos o sucesos que comparten una característica común o presentan algún tipo de asociación. La muestra, por el contrario, es un subconjunto representativo de la población que se utiliza para hacer inferencias sobre la población en general. Babbie (2016) sostiene que la selección de la población es un aspecto crítico de la investigación, ya que garantiza que los resultados de la investigación sean generalizables a toda la población. La población sirve como origen de la muestra y, como tal, una definición inadecuada de la población daría lugar a una muestra no representativa. Dicho de otro modo, la no selección de una muestra representativa puede impedir la generalización de los resultados de la investigación al conjunto de la población.

Varios autores proponen que el tamaño de la muestra es un aspecto crucial a tener en cuenta. Hair y sus colegas (2018) sostienen que es necesario un tamaño de muestra suficientemente grande para garantizar la significatividad de los hallazgos de la investigación. La determinación del tamaño adecuado de la muestra depende del tamaño de la población investigada y de los objetivos específicos de la investigación. Un tamaño de muestra insuficiente puede dar lugar a resultados no representativos o a una potencia estadística inadecuada, mientras que una muestra excesivamente grande puede ser costosa y exigir recursos adicionales. Hernández et al (2014) subrayan la importancia de una selección meticulosa y exhaustiva de la población. Es imperativo establecer una definición y unos límites claros y precisos para la población objeto de estudio. Un muestreo insuficiente de la población puede dar lugar a una representatividad inadecuada, con lo que se obtendrían resultados que no podrían generalizarse a

toda la población. Sanz (2009) afirma que la selección de una muestra es un aspecto crucial de la realización de una investigación. Para garantizar la representatividad de la población, la muestra debe abarcar todas las características significativas de la población en proporciones adecuadas. Para garantizar una representación equitativa de todos los miembros de la población, es imprescindible seleccionar una muestra aleatoria mediante un proceso de aleatorización. Contreras y Balcázar (2012) afirman que garantizar la validez interna y externa de la investigación depende de una selección adecuada de la muestra. El concepto de validez interna se refiere a la exactitud y coherencia de los resultados de la muestra en relación con la población más amplia, mientras que la validez externa se refiere a la generalización de los resultados de la muestra a la población más amplia. La utilización de una muestra no representativa puede afectar tanto a la validez interna como a la externa del estudio. Kothari (2004) subraya la importancia de delinear con precisión los criterios de selección de la muestra, tanto en términos de inclusión como de exclusión. El establecimiento de criterios claros, precisos y coherentes es imprescindible para ajustarse a los objetivos de la investigación.

Se sabe que la utilización del muestreo probabilístico como técnica de selección de los participantes en la investigación aumenta la representatividad de la población y reduce la posibilidad de sesgo en la selección de los participantes (Babbie, 2016). En lo que respecta a la tesis mencionada, la población objeto de estudio comprende a los 1500 comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima, una cohorte heterogénea dedicada a diversas industrias y operaciones comerciales que están obligados a formalizarse y pagar impuestos a la SUNAT. La utilización de una muestra probabilística resulta en una mayor precisión en la identificación de los participantes que representan a la población, lo que permite hacer inferencias más precisas sobre toda la población.

Además, la utilización de un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% durante el proceso de selección de la muestra indica un nivel significativo de precisión y fiabilidad en las conclusiones, según Chávez y Núñez (2015). El mencionado nivel de confianza denota un 95% de probabilidad de que los resultados derivados de la muestra sean un fiel reflejo de la población, mientras que el margen de error sugiere que los resultados de la muestra pueden desviarse un máximo del 5% de los resultados que se obtendrían si se examinara a toda la población (Babbie, 2016). En consecuencia, la utilización de una muestra probabilística conformada por 307 comerciantes que posean estas características permitió que los resultados adquiridos sean indicativos de la población completa de comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. En consecuencia, las inferencias extraídas de los datos son más precisas y fiables.

En el marco de esta investigación, el uso de muestras no probabilísticas en las entrevistas y focus groups se justifica por diversas razones que permiten obtener una comprensión profunda y enriquecedora de la temática estudiada. Siendo el objetivo principal de este estudio cualitativo la exploración de las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes, el enfoque no probabilístico brinda la flexibilidad necesaria para seleccionar cuidadosamente a aquellos individuos que pueden proporcionar información relevante y significativa.

Por último, es importante mencionar que esta investigación puede considerarse como un estudio exploratorio o piloto. En etapas tempranas del proceso de investigación, el objetivo es obtener una visión general de la temática y recopilar información preliminar que sirva como guía para futuros estudios más exhaustivos. En este sentido, la muestra no probabilística es suficiente para obtener una visión inicial antes de emprender investigaciones más amplias y detalladas.

3.3 Definición de variables

3.3.1 Categoría: Régimen tributario Especial

Se identifica bajo el siguiente constructo:

Es un régimen especialmente diseñado para facilitar la transparencia de las transacciones de las ventas relacionadas a mercados de abastos a través de pagos móviles que se basa en los principios tributarios del sistema peruano con el fin de incrementar el número de comercios que realizan el Pago del impuesto a la renta, brindado beneficios e incentivos a los contribuyentes.

3.3.2 Categoría: Pagos Móviles

Vega (2013) la define como:

“Aquel medio de pago que utiliza el teléfono celular, u otro dispositivo similar de telecomunicaciones para, como mínimo, iniciar una orden de pago y, potencialmente, también para transferir fondos. Asimismo, los pagos móviles pueden liquidarse en cuentas bancarias, lo que se conoce como banca móvil”

3.4 Secuencia de la investigación

Para esta investigación, se utilizó una metodología mixta que combinó el uso de cuestionarios y entrevistas. El cuestionario se aplicó a una muestra de comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima, mientras que las entrevistas se llevaron a cabo con expertos en el campo.

El cuestionario constó de preguntas cerradas que fueron diseñadas en base a las preguntas de investigación y las variables definidas. El cuestionario fue validado por un panel de expertos antes de ser aplicado a la muestra.

Por otro lado, las entrevistas se realizaron con expertos seleccionados en función de su experiencia y conocimiento del contexto peruano. Se utilizó una guía de entrevista, que fue diseñada en base a las preguntas de investigación y permitió un estudio profundo de aspectos

específicos relacionados con el problema de investigación. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para su posterior análisis.

En cuanto a la técnica de muestreo, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia para seleccionar a los expertos que participarían en el estudio y muestreo probabilístico para los comerciantes que desarrollaron las encuestas. Los expertos fueron contactados a través de una llamada en línea y el cuestionario fue aplicado en persona. Se buscó una muestra representativa de comerciantes de diferentes sectores y tamaños de negocio para obtener una perspectiva amplia y variada de las prácticas tributarias y diversidad de campo para los expertos entrevistados.

Figura 5

Secuencia de investigación



3.5 Métodos y técnicas

La realización de un cuestionario basado en las preguntas de investigación y su contraste con entrevistas a expertos en el contexto de una metodología mixta fue una herramienta valiosa para comprender la realidad tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. Esta estrategia permitió obtener una visión amplia y profunda sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias, la adecuación del marco legal y la efectividad de los regímenes tributarios existentes en este mercado.

Uno de los principales beneficios de utilizar una metodología mixta fue la posibilidad de complementar la información obtenida a través del cuestionario con la opinión y perspectiva de los expertos. En este sentido, la información proporcionada por los expertos contribuyó a profundizar en las implicaciones y causas del cumplimiento tributario de los comerciantes y se utilizó para contextualizar los resultados obtenidos a través del cuestionario. Además, el uso de variables y categorías permitió obtener una mayor precisión en los datos obtenidos a través del cuestionario; al ser definidas de manera clara y coherente, permitieron un análisis riguroso de los datos y una mayor facilidad para comparar los resultados obtenidos con investigaciones previas en este mismo mercado o en otros mercados similares.

Por otro lado, la posibilidad de utilizar las variables y categorías para plantear una propuesta que abordara la realidad plasmada en los resultados fue una oportunidad única para generar soluciones concretas y efectivas para mejorar la situación tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. Los resultados obtenidos a través del cuestionario y las entrevistas con expertos se utilizaron para identificar las necesidades y desafíos de los comerciantes en este mercado, y para desarrollar propuestas que abordaran estos problemas de manera efectiva. En este sentido, Rojas y Giraldo (2017) destacaron la importancia de utilizar los resultados de las investigaciones para generar propuestas que tuvieran un impacto real en la

sociedad. Los autores argumentaron que los resultados de las investigaciones no debían quedarse en un informe académico, sino que debían ser utilizados para mejorar la situación de las personas y comunidades. En el caso de la investigación propuesta, los resultados obtenidos a través del cuestionario y las entrevistas se utilizaron para proponer soluciones concretas que mejoraran la situación tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Por otro lado, la definición clara y coherente de las variables y categorías fue esencial para la validez y fiabilidad de los datos obtenidos a través del cuestionario. En este sentido, Hernández et al (2014) destacaron la importancia de definir claramente las variables y categorías para obtener datos precisos y confiables. Los autores señalaron que una mala definición de las variables y categorías podía llevar a resultados sesgados y poco confiables.

3.6 Instrumentos

3.6.1 Cuestionario

La selección del método adecuado para la recogida de datos es un aspecto crucial para garantizar la fiabilidad y exactitud de la información en una investigación. El presente estudio propone la utilización de una técnica de encuesta, empleando un cuestionario compuesto por 60 preguntas cerradas, para evaluar la percepción de los comerciantes sobre el contexto analizado. En este apartado se explicará y justificará la aplicación de dicha técnica de recogida de datos.

La técnica de encuesta es un método comúnmente empleado en la investigación social, particularmente cuando se trata de recolectar datos sobre actitudes, opiniones o percepciones de un grupo específico, como es el caso de los comerciantes. Según la definición proporcionada por Hernández Sampieri et al. (2014), una encuesta es un procedimiento estandarizado basado en un cuestionario que se emplea para recabar información sobre las características, actitudes, opiniones, sentimientos o comportamientos de un determinado grupo de individuos. Suele administrarse a una muestra representativa del grupo en cuestión. Además, la utilización de

preguntas cerradas en la encuesta facilita una mayor uniformidad en las respuestas de los participantes y agiliza el análisis de los datos. Babbie (2010) afirma que las preguntas cerradas implican un conjunto de opciones de respuesta predeterminadas que se presentan al encuestado, quien debe seleccionar la opción que mejor se ajuste a su situación o perspectiva. Dicho fenómeno permite un mayor grado de uniformidad en las reacciones, facilitando así su posterior examen y yuxtaposición.

En cuanto a la cantidad de preguntas incluidas en la encuesta, se seleccionaron un total de 65 preguntas con el objetivo de adquirir una amplia gama de datos y abarcar diversas facetas del contexto analizado. Bryman (2012) plantea que la determinación del número de preguntas a incluir en un cuestionario depende del objetivo de la investigación, de la disponibilidad de tiempo y recursos, y del nivel de especificidad deseado en las respuestas. En este caso, la cifra mencionada se considera significativa por su capacidad de aportar información exhaustiva y meticulosa sobre la percepción de los comerciantes.

Por el contrario, la utilización del cuestionario a través de la metodología de encuesta conlleva ciertas limitaciones que merecen ser contempladas. Es plausible que algunos participantes opten por omitir respuestas a determinadas preguntas o que proporcionen respuestas poco sinceras o incompletas. Además, es posible que exista un sesgo de selección en el proceso de muestreo, lo que podría comprometer la representatividad de los resultados. No obstante, estas limitaciones pueden mitigarse mediante procedimientos de muestreo meticulosos, la aplicación de métodos adecuados de elaboración y entrega de cuestionarios y la utilización de metodologías estadísticas rigurosas.

3.6.1.1 Ficha técnica

Título: Percepciones y actitudes de los comerciantes en relación a la formalización tributaria y uso de pagos móviles en mercado de abastos.

Objetivo de la investigación: Recopilar información sobre las percepciones y actitudes de los comerciantes en relación con la formalización y el pago de impuestos, así como su cercanía y conocimiento con el pago móvil.

Reactivos de respuesta: Dicotómico, con respuesta sí o no.

Duración del cuestionario: Estimada en 30 minutos.

Población objetivo: Comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima

Muestra: Aleatoria y proporcional.

Diseño del cuestionario: Validado por expertos en el área y pretestado con la población objetivo.

Análisis de datos: Se utilizará un enfoque cuantitativo

Procedimientos éticos: Se garantizará la confidencialidad de los participantes y se obtendrá el consentimiento informado previo a la participación en la investigación.

Total, de preguntas: 65

Tabla 5

Matriz de preguntas - Cuestionario

DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM	REACTIVO
Cumplimiento tributario	cumplimiento de obligaciones tributarias	1. ¿Ha presentado sus declaraciones tributarias en el plazo establecido por la SUNAT?	
		2. ¿Ha emitido comprobantes de pago de manera adecuada y en el plazo correspondiente?	SÍ (1)
		3. ¿Ha llevado adecuadamente sus libros contables y registros tributarios?	NO (2)
		4. ¿Ha realizado los ajustes y rectificaciones necesarias a sus declaraciones tributarias?	

	5. ¿Ha realizado el pago de sus impuestos dentro del plazo establecido por la SUNAT?	
	6. ¿Ha realizado el pago de sus impuestos en la cantidad correcta?	
Pago de impuestos	7. ¿Ha utilizado los medios de pago permitidos por la SUNAT para realizar sus pagos tributarios?	
	8. ¿Ha utilizado la opción de fraccionamiento o aplazamiento de pagos tributarios?	
	9. ¿Ha realizado alguna vez operaciones sin emitir comprobantes de pago?	
	10. ¿Ha declarado ingresos inferiores a los que realmente obtuvo?	
Evasión fiscal	11. ¿Ha utilizado algún mecanismo para reducir sus obligaciones tributarias sin tener derecho a ello?	
	12. ¿Ha realizado transacciones con terceros sin declarar el monto real de la transacción?	
	13. ¿Está satisfecho con el régimen tributario al que está inscrito?	
	14. ¿Cree que el régimen tributario al que está inscrito es justo?	
Satisfacción del contribuyente	15. ¿Considera que el régimen tributario le brinda las herramientas necesarias para cumplir con sus obligaciones tributarias?	
	16. ¿Cree que el régimen tributario al que está inscrito beneficia a su negocio?	SÍ (1)
Beneficios y costos	17. ¿Ha utilizado los beneficios fiscales a los que tiene derecho según su régimen tributario?	NO (2)
	18. ¿Considera que los beneficios fiscales a los que tiene derecho según su régimen tributario son suficientes?	
Beneficios fiscales	19. ¿Cree que los beneficios fiscales a los que tiene derecho según su régimen tributario son justos?	

		20. ¿Ha considerado cambiar de régimen tributario para obtener mejores beneficios fiscales?	
	Costo promedio para los contribuyentes	21. ¿Cree que paga un monto adecuado en tributos?	
		22. ¿Cree que los tributos que paga son justos?	
		23. ¿Ha considerado cambiar de régimen tributario debido al costo de los tributos?	
	Conocimiento de los comerciantes	24. ¿Sabe usted qué obligaciones tributarias tiene que cumplir según su régimen tributario?	
		25. ¿Conoce los plazos y formas de pago de sus tributos según su régimen tributario?	
		26. ¿Ha recibido capacitación o información por parte de la SUNAT sobre su régimen tributario?	
	Asesoramiento tributario	27. ¿Recibe usted asesoramiento tributario de algún profesional o entidad especializada?	
		28. ¿Considera usted que es importante recibir asesoramiento tributario para cumplir con sus obligaciones tributarias?	
Conocimiento tributario		29. ¿Cree que el costo del asesoramiento tributario es elevado para su negocio?	SÍ (1) NO (2)
		30. ¿Confía en la SUNAT como entidad encargada de fiscalizar y recaudar tributos?	
		31. ¿Considera que la SUNAT actúa con transparencia en su labor fiscalizadora?	
	Confianza en la autoridad tributaria	32. ¿Cree que la SUNAT está comprometida con la lucha contra la evasión fiscal?	
		33. ¿Está satisfecho con los servicios que brinda la SUNAT?	
		34. ¿Cree que la SUNAT realiza una labor justa y equitativa en la fiscalización y recaudación de tributos?	

		35. ¿Ha oído hablar de plataformas de pago móvil como alternativa a los pagos en efectivo o con tarjeta?	
	Conocimiento de usuario	36. ¿Está familiarizado con alguna plataforma de pago móvil específica?	
		37. ¿Ha utilizado alguna vez una plataforma de pago móvil para realizar transacciones comerciales?	
		38. ¿Tiene acceso a un smartphone o dispositivo móvil para utilizar plataformas de pago móvil?	
	Capacidad de adopción	39. ¿Considera que su comercio tiene la capacidad tecnológica para implementar pagos móviles?	
Tecnología		40. ¿Está dispuesto a invertir en tecnología para poder adoptar pagos móviles en su comercio?	SÍ (1) NO (2)
		41. ¿Tiene acceso a internet estable y seguro para poder utilizar plataformas de pago móvil?	
		42. ¿Ha investigado los costos asociados con la implementación de pagos móviles en su comercio?	
	Costo de transacción	43. ¿Está dispuesto a pagar una tarifa o comisión para utilizar una plataforma de pago móvil?	
		44. ¿Considera que el costo de transacción para utilizar una plataforma de pago móvil es razonable en relación a los beneficios que ofrece?	
		45. ¿Cree que los consumidores están dispuestos a usar el pago móvil en sus transacciones de compra?	
Comportamiento del usuario	Aceptación	46. ¿Considera que la adopción del pago móvil en su comercio mejoraría la experiencia de compra del consumidor?	SÍ (1) NO (2)
		47. ¿Cree que el pago móvil podría atraer a nuevos clientes a su comercio?	

		48. ¿Piensa que la falta de aceptación del consumidor es una barrera para la adopción del pago móvil en su comercio?	
		49. ¿Ha notado un aumento en el uso de pagos móviles por parte de los consumidores en su comercio?	
	Frecuencia de uso	50. ¿Usa usted mismo el pago móvil en sus transacciones personales?	
		51. ¿Ha promovido activamente el uso de pagos móviles en su comercio?	
		52. ¿Cree que el uso del pago móvil puede aumentar la frecuencia de las transacciones de los consumidores en su comercio?	
		53. ¿Siente que el pago móvil es una forma segura de realizar transacciones comerciales?	
	Seguridad	54. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con el pago móvil relacionada con la seguridad?	
		55. ¿Está satisfecho con las medidas de seguridad implementadas por su proveedor de pago móvil?	
		56. ¿Prefiere usar el pago móvil en lugar de otros métodos de pago en su comercio?	
	Preferencia	57. ¿Ha notado que los consumidores prefieren el pago móvil a otros métodos de pago?	
		58. ¿Considera que la adopción del pago móvil podría mejorar la imagen y reputación de su comercio?	
		59. ¿Conoce usted las regulaciones bancarias que rigen el uso de los pagos móviles en el Perú?	SÍ (1)
Regulaciones y políticas	Regulaciones bancarias	60. ¿Está de acuerdo con las regulaciones bancarias que rigen el uso de pagos móviles en el Perú?	NO (2)

Políticas
bancarias para
el uso de pago
móvil

61. ¿Cree usted que las regulaciones bancarias relacionadas con el uso de pagos móviles en el Perú son adecuadas y justas?
 62. ¿Conoce usted las políticas de los bancos en relación con el uso de pagos móviles en el Perú?
 63. ¿Cree usted que debería haber una política única para el uso de pagos móviles en todos los bancos del Perú?
 64. ¿Ha encontrado diferencias significativas en las políticas de diferentes bancos en relación con el uso de pagos móviles?
 65. ¿Cree usted que las políticas de los bancos en relación con el uso de pagos móviles son adecuadas y justas?
-

3.6.2 Entrevista en profundidad

La utilización de entrevistas en profundidad como instrumento de investigación tiene un valor significativo en el examen de los comportamientos y percepciones de las partes implicadas en la aplicación práctica.

Numerosos estudiosos han destacado la importancia de utilizar entrevistas en profundidad como metodología cualitativa para obtener datos sustanciales y valiosos en la investigación social y técnica. Según la afirmación de Kvale (2007), la utilización de entrevistas en profundidad facilita la obtención de datos exhaustivos e intrincados, permitiendo así una comprensión profunda de los fenómenos y comportamientos investigados. Fontana y Frey (2005) afirman que la utilización de entrevistas en profundidad permite a los investigadores profundizar y analizar los puntos de vista y las experiencias de los participantes investigados, facilitando así una comprensión más completa y contextualizada de los temas de la investigación.

Según Taylor y Bogdan (1987), la entrevista en profundidad es un método valioso para investigar temas delicados o polémicos. Esto se debe a que permite a los participantes expresar

sus puntos de vista con mayor libertad y confidencialidad, aumentando así la credibilidad de los datos recogidos. Además, Creswell (2007) subraya que la utilización del método de la entrevista en profundidad es adecuada para adquirir datos exhaustivos relativos a la interpretación personal de los entrevistados sobre sus experiencias, permitiendo así una comprensión más exhaustiva y precisa de los fenómenos investigados.

La utilización de entrevistas en profundidad es una técnica importante para obtener información valiosa en la investigación del derecho fiscal, en particular en el examen de las actitudes de los contribuyentes hacia la aplicación y el cumplimiento de las normas fiscales, y los factores que afectan a su conducta fiscal.

La utilización de entrevistas en profundidad como herramienta de investigación se basa en la posibilidad de adquirir datos exhaustivos y contextualizados sobre el tema investigado. Este enfoque facilita una comprensión más completa y precisa de los fenómenos examinados. Además, la utilización de entrevistas en profundidad facilita un intercambio personalizado y directo entre el investigador y los participantes investigados, fomentando así un clima de confianza y cooperación que favorece la obtención de información valiosa y digna de mención.

3.6.2.1 Ficha Técnica

Título: "Estrategias tributarias efectivas: entrevista a expertos"

Variable: Régimen Tributario Especial

Objetivo: Obtener información de expertos en materia tributaria sobre políticas y estrategias efectivas para promover la formalización y el pago de impuestos, para ser comparadas con la realidad obtenida del análisis cuantitativo.

Tipo de estudio: Enfoque cualitativo, entrevista a profundidad.

Población: Expertos en materia tributaria.

Muestra: Selección intencional de expertos en materia tributaria.

Número de preguntas: 9 preguntas abiertas y concretas.

Tabla 6

Matriz de preguntas - Entrevista a expertos

DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM
Cumplimiento tributario	cumplimiento de obligaciones tributarias	1. ¿Cuáles son las principales razones por las que los comerciantes de mercados no cumplen con sus obligaciones tributarias?
	Pago de impuestos	2. ¿Qué factores influyen en la decisión de los comerciantes de mercados mayoristas de pagar sus impuestos?
	Evasión fiscal	3. ¿Cuál es la magnitud de la evasión fiscal en las actividades comerciales de los mercados mayoristas en Perú?
Beneficios y costos	Satisfacción del contribuyente	4. ¿Cuáles son las principales razones por las que un contribuyente no estaría satisfecho con el servicio tributario que recibe?
	Beneficios fiscales	5. ¿Qué impacto tienen los beneficios fiscales en la actividad económica de los mercados mayoristas?
	Costo promedio para los contribuyentes	6. ¿Qué impacto tiene el costo del régimen fiscal en el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de mercados mayoristas?
Conocimiento tributario	Conocimiento de los comerciantes	7. ¿Cómo influye el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de mercados mayoristas en su cumplimiento de las obligaciones tributarias?
	Asesoramiento tributario	8. ¿Cree que el asesoramiento tributario brindado por la SUNAT es efectivo en promover la formalización y el cumplimiento tributario entre los comerciantes de mercados mayoristas?
	Confianza en la autoridad tributaria	9. ¿Qué opinión tiene sobre las medidas y sanciones aplicadas por la SUNAT para promover el cumplimiento tributario?

3.6.3 Focus Group

El Focus Group es una metodología de investigación cualitativa comúnmente empleada en el ámbito de las ciencias sociales y de mercado. La metodología consiste en convocar a un grupo de personas para que dialoguen e intercambien sus experiencias personales, perspectivas y puntos de vista sobre un tema concreto. La selección de este instrumento concreto para el estudio se basó en su capacidad para producir datos exhaustivos y situacionales, así como para investigar los puntos de vista y las disposiciones de los participantes de forma participativa y fluida.

Hay múltiples razones por las que se considera un instrumento valioso en la investigación cualitativa. En primer lugar, facilita la adquisición de una amplia gama de puntos de vista y perspectivas en un entorno colectivo, lo que mejora la comprensión de un fenómeno específico. Además, promueve la comunicación interpersonal y la crítica constructiva entre los individuos, creando un entorno que facilita el intercambio de pensamientos y la aparición de temas y nociones novedosos. Según Morgan (1997), la utilización de la metodología de grupos focales permite a los investigadores investigar las interacciones grupales, la dinámica social y las relaciones de poder que existen dentro de un grupo. Además, proporciona información significativa sobre los incentivos, las perspectivas y las disposiciones de los encuestados, junto con las normas y los principios que defiende colectivamente la cohorte.

Krueger (2009) es un notable académico en el ámbito de la investigación cualitativa. En su trabajo, hace hincapié en la eficacia del método de los grupos focales para descubrir tanto las dimensiones manifiestas como las encubiertas de un tema determinado. Mediante el compromiso colectivo, es posible discernir patrones, incoherencias y puntos de acuerdo que permanecerían oscuros en una investigación en solitario. Stewart y Shamdasani (2014) subrayan la naturaleza adaptable del grupo focal como herramienta de investigación. La versatilidad de la herramienta permite adaptarla a diversos contextos y poblaciones, facilitando así la exploración de asuntos intrincados y multifacéticos.

La selección del Focus Group como herramienta de investigación adicional para este estudio se basa en su capacidad para investigar las perspectivas y opiniones de los comerciantes en relación con la formalización y el pago de impuestos. El objetivo es adquirir una comprensión más profunda de las variables que impactan la conducta de los comerciantes, junto con los impedimentos y facilitadores del proceso de formalización y adhesión a las normas tributarias, por medio de la interacción grupal. Además, la utilización de la metodología de grupos focales

facilitará el examen de cuestiones relacionadas con la proximidad geográfica de los comerciantes y su nivel de familiaridad con la implantación de sistemas de pago por móvil. Se espera que la colaboración entre los participantes permita compartir experiencias personales y explorar las perspectivas y anticipaciones individuales en relación con esta tecnología concreta.

3.6.3.1 Ficha técnica

Título: "Percepciones y actitudes hacia la formalización y el pago de impuestos"

Variable: Régimen Tributario Especial

Objetivo: Obtener información sobre las percepciones y actitudes de los participantes respecto a la formalización y el pago de impuestos, enfocándose en los comprobantes de pago, evasión de impuestos, beneficios, burocracia, concientización y promoción de la formalización.

Tipo de estudio: Focus Group.

Población: Comerciantes y consumidores

Muestra: Selección intencional de comerciantes y consumidores de mercado de abastos.

Número de participantes: 7 participantes.

Duración estimada: Aproximadamente 70 minutos.

Cantidad de preguntas de preguntas: 9

Tabla 7

Guía de preguntas- Focus Group

DIMENSIÓN	INDICADOR	Pregunta
Cumplimiento tributario	cumplimiento de obligaciones tributarias	1. ¿Cuáles crees que son las razones por las que los comerciantes no generan comprobantes de pago?

	Pago de impuestos	2. ¿Qué beneficios ves en la emisión y entrega de comprobantes de pago en tus transacciones?
	Evasión fiscal	3. ¿Consideras que la evasión de impuestos es un motivo importante para la falta de emisión de comprobantes de pago?
	Satisfacción del contribuyente	4. ¿Qué aspectos específicos consideras que se podrían mejorar en los trámites y gestiones tributarias?
Beneficios y costos	Beneficios fiscales	5. ¿En tu opinión, el ser contribuyente te brinda beneficios?
	Costo promedio para los contribuyentes	6. En términos de costos ¿te es beneficioso ser contribuyente formal?
	Conocimiento de los comerciantes	7. ¿Considera que el contribuyente tiene conocimiento tributario?
Conocimiento tributario	Asesoramiento tributario	8. Al contribuyente ¿Le es fácil contar con asesoramiento tributario especializado?
	Confianza en la autoridad tributaria	9. ¿Qué percepción tienes sobre la labor de la entidad tributaria en cuanto a promover la formalización y el pago de impuestos?

3.6.4 Ficha de observación

La Ficha de Observación es una herramienta utilizada para la recolección sistemática de datos a través de la observación directa de comportamientos, eventos o situaciones. Este instrumento se compone de diferentes dimensiones que representan aspectos claves a observar. En cada dimensión, se realiza una observación específica y se registran las respuestas en forma de indicadores binarios, como 'sí' o 'no'.

En este caso, la Ficha de Observación se ha aplicado para evaluar dos dimensiones críticas: el Nivel de Cumplimiento Tributario y el uso de Pagos Móviles. La primera observación apuntó a discernir si los sujetos emiten un comprobante de pago, un indicador del cumplimiento de obligaciones fiscales. La segunda observación, en cambio, se centró en determinar si los sujetos utilizan pagos móviles para las ventas, lo cual puede indicar su grado de adaptación a las tecnologías financieras digitales.

Las respuestas a estas observaciones brindan información valiosa para comprender el comportamiento tributario y la adopción de tecnologías financieras en la muestra de estudio, y pueden ayudar a diseñar intervenciones o políticas que promuevan la equidad fiscal y la inclusión financiera.

3.6.4.1 Ficha Técnica

Título del Instrumento: "Percepciones y Actitudes hacia la Emisión de Comprobante de Pago y el Uso de Pago Móvil"

Variable de Interés: Nivel de Cumplimiento Tributario y Uso de Pago Móvil

Objetivo del Instrumento: Evaluar el nivel de cumplimiento tributario y el uso de pago móvil por parte de comerciantes en un mercado de abastos, a través de la observación directa de sus prácticas comerciales.

Tipo de Estudio: Observación Directa

Población de Estudio: Comerciantes y Consumidores que interactúan en el mercado de abastos.

Muestra: Selección intencional de comerciantes en el mercado de abastos.

Número de Participantes: 100 comerciantes.

Duración Estimada de la Observación por Participante: Aproximadamente 20 minutos.

Cantidad de Reactivos: Dos reactivos, con 5 ítems cada uno, correspondientes a las dos variables de interés.

- Primer Reactivo: Observar y registrar si el comerciante emite comprobante de pago durante las transacciones.

- Segundo Reactivo: Observar y registrar si el comerciante acepta y utiliza pago móvil para las transacciones.

Descripción: Este instrumento de observación permitirá obtener una visión del comportamiento de los comerciantes respecto a dos variables críticas en el contexto actual: el cumplimiento tributario y la adopción de tecnologías de pago móvil. Los datos recolectados aportarán información valiosa para la comprensión de estas prácticas y pueden informar la implementación de políticas o intervenciones para promover tanto el cumplimiento tributario como la inclusión financiera digital.

Criterio	Ítem de Observación	SI	NO
Nivel de Cumplimiento Tributario	1. El comerciante emite un comprobante de pago al finalizar una transacción.		
	2. El comerciante tiene visible un aviso que informa sobre la emisión de comprobantes de pago.		
	3. El comerciante indica verbalmente al cliente la emisión del comprobante de pago.		
	4. El comerciante registra la venta en una máquina registradora o sistema digital.		
	5. El comerciante posee un número de RUC visible en su puesto de venta.		
Pagos Móviles	1. El comerciante tiene visible un aviso que indica que acepta pagos móviles.		
	2. El comerciante propone el pago móvil como opción al momento de cobrar.		
	3. El comerciante posee un dispositivo (ej: smartphone, tablet) para recibir pagos móviles.		
	4. El comerciante recibe exitosamente un pago móvil durante la observación.		

	5. El comerciante tiene visible el código QR o número de cuenta para recibir pagos móviles.		
--	---	--	--

3.7 Procesamiento de datos

Tras el proceso de recopilación de datos para la investigación de enfoque mixto que utiliza un diseño proyectivo, se organizaron los datos utilizando Microsoft Excel, que generó una base de datos que posteriormente se analizó y calculó utilizando SPSS versión 25. En la sección siguiente se presentan los resultados mediante tablas y figuras que describen la muestra y el fenómeno estudiado.

Posteriormente, se llevó a cabo una secuencia de entrevistas con especialistas en el campo del programa sugerido, con el objetivo de adquirir datos suplementarios y complementarios en relación con los resultados derivados del cuestionario, y para solicitar su punto de vista competente sobre la viabilidad del programa. Se eligieron profesionales con gran experiencia en el ámbito del comercio y en la ejecución de iniciativas análogas en otros mercados. Las entrevistas se realizaron mediante interacciones virtuales grabadas para su transcripción y análisis. Esto se hizo para comparar y contrastar los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas con los datos cuantitativos presentados.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos del cuestionario

4.1.1 Resultados Generales

El estudio propuesto investiga dos variables principales: "Régimen tributario especial" y "Pagos Móviles". Ambas variables se descomponen en varias dimensiones e indicadores asociados.

La primera variable, "Régimen tributario especial", se subdivide en tres dimensiones: "Cumplimiento tributario", "Beneficios y costos" y "Conocimiento tributario". En la dimensión "Cumplimiento tributario", los indicadores como el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el pago de impuestos y la evasión fiscal buscan proporcionar una imagen completa del grado en que los contribuyentes cumplen con sus responsabilidades fiscales. Esto implica evaluar si los contribuyentes pagan sus impuestos en su totalidad y a tiempo, y si realizan esfuerzos para evadir sus responsabilidades fiscales. La dimensión "Beneficios y costos" se centra en la percepción de los contribuyentes sobre los beneficios fiscales proporcionados por el régimen tributario especial, la satisfacción con dichos beneficios y el costo promedio que implica cumplir con sus obligaciones fiscales. Estos indicadores buscan analizar la eficacia del régimen tributario especial en términos de incentivar el cumplimiento y facilitar el proceso para los contribuyentes. Por último, la dimensión "Conocimiento tributario" se refiere al grado en que los contribuyentes entienden las leyes fiscales y los procedimientos, si tienen acceso a asesoramiento tributario y si confían en la autoridad tributaria. Este conjunto de indicadores es fundamental para entender la capacidad de los contribuyentes para navegar por el sistema tributario y su percepción de la autoridad tributaria.

La segunda variable, "Pagos Móviles", también se desglosa en tres dimensiones: "Tecnología", "Comportamiento del usuario" y "Políticas bancarias para el uso de pago móvil".

La dimensión "Tecnología" evalúa el conocimiento del usuario sobre los pagos móviles, su capacidad para adoptar dicha tecnología y los costos de transacción asociados. Estos indicadores ayudan a entender las barreras tecnológicas y económicas para la adopción de pagos móviles. La dimensión "Comportamiento del usuario" se centra en la aceptación de los pagos móviles, la frecuencia de uso y las percepciones de seguridad. Estos indicadores aportan información valiosa sobre cómo los usuarios interactúan con la tecnología de pagos móviles y sus actitudes hacia la misma. Por último, la dimensión "Políticas bancarias para el uso de pago móvil" se refiere a las regulaciones bancarias y las políticas bancarias específicas para el uso de pagos móviles. Estos indicadores ofrecen una perspectiva importante sobre el entorno regulatorio y las políticas que pueden influir en la adopción y uso de los pagos móviles.

En cuanto a la baremación, la V1 (Régimen tributario especial) y la V2 (Pagos móviles) están clasificadas en tres niveles: alto, medio y bajo. Cada nivel se define por un rango de valores. Para la V1, un nivel alto se define con un rango de 34-50, el nivel medio es 51 y el nivel bajo se define con un rango de 52-68. Para la V2, el nivel alto se define con un rango de 31-35, el nivel medio es 36 y el nivel bajo se define con un rango de 37-79.

Tabla 8

Baremación de rangos

	V1	V2
NIVEL ALTO	34-50	31-35
NIVEL MEDIO	51	36
NIVEL BAJO	52-68	37-79

Al observar las frecuencias por nivel de variable, para la Variable 1, la mayoría de los participantes (72,3%) están en el nivel medio, seguidos por el nivel alto (19,5%) y el nivel bajo (8,1%).

Tabla 9*Resultados generales para la variable Régimen tributario especial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	25	8,1	8,1	8,1
	Medio	222	72,3	72,3	80,5
	Alto	60	19,5	19,5	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

Para la Variable 2, también la mayoría de los participantes (72,0%) están en el nivel medio, seguidos por el nivel alto (24,1%) y el nivel bajo (3,9%).

Tabla 10*Resultados Generales para la variable Pagos móviles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	3,9	3,9	3,9
	Medio	221	72,0	72,0	75,9
	Alto	74	24,1	24,1	100,0
	Total	307	100,0	100,0	

En términos generales, los resultados se pueden interpretar de la siguiente manera:

La variable 1 (Régimen tributario especial) muestra que la mayoría de los participantes (72,3%) se encuentran en un nivel medio de cumplimiento. Esto puede indicar que, aunque están en su mayoría conscientes de sus obligaciones tributarias y tienen un cierto nivel de satisfacción con los beneficios y costos asociados al cumplimiento de estas obligaciones, aún existen áreas de mejora para lograr un alto nivel de cumplimiento.

Por otro lado, un 19,5% de los participantes alcanza un nivel alto de cumplimiento tributario, lo cual puede sugerir que están plenamente concienciados de sus responsabilidades

fiscales, satisfechos con los beneficios fiscales proporcionados y capaces de asumir los costos asociados a cumplir con sus obligaciones. Sin embargo, una minoría (8,1%) muestra un bajo nivel de cumplimiento, lo cual puede indicar falta de conocimiento, insatisfacción o dificultades para asumir los costos relacionados con sus obligaciones tributarias.

En cuanto a la variable 2 (Pagos móviles), los resultados muestran que la mayoría de los participantes (72,0%) se encuentra en un nivel medio de adopción y uso de pagos móviles. Esto puede sugerir que, aunque los participantes están en general familiarizados con la tecnología y han adoptado los pagos móviles hasta cierto punto, aún pueden existir barreras para un uso más generalizado, como la percepción de seguridad, los costos de transacción o la falta de políticas bancarias favorables.

Un 24,1% de los participantes tiene un alto nivel de adopción y uso de pagos móviles, lo cual indica una buena familiaridad con la tecnología, la percepción de que es segura y eficiente y probablemente la existencia de políticas bancarias que facilitan su uso. Sin embargo, un pequeño porcentaje (3,9%) muestra un bajo nivel de uso de pagos móviles, lo cual podría deberse a una falta de conocimiento o confianza en la tecnología, o a políticas bancarias poco favorables.

4.1.2 Variable Régimen tributario Especial

Dimensión: Cumplimiento Tributario

Indicador: Cumplimiento de obligaciones tributaria

Pregunta 1: ¿Ha presentado sus declaraciones tributarias en el plazo establecido por la SUNAT?

En la Tabla 11 y Figura 6 se muestra los datos recopilados sobre el cumplimiento de presentación de declaraciones tributarias en el plazo establecido por la SUNAT. Según los resultados, se observa que el 96,7% de los encuestados afirmaron haber presentado sus declaraciones en el plazo indicado, mientras que solo el 3,3% admitieron no haberlo hecho. En

total, se contabilizaron 307 respuestas válidas. Estos datos reflejan un alto grado de cumplimiento en el cumplimiento de los plazos tributarios por parte de los contribuyentes encuestados.

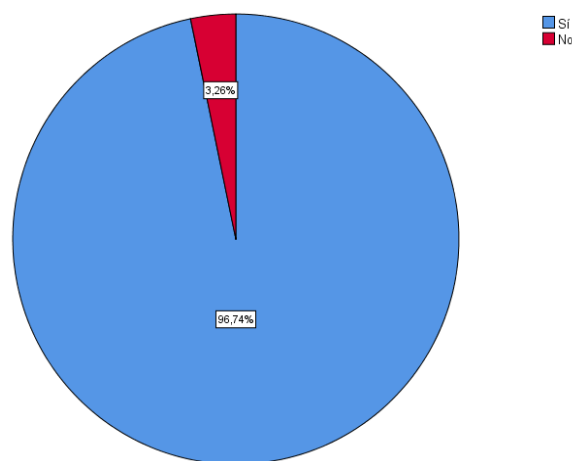
Tabla 11

Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	297	96,7
	No	10	3,3
	Total	307	100,0

Figura 6

Pregunta 1



Pregunta 2: ¿Ha emitido comprobantes de pago de manera adecuada y en el plazo correspondiente?

En la Tabla 12 y la Figura 7 se presentan los resultados de la pregunta 2. La Tabla muestra que, de un total de 307 encuestados, el 96,7% (297 personas) afirmaron haber emitido comprobantes de pago de manera adecuada, mientras que el 3,3% (10 personas) indicaron que no lo habían hecho. Estos datos demuestran que la gran mayoría de los encuestados ha cumplido con la emisión de comprobantes de pago en el plazo correspondiente.

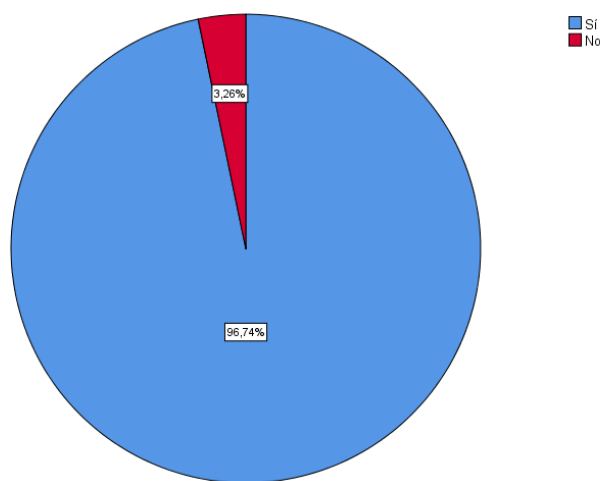
Tabla 12

Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	297	96,7
	No	10	3,3
	Total	307	100,0

Figura 7

Pregunta 2



Pregunta 3: ¿Ha llevado adecuadamente sus libros contables y registros tributarios?

En la Tabla 13 y la Figura 8 se presentan los resultados de la pregunta 3, que indaga sobre si se ha llevado adecuadamente los libros contables y registros tributarios. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 97,1% (298 personas) afirmaron haber llevado adecuadamente sus libros contables y registros tributarios, mientras que el 2,9% (9 personas) indicaron que no lo habían hecho. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados ha cumplido con la correcta llevanza de los libros contables y registros tributarios. La Figura 6 también representa visualmente esta distribución de respuestas.

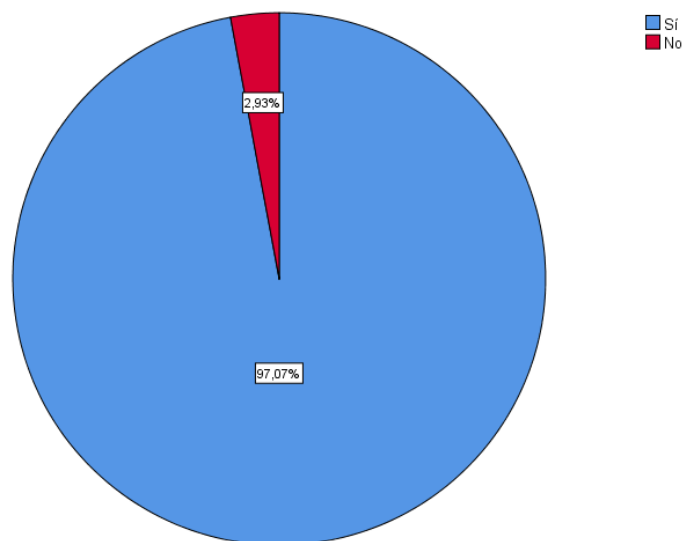
Tabla 13

Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	298	97,1
	No	9	2,9
	Total	307	100,0

Figura 8

Pregunta 3



Pregunta 4: ¿Ha realizado los ajustes y rectificaciones necesarias a sus declaraciones tributarias?

En la Tabla 14 y la Figura 9 se presentan los resultados de la pregunta 4 relacionada con los ajustes y rectificaciones necesarias a las declaraciones tributarias. La Tabla muestra que, de un total de 307 encuestados, el 98,0% (301 personas) afirmaron haber realizado los ajustes y rectificaciones necesarias, mientras que el 2,0% (6 personas) indicaron que no lo habían hecho. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados han llevado a cabo los ajustes y rectificaciones requeridos en sus declaraciones tributarias. La Figura 7 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

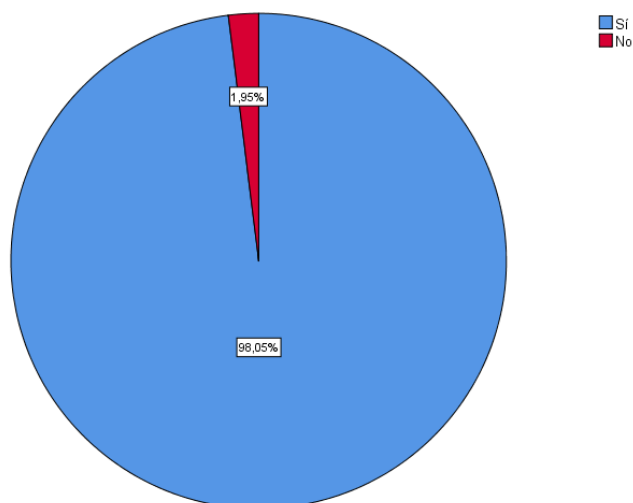
Tabla 14

Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	301	98,0
	No	6	2,0
	Total	307	100,0

Figura 9

Pregunta 4



Indicador: Pago de impuestos

Pregunta 5: ¿Ha realizado el pago de sus impuestos dentro del plazo establecido por la SUNAT?

En la Tabla 15 y la Figura 10 se presentan los resultados de la pregunta 5, la cual indaga sobre si se ha realizado el pago de los impuestos dentro del plazo establecido por la SUNAT. La Tabla muestra que, de un total de 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) afirmaron haber realizado el pago de impuestos dentro del plazo establecido, mientras que el 2,6% (8 personas) indicaron que no lo habían hecho. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados ha cumplido con el pago de sus impuestos dentro del plazo correspondiente. La Figura 8

complementa visualmente esta información al representar gráficamente la distribución de respuestas a la pregunta 5.

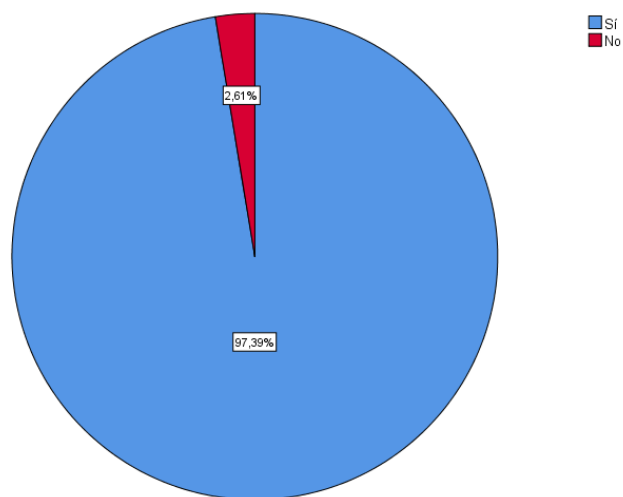
Tabla 15

Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 10

Pregunta 5



Pregunta 6: ¿Ha realizado el pago de sus impuestos en la cantidad correcta?

En la Tabla 16 y la Figura 11 se presentan los resultados de la pregunta 6, que se refiere a si los encuestados han realizado el pago de sus impuestos en la cantidad correcta. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) indicaron haber realizado el pago de sus impuestos en la cantidad correcta, mientras que el 2,6% (8 personas) manifestaron no haberlo hecho. Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados ha cumplido con el

pago de sus impuestos en la cantidad correcta. La Figura 9 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

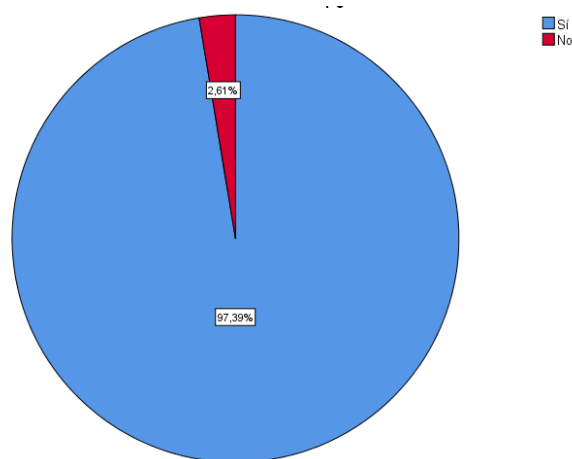
Tabla 16

Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 11

Pregunta 6



Pregunta 7: ¿Ha utilizado los medios de pago permitidos por la SUNAT para realizar sus pagos tributarios?

En la Tabla 17 y la Figura 12 se presentan los resultados de la pregunta 7, relacionada con el uso de los medios de pago permitidos por la SUNAT para realizar pagos tributarios. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) afirmaron haber utilizado dichos medios de pago, mientras que el 2,6% (8 personas) indicaron que no lo habían hecho. Estos datos reflejan que la gran mayoría de los encuestados ha utilizado los medios de

pago permitidos por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias. La Figura 10 también muestra visualmente esta distribución de respuestas.

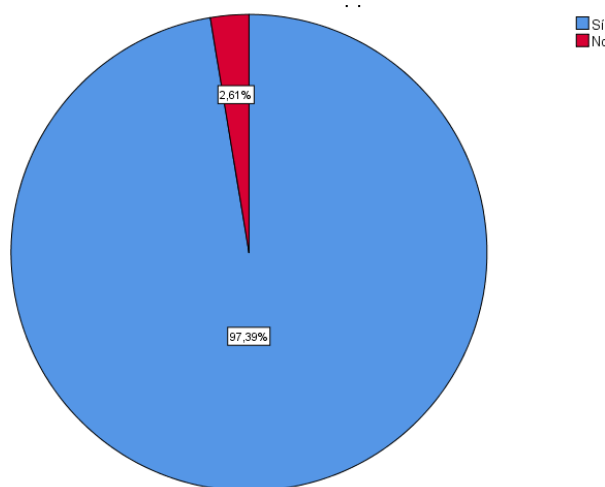
Tabla 17

Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 12

Pregunta 7



Pregunta 8: ¿Ha utilizado la opción de fraccionamiento o aplazamiento de pagos tributarios?

En la Tabla 18 y la Figura 13 se presentan los resultados de la pregunta 8, relacionada con el uso de la opción de fraccionamiento o aplazamiento de pagos tributarios. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 3,3% (10 personas) indicaron haber utilizado esta opción, mientras que el 96,7% (297 personas) afirmaron no haberla utilizado. Estos datos revelan que la

gran mayoría de los encuestados no ha recurrido al fraccionamiento o aplazamiento de pagos tributarios. La Figura también muestra gráficamente esta distribución de respuestas.

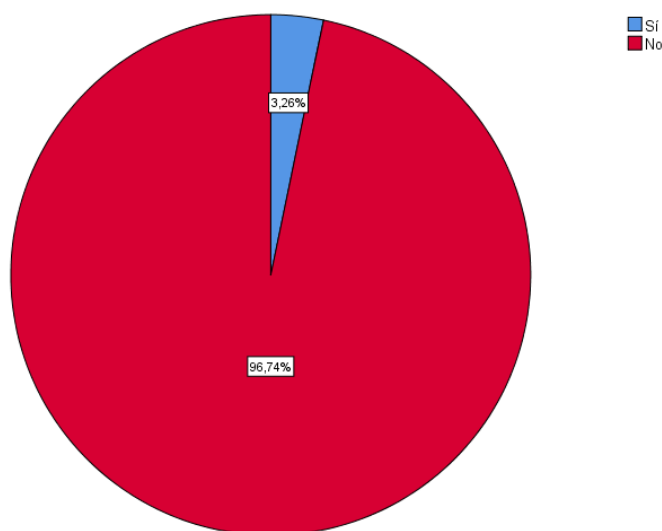
Tabla 18

Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	10	3,3
	No	297	96,7
	Total	307	100,0

Figura 13

Pregunta 8



Indicador: evasión fiscal

Pregunta 9: ¿Realiza operaciones comerciales emitiendo comprobantes de pago?

En la Tabla 19 y la Figura 14 se presentan los resultados de la pregunta 9, que se refiere a si se realizan operaciones comerciales emitiendo comprobantes de pago. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) afirmaron realizar operaciones comerciales y emitir comprobantes de pago, mientras que el 2,6% (8 personas) indicaron no hacerlo. Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados sí realiza operaciones comerciales y

emite comprobantes de pago. La Figura 12 complementa visualmente esta distribución de respuestas.

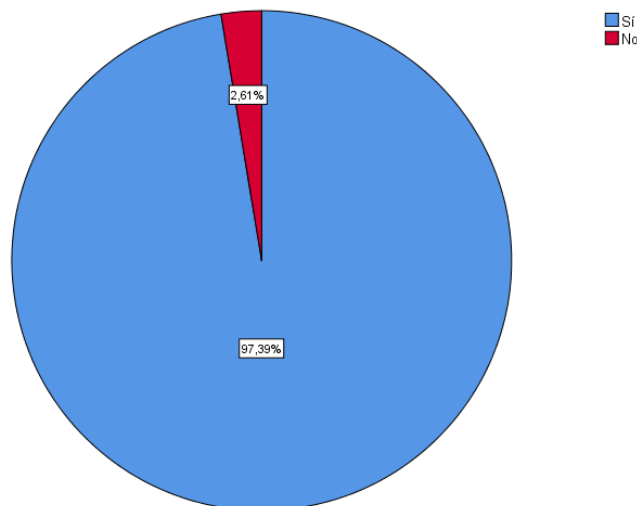
Tabla 19

Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 14

Pregunta 9



Pregunta 10: ¿Ha declarado ingresos inferiores a los que realmente obtuvo?

En la Tabla 20 y la Figura 15 se presentan los resultados de la pregunta 10, que indaga sobre si los encuestados han declarado ingresos inferiores a los que realmente obtuvieron. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, únicamente el 0,7% (2 personas) admitieron haber declarado ingresos inferiores, mientras que el 99,3% (305 personas) afirmaron no haberlo hecho. Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados ha declarado sus ingresos de

manera acorde a lo que realmente obtuvieron. La Figura 13 también ilustra visualmente esta distribución de respuestas.

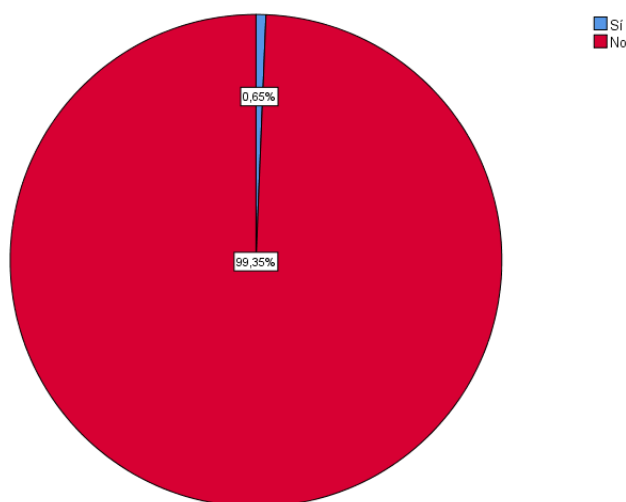
Tabla 20

Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	2	,7
	No	305	99,3
	Total	307	100,0

Figura 15

Pregunta 10



Pregunta 11: ¿Ha utilizado algún mecanismo para reducir sus obligaciones tributarias sin tener derecho a ello?

En la Tabla 21 y la Figura 16 se presentan los resultados de la pregunta 11 relacionada con el uso de mecanismos para reducir las obligaciones tributarias sin tener derecho a ello. De un total de 307 encuestados, el 0,7% (2 personas) admitieron haber utilizado dichos mecanismos, mientras que el 99,3% (305 personas) afirmaron no haberlo hecho. Estos datos muestran que la

gran mayoría de los encuestados ha cumplido con sus obligaciones tributarias sin recurrir a prácticas incorrectas de reducción indebida. La Figura 14 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

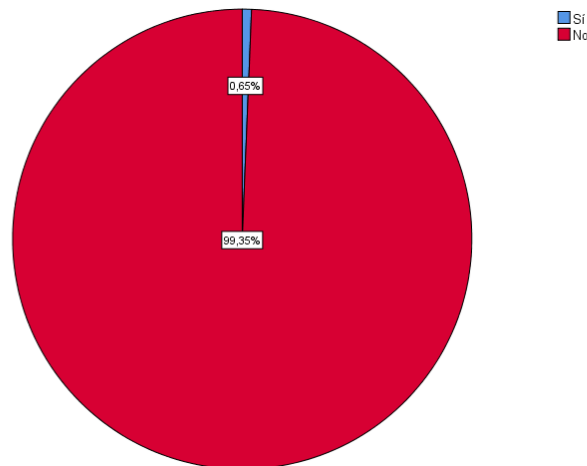
Tabla 21

Pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	2	,7
	No	305	99,3
	Total	307	100,0

Figura 16

Pregunta 11



Pregunta 12: ¿Ha realizado transacciones con terceros sin declarar el monto real de la transacción?

En la Tabla 22 y la Figura 17 se presentan los resultados de la pregunta 12, que se refiere a si los encuestados han realizado transacciones con terceros sin declarar el monto real de la transacción. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, únicamente el 0,7% (2 personas) admitieron haber realizado este tipo de transacciones, mientras que el 99,3% (305 personas)

indicaron no haberlo hecho. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados no ha llevado a cabo transacciones con terceros sin declarar el monto real. La Figura 15 también ilustra visualmente esta distribución de respuestas.

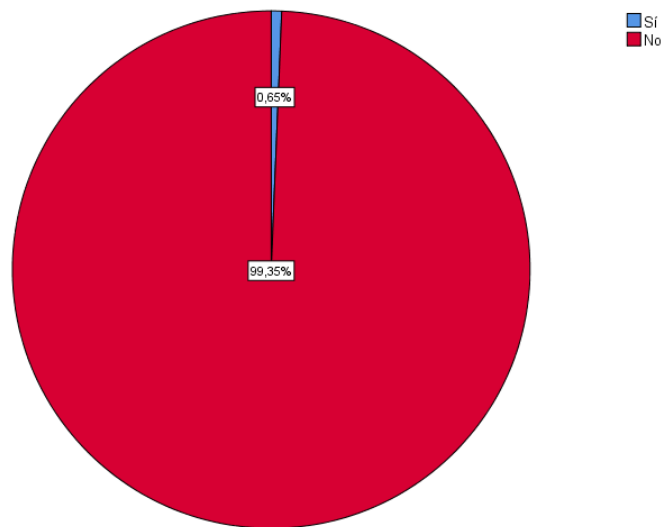
Tabla 22

Pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	2	,7
	No	305	99,3
	Total	307	100,0

Figura 17

Pregunta 12



Dimensión: Beneficios y costos

Indicador: Satisfacción del contribuyente.

Pregunta 13: ¿Está satisfecho con el régimen tributario al que está inscrito?

En la Tabla 23 y la Figura 18 se muestran los resultados de la pregunta 13, que evalúa la satisfacción con el régimen tributario al que los encuestados están inscritos. Según la tabla, de un

total de 307 encuestados, el 4,9% (15 personas) manifestaron estar satisfechos con el régimen tributario, mientras que el 95,1% (292 personas) indicaron no estar satisfechos. Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados no se encuentra satisfecho con el régimen tributario al que están inscritos. La Figura 16 también proporciona una representación gráfica de esta distribución de respuestas.

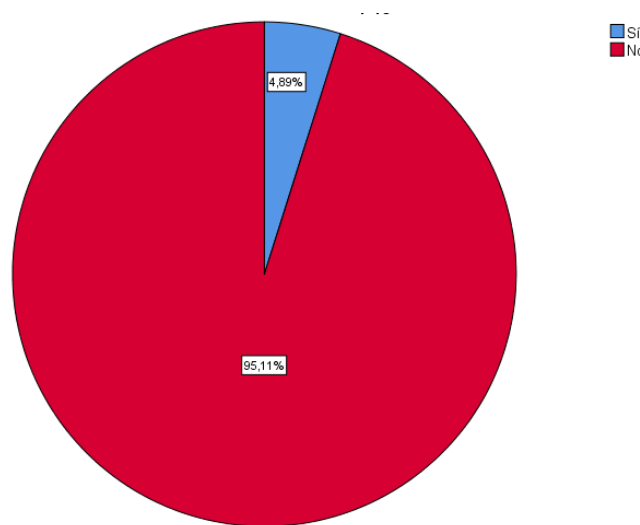
Tabla 23

Pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	15	4,9
	No	292	95,1
Total		307	100,0

Figura 18

Pregunta 13



Pregunta 14: ¿Cree que el régimen tributario al que está inscrito es justo?

En la Tabla 24 y la Figura 19 se presentan los resultados de la pregunta 14, que indaga si los encuestados consideran que el régimen tributario al que están inscritos es justo. Según la

tabla, de un total de 307 encuestados, el 2,9% (9 personas) respondieron afirmativamente, mientras que el 97,1% (298 personas) expresaron su desacuerdo con la justicia del régimen tributario al que están sujetos. Estos datos revelan una alta proporción de encuestados que consideran que el régimen tributario no es justo. La Figura 17 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

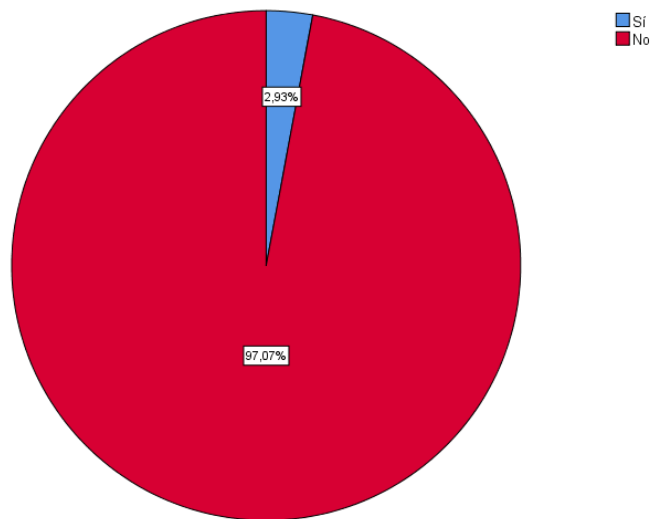
Tabla 24

Pregunta 14

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	9	2,9
	No	298	97,1
	Total	307	100,0

Figura 19

Pregunta 14



Pregunta 15: ¿Considera que el régimen tributario le brinda las herramientas necesarias para cumplir con sus obligaciones tributarias?

En la Tabla 25 y la Figura 20 se presentan los resultados de la pregunta 15, que evalúa si los encuestados consideran que el régimen tributario les brinda las herramientas necesarias para cumplir con sus obligaciones tributarias. Según los datos de la tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 1,6% (5 personas) respondieron afirmativamente, mientras que el 98,4% (302 personas) indicaron que no consideran que el régimen tributario les brinde las herramientas necesarias. Estos resultados revelan que la gran mayoría de los encuestados percibe una falta de herramientas en el régimen tributario para cumplir con sus obligaciones tributarias

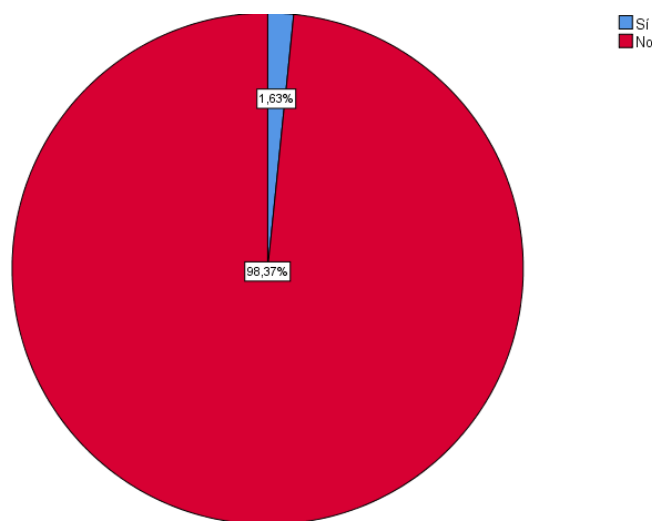
Tabla 25

Pregunta 15

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	5	1,6
	No	302	98,4
	Total	307	100,0

Figura 20

Pregunta 15



Pregunta 16: ¿Cree que el régimen tributario al que está inscrito beneficia a su negocio?

En la Tabla 26 y la Figura 21 se presentan los resultados de la pregunta 16, que indaga si los encuestados creen que el régimen tributario al que están inscritos beneficia a sus negocios. Según la Tabla, de un total de 307 participantes, únicamente el 1,6% (5 personas) respondieron afirmativamente, mientras que el 98,4% (302 personas) indicaron que no consideran que el régimen tributario les sea beneficioso. Estos datos reflejan una clara mayoría de encuestados insatisfechos con el régimen tributario al que están sujetos.

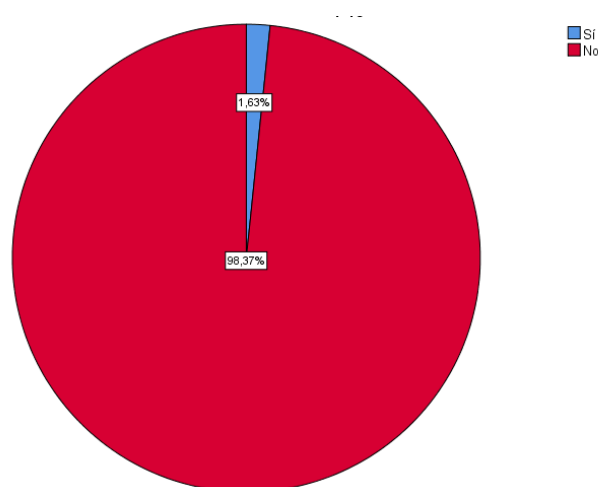
Tabla 26

Pregunta 16

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	5	1,6
	No	302	98,4
	Total	307	100,0

Figura 21

Pregunta 16



Indicador: beneficios fiscales

Pregunta 17: ¿Ha utilizado los beneficios fiscales a los que tiene derecho según su régimen tributario?

En la Tabla 27 y la Figura 22 se presentan los resultados de la pregunta 17, relacionada con el uso de los beneficios fiscales a los que los encuestados tienen derecho según su régimen tributario. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 2,3% (7 personas) indicaron haber utilizado dichos beneficios, mientras que el 97,7% (300 personas) afirmaron no haberlo hecho. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados no ha utilizado los beneficios fiscales a los que tienen derecho según su régimen tributario.

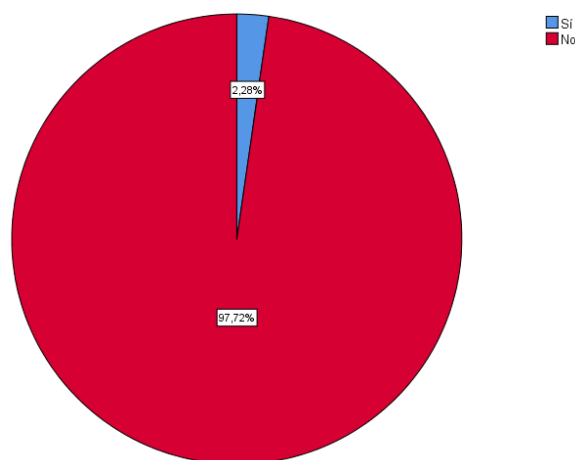
Tabla 27

Pregunta 17

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	7	2,3
	No	300	97,7
	Total	307	100,0

Figura 22

Pregunta 17



Pregunta 18: ¿Considera que los beneficios fiscales a los que tiene derecho según su régimen tributario son suficientes?

En la Tabla 28 y la Figura 23 se presentan los resultados de la pregunta 18, que indaga sobre la percepción de los encuestados acerca de si consideran que los beneficios fiscales a los que tienen derecho según su régimen tributario son suficientes. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 1,3% (4 personas) manifestaron que sí consideran suficientes dichos beneficios, mientras que el 98,7% (303 personas) indicaron que no los perciben como suficientes. Estos resultados reflejan una amplia mayoría de encuestados insatisfechos con los beneficios fiscales proporcionados por su régimen tributario. La Figura 21 también ilustra gráficamente esta distribución de respuestas.

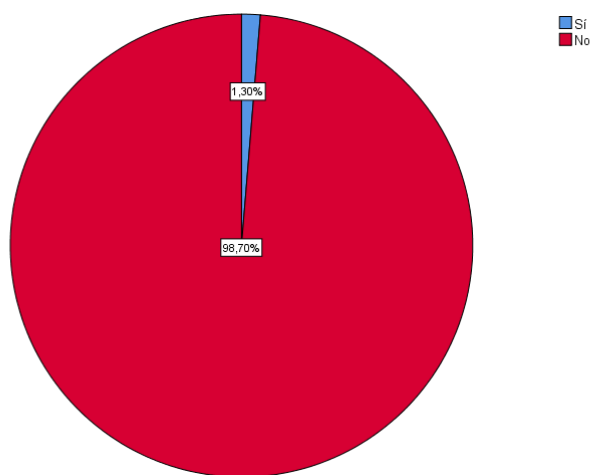
Tabla 28

Pregunta 18

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	4	1,3
	No	303	98,7
	Total	307	100,0

Figura 23

Pregunta 18



Pregunta 19: ¿Cree que los beneficios fiscales a los que tiene derecho según su régimen tributario son justos?

En la Tabla 29 y la Figura 24 se presentan los resultados de la pregunta 19, relacionada con la percepción de los encuestados sobre la justicia de los beneficios fiscales a los que tienen derecho según su régimen tributario. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, únicamente el 0,7% (2 personas) afirmaron creer que estos beneficios son justos, mientras que el 99,3% (305 personas) indicaron que no lo consideran así. Estos datos revelan una clara tendencia de descontento o insatisfacción con los beneficios fiscales del régimen tributario. La Figura 22 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

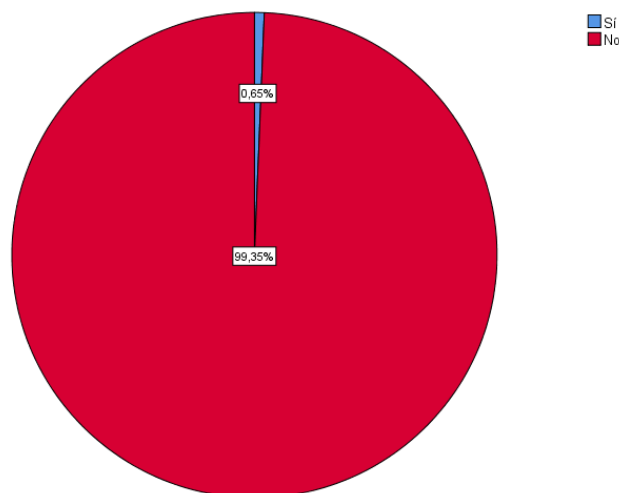
Tabla 29

Pregunta 19

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	2	,7
	No	305	99,3
	Total	307	100,0

Figura 24

Pregunta 19



Pregunta 20: ¿Ha considerado cambiar de régimen tributario para obtener mejores beneficios fiscales?

En la Tabla 30 y la Figura 25 se presentan los resultados de la pregunta 20, la cual indaga sobre si los encuestados han considerado cambiar de régimen tributario con el fin de obtener mejores beneficios fiscales. Según la tabla, de un total de 307 encuestados, el 97,1% (298 personas) afirmaron haber considerado esta posibilidad, mientras que el 2,9% (9 personas) indicaron no haberlo hecho. Estos datos muestran que la mayoría de los encuestados ha contemplado la opción de cambiar de régimen tributario en busca de beneficios fiscales. La Figura 23 complementa esta información visualmente al representar la distribución de respuestas a la pregunta 20.

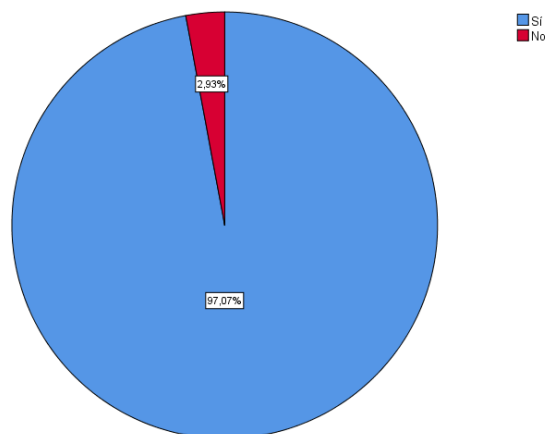
Tabla 30

Pregunta 20

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	298	97,1
	No	9	2,9
	Total	307	100,0

Figura 25

Pregunta 20



Indicador: *Costo promedio para los contribuyentes*

Pregunta 21: *¿Cree que paga un monto adecuado en tributos?*

En la Tabla 31 y la Figura 26 se muestran los resultados de la pregunta 21, que indaga si los encuestados consideran que pagan un monto adecuado en tributos. De acuerdo con la Tabla, de un total de 307 encuestados, solamente el 0,7% (2 personas) respondieron afirmativamente, mientras que el 99,3% (305 personas) indicaron no considerar que pagan un monto adecuado. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados no percibe que su contribución tributaria sea acorde con lo que consideran apropiado. Esta distribución de respuestas se visualiza también en la Figura 24.

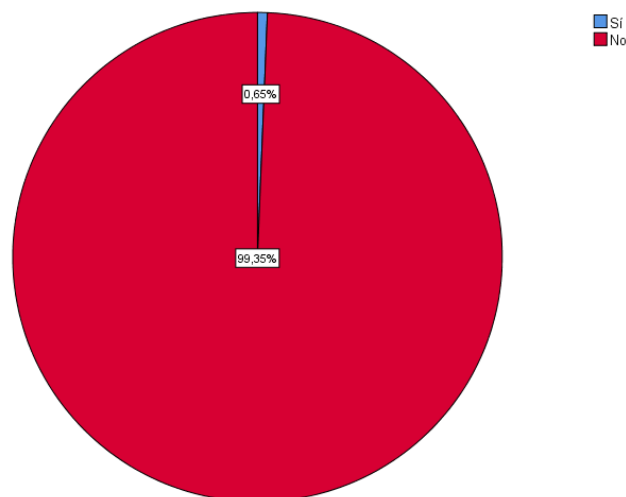
Tabla 31

Pregunta 21

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	2	,7
	No	305	99,3
	Total	307	100,0

Figura 26

Pregunta 21



Pregunta 22: ¿Cree que los tributos que paga son justos?

En la Tabla 32 y la Figura 27 se muestran los resultados de la pregunta 22, la cual indaga sobre la percepción de los encuestados acerca de si consideran justos los tributos que pagan. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solamente el 1,6% (5 personas) respondieron afirmativamente, mientras que el 98,4% (302 personas) expresaron que no consideran justos los tributos que pagan. Estos datos revelan una clara tendencia hacia la percepción negativa sobre la equidad de los tributos. La Figura 25 también ilustra visualmente esta distribución de respuestas, reforzando la predominancia de la opinión negativa en cuanto a la justicia de los impuestos.

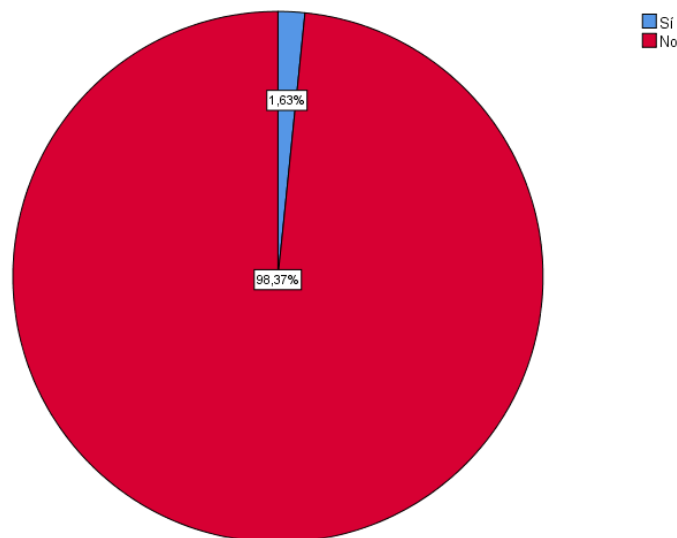
Tabla 32

Pregunta 22

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	5	1,6
	No	302	98,4
	Total	307	100,0

Figura 27

Pregunta 22



Pregunta 23: ¿Ha considerado cambiar de régimen tributario debido al costo de los tributos?

En la Tabla 33 y la Figura 28 se presentan los resultados de la pregunta 23, la cual indaga sobre si los encuestados han considerado cambiar de régimen tributario debido al costo de los tributos. Según la tabla, de un total de 307 encuestados, el 86,3% (265 personas) afirmaron haber considerado cambiar de régimen tributario, mientras que el 13,7% (42 personas) indicaron que no lo han hecho. Estos datos muestran que una gran proporción de los encuestados ha tenido en cuenta la posibilidad de cambiar de régimen tributario debido al costo de los tributos. La Figura 26 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

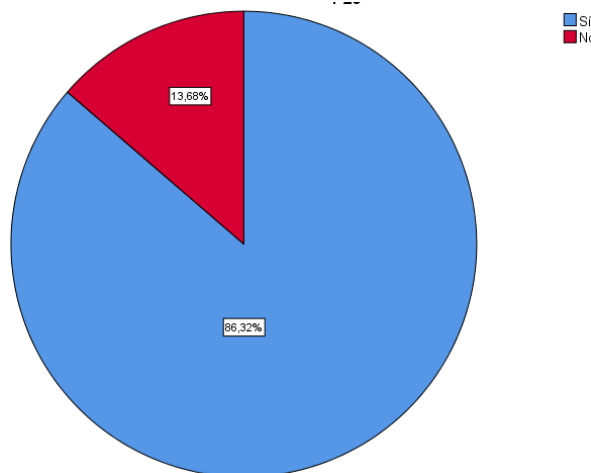
Tabla 33

Pregunta 23

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	265	86,3
	No	42	13,7
	Total	307	100,0

Figura 28

Pregunta 23



Dimensión: Conocimiento tributario

Indicador: Conocimiento de los comerciantes

Pregunta 24: ¿Sabe usted qué obligaciones tributarias tiene que cumplir según su régimen tributario?

En la Tabla 33 y la Figura 29 se presentan los resultados de la pregunta 24, la cual indaga si los encuestados saben qué obligaciones tributarias deben cumplir según su régimen tributario. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 94,8% (291 personas) respondieron afirmativamente, indicando que sí conocen sus obligaciones tributarias. Por otro lado, el 5,2% (16 personas) admitieron no tener conocimiento al respecto. Estos datos evidencian que la gran mayoría de los encuestados tiene conocimiento sobre sus obligaciones tributarias según su régimen tributario. La Figura 27 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

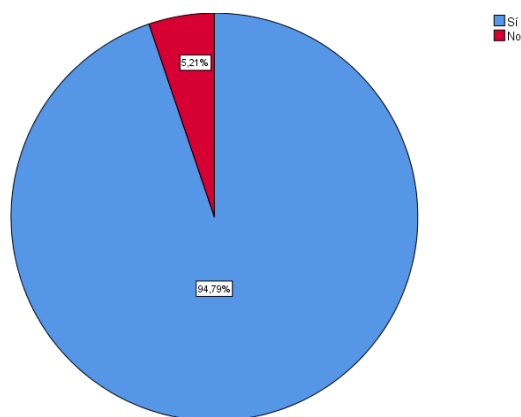
Tabla 34

Pregunta 24

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	291	94,8
	No	16	5,2
	Total	307	100,0

Figura 29

Pregunta 24



Pregunta 25: ¿Conoce los plazos y formas de pago de sus tributos según su régimen tributario?

En la Tabla 35 y la Figura 30 se presentan los resultados de la pregunta 25, referente al conocimiento de los plazos y formas de pago de los tributos según el régimen tributario. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 96,1% (295 personas) afirmaron tener conocimiento de los plazos y formas de pago, mientras que el 3,9% (12 personas) indicaron no tener ese conocimiento. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados está familiarizada con los plazos y formas de pago de sus tributos según su régimen tributario. La Figura 28 complementa visualmente esta distribución de respuestas.

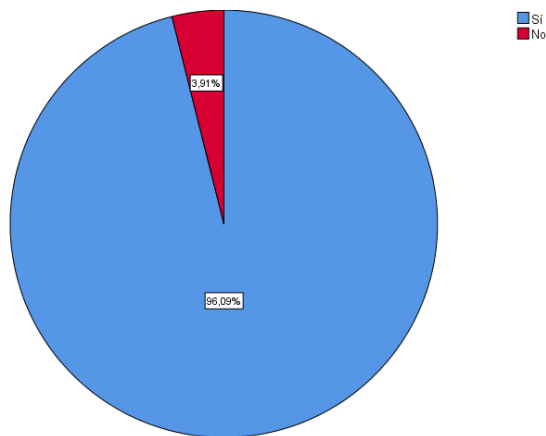
Tabla 35

Pregunta 25

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	295	96,1
	No	12	3,9
	Total	307	100,0

Figura 30

Pregunta 25



Pregunta 26: ¿Ha recibido capacitación o información por parte de la SUNAT sobre su régimen tributario?

En la Tabla 36 y la Figura 31 se presentan los resultados de la pregunta 26, la cual se refiere a la capacitación o información recibida por parte de la SUNAT sobre el régimen tributario. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 1,0% (3 personas) afirmaron haber recibido dicha capacitación o información, mientras que el 99,0% (304 personas) indicaron no haberla recibido. Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados no ha sido capacitada ni ha recibido información por parte de la SUNAT sobre su régimen tributario. La Figura 29 también representa visualmente esta distribución de respuestas.

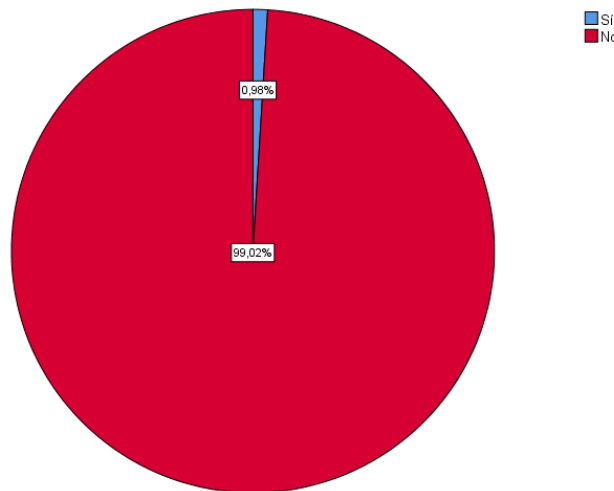
Tabla 36

Pregunta 26

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	3	1,0
	No	304	99,0
	Total	307	100,0

Figura 31

Pregunta 26



Indicador: Asesoramiento tributario

Pregunta 27: ¿Recibe usted asesoramiento tributario de algún profesional o entidad especializada?

En la Tabla 37 y la Figura 32 se presentan los resultados de la pregunta 27, relacionada con el asesoramiento tributario que reciben los encuestados. De un total de 307 encuestados, la Tabla muestra que el 96,4% (296 personas) afirmaron recibir asesoramiento tributario de algún profesional o entidad especializada, mientras que el 3,6% (11 personas) indicaron no recibirlo. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados recibe asesoramiento tributario, lo cual puede tener un impacto positivo en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

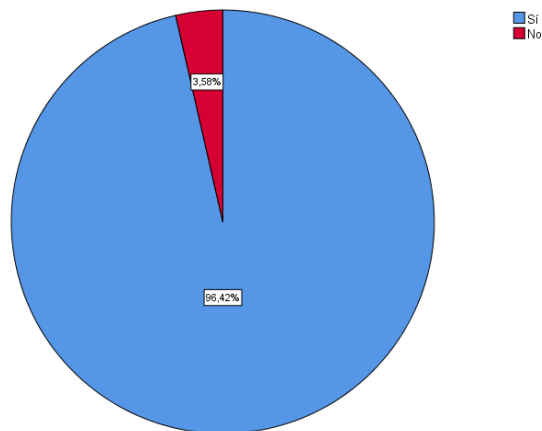
Tabla 37

Pregunta 27

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	296	96,4
	No	11	3,6
	Total	307	100,0

Figura 32

Pregunta 27



Pregunta 28: ¿Considera usted que es importante recibir asesoramiento tributario para cumplir con sus obligaciones tributarias?

En la Tabla 38 y la Figura 33 se presentan los resultados de la pregunta 28, la cual indaga sobre la importancia percibida por los encuestados acerca de recibir asesoramiento tributario para cumplir con sus obligaciones fiscales. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el

96,1% (295 personas) consideran importante recibir asesoramiento tributario, mientras que el 3,9% (12 personas) opinan lo contrario. Estos datos destacan que la gran mayoría de los encuestados valora la importancia de recibir asesoramiento tributario para cumplir con sus obligaciones tributarias.

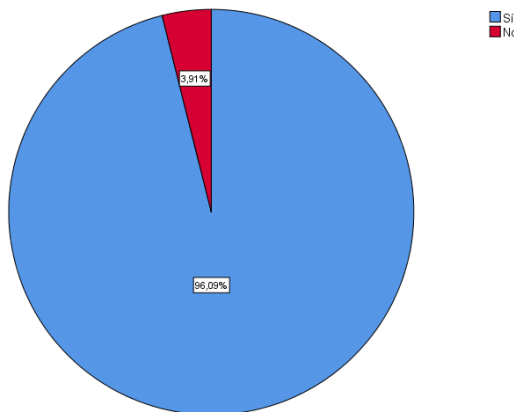
Tabla 38

Pregunta 28

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	295	96,1
	No	12	3,9
	Total	307	100,0

Figura 33

Pregunta 28



Pregunta 29: ¿Cree que el costo del asesoramiento tributario es elevado para su negocio?

En la Tabla 39 y la Figura 34 se presentan los resultados de la pregunta 29, la cual indaga sobre si los encuestados consideran que el costo del asesoramiento tributario es elevado para sus negocios. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 95,1% (292 personas) afirmaron que sí perciben un costo elevado en el asesoramiento tributario, mientras que el 4,9% (15 personas)

indicaron que no. Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados consideran que el costo del asesoramiento tributario es alto para sus negocios.

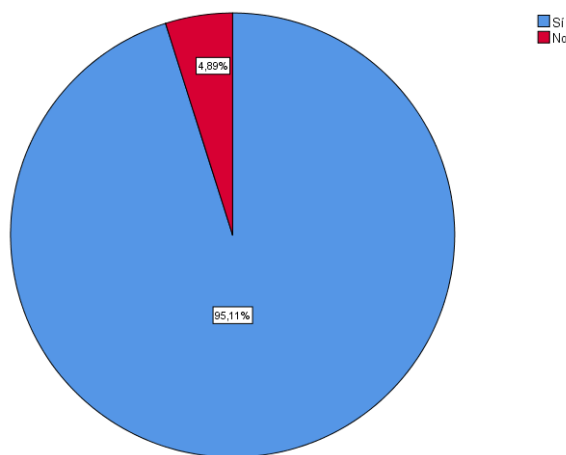
Tabla 39

Pregunta 29

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	292	95,1
	No	15	4,9
	Total	307	100,0

Figura 34

Pregunta 29



Indicador: Confianza en la autoridad tributaria

Pregunta 30: ¿Confía en la SUNAT como entidad encargada de fiscalizar y recaudar tributos?

En la Tabla 40 y la Figura 35 se presentan los resultados de la pregunta 30, que aborda el nivel de confianza de los encuestados en la SUNAT como entidad encargada de fiscalizar y recaudar tributos. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 1,0% (3 personas) afirmaron confiar en la SUNAT, mientras que el 99,0% (304 personas) indicaron no confiar en

ella. Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados no tiene confianza en la SUNAT como entidad encargada de estas tareas. La Figura 33 también visualiza esta distribución de respuestas de manera gráfica.

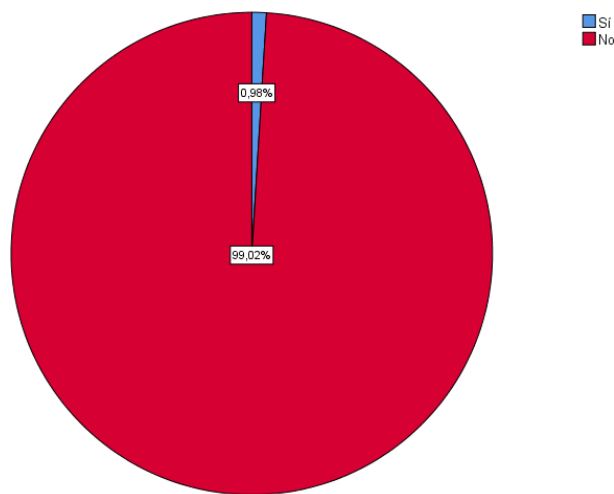
Tabla 40

Pregunta 30

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	3	1,0
	No	304	99,0
	Total	307	100,0

Figura 35

Pregunta 30



Pregunta 31: ¿Considera que la SUNAT actúa con transparencia en su labor fiscalizadora?

En la Tabla 41 y la Figura 36 se presentan los resultados de la pregunta 31, la cual indaga sobre la percepción de los encuestados acerca de si consideran que la SUNAT actúa con transparencia en su labor fiscalizadora. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, tan solo el 1,6% (5 personas) respondieron afirmativamente, indicando que consideran que la SUNAT actúa con transparencia. Por otro lado, el 98,4% (302 personas) respondieron negativamente,

expresando que no perciben transparencia en la labor fiscalizadora de la SUNAT. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados no tiene una percepción positiva sobre la transparencia en las acciones de fiscalización de la SUNAT. La Figura 34 también proporciona una visualización gráfica de esta distribución de respuestas.

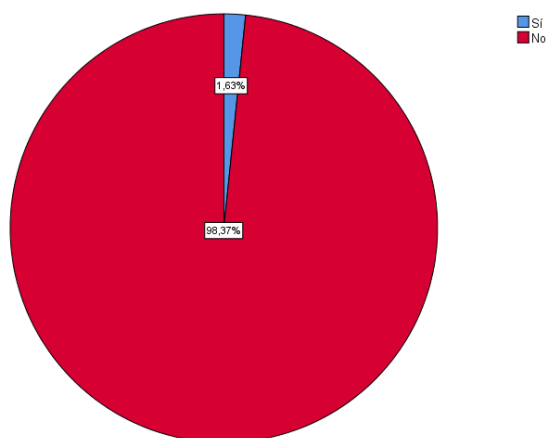
Tabla 41

Pregunta 31

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	5	1,6
	No	302	98,4
Total		307	100,0

Figura 36

Pregunta 31



Pregunta 32: ¿Cree que la SUNAT está comprometida con la lucha contra la evasión fiscal?

En la Tabla 42 y la Figura 37 se presentan los resultados de la pregunta 32, la cual indaga sobre si los encuestados creen que la SUNAT está comprometida con la lucha contra la evasión fiscal. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 97,7% (300 personas) respondieron afirmativamente, indicando que consideran que la SUNAT está comprometida con esta lucha, mientras que el 2,3% (7 personas) respondieron negativamente. Estos datos revelan que la gran

mayoría de los encuestados perciben un compromiso por parte de la SUNAT en la lucha contra la evasión fiscal. Este patrón de respuestas se puede apreciar visualmente en la Figura 35.

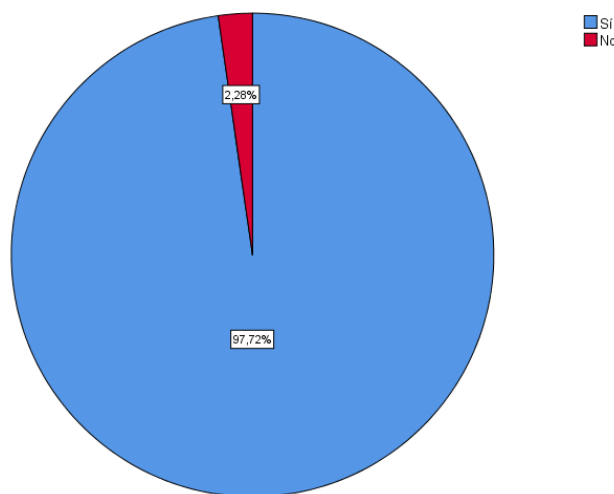
Tabla 42

Pregunta 32

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	300	97,7
	No	7	2,3
	Total	307	100,0

Figura 37

Pregunta 32



Pregunta 33: ¿Está satisfecho con los servicios que brinda la SUNAT?

En la Tabla 43 y la Figura 38 se presentan los resultados de la pregunta 33, que evalúa el nivel de satisfacción de los encuestados con los servicios brindados por la SUNAT. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 2,6% (8 personas) indicaron estar satisfechos con los servicios, mientras que el 97,4% (299 personas) expresaron no estarlo. Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados no se sienten satisfechos con los servicios proporcionados por la SUNAT. La Figura 36 también representa gráficamente esta distribución de respuestas, evidenciando la baja tasa de satisfacción.

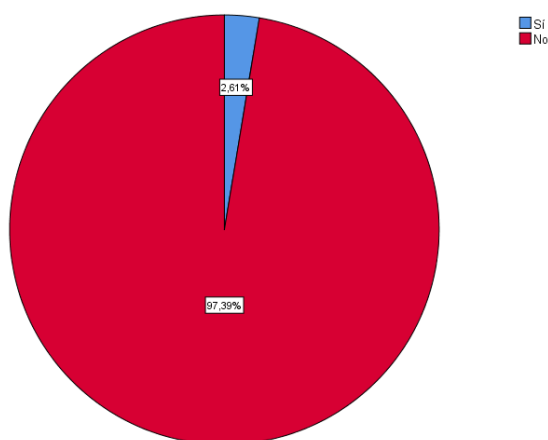
Tabla 43

Pregunta 33

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	8	2,6
	No	299	97,4
	Total	307	100,0

Figura 38

Pregunta 33



Pregunta 34: ¿Cree que la SUNAT fiscaliza y recauda tributos de forma desigual?

En la Tabla 44 y la Figura 39 se presentan los resultados de la pregunta 34, que investiga si los encuestados creen que la SUNAT fiscaliza y recauda tributos de forma desigual. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 98,0% (301 personas) respondieron afirmativamente, indicando que sí perciben una desigualdad en la fiscalización y recaudación de tributos por parte de la SUNAT. Por otro lado, el 2,0% (6 personas) respondieron negativamente. Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados considera que existe una desigualdad en las acciones de fiscalización y recaudación de impuestos realizadas por la SUNAT.

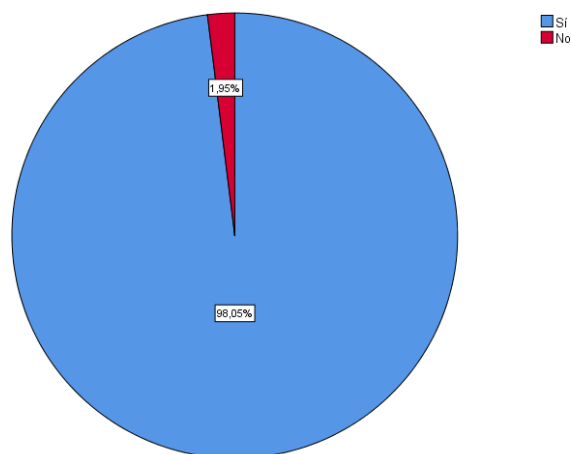
Tabla 44

Pregunta 34

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	301	98,0
	No	6	2,0
	Total	307	100,0

Figura 39

Pregunta 34



4.1.3 Variable: Pagos Móviles

Dimensión: Tecnología

Indicador: Conocimiento de usuario

Pregunta 35: ¿Ha oído hablar de plataformas de pago móvil como alternativa a los pagos en efectivo o con tarjeta?

En la Tabla 45 y la Figura 40 se presentan los resultados de la pregunta 35, la cual indaga sobre el conocimiento acerca de plataformas de pago móvil como alternativa a los pagos en efectivo o con tarjeta. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 96,7% (297 personas) afirmaron haber oído hablar de estas plataformas, mientras que el 3,3% (10 personas) indicaron no tener conocimiento al respecto. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados está familiarizada con las plataformas de pago móvil como opción alternativa de pago. La Figura 38 también representa gráficamente esta distribución de respuestas.

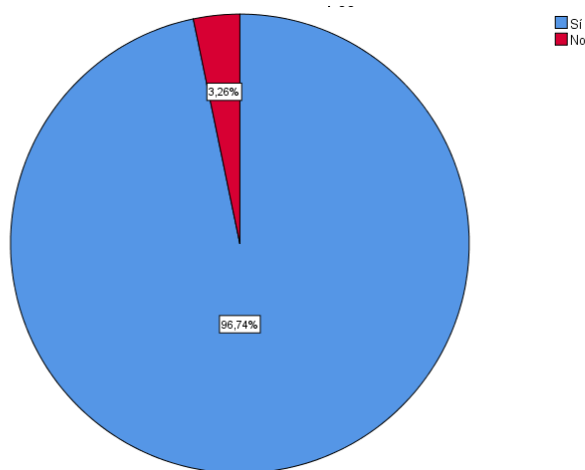
Tabla 45

Pregunta 35

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	297	96,7
	No	10	3,3
	Total	307	100,0

Figura 40

Pregunta 35



Pregunta 36: ¿Está familiarizado con alguna plataforma de pago móvil específica?

En la Tabla 46 y la Figura 41 se presentan los resultados de la pregunta 36, relacionada con la familiaridad de los encuestados con alguna plataforma de pago móvil específica. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 96,4% (296 personas) indicaron estar familiarizados con alguna plataforma de pago móvil específica, mientras que el 3,6% (11 personas) afirmaron no estarlo. Estos datos demuestran que la gran mayoría de los encuestados está familiarizada con alguna plataforma de pago móvil específica.

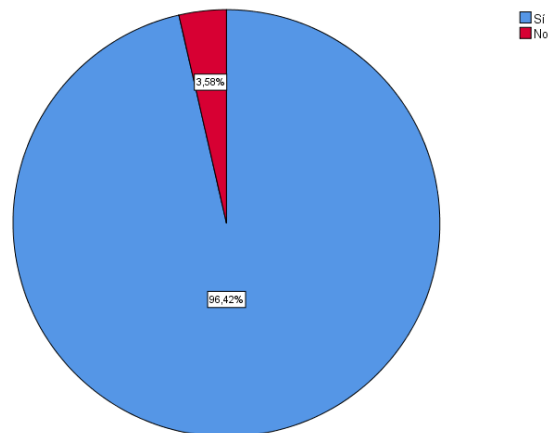
Tabla 46

Pregunta 36

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	296	96,4
	No	11	3,6
	Total	307	100,0

Figura 41

Pregunta 36



Pregunta 37: ¿Ha utilizado alguna vez una plataforma de pago móvil para realizar transacciones comerciales?

En la Tabla 47 y la Figura 42 se presentan los resultados de la pregunta 37, la cual indaga sobre si los encuestados han utilizado alguna vez una plataforma de pago móvil para realizar transacciones comerciales. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 96,4% (296 personas) afirmaron haber utilizado una plataforma de pago móvil, mientras que el 3,6% (11 personas) indicaron que no lo han hecho. Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados han utilizado alguna vez una plataforma de pago móvil para realizar transacciones comerciales. Esta información se puede visualizar de manera gráfica en la Figura 40.

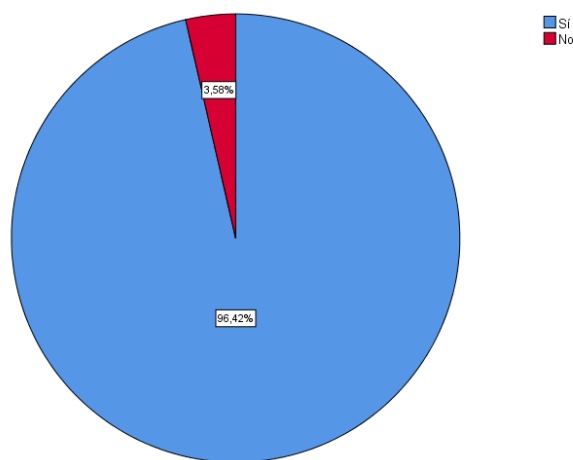
Tabla 47

Pregunta 37

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	296	96,4
	No	11	3,6
	Total	307	100,0

Figura 42

Pregunta 37



Indicador: Capacidad de adopción

Pregunta 38: ¿Tiene acceso a un smartphone o dispositivo móvil para utilizar plataformas de pago móvil?

En la Tabla 48 y la Figura 43 se presentan los resultados de la pregunta 38, la cual se refiere al acceso a un smartphone o dispositivo móvil para utilizar plataformas de pago móvil. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 95,4% (293 personas) afirmaron tener acceso a un smartphone o dispositivo móvil, lo que les permite utilizar plataformas de pago móvil. Por otro lado, el 4,6% (14 personas) indicaron no tener acceso a dichos dispositivos. Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados cuenta con un smartphone o dispositivo móvil para realizar pagos a través de plataformas móviles.

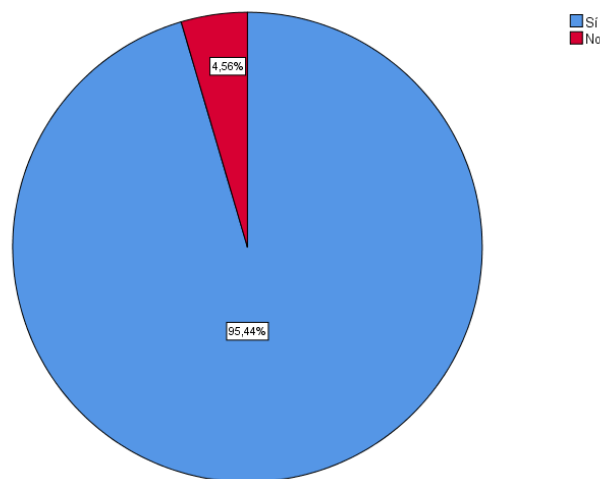
Tabla 48

Pregunta 38

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	293	95,4
	No	14	4,6
	Total	307	100,0

Figura 43

Pregunta 38



Pregunta 39: ¿Considera que su comercio tiene la capacidad tecnológica para implementar pagos móviles?

En la Tabla 49 y la Figura 44 se presentan los resultados de la pregunta 39, la cual indaga sobre si los encuestados consideran que su comercio tiene la capacidad tecnológica para implementar pagos móviles. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 95,4% (293 personas) afirmaron que sí consideran que su comercio tiene la capacidad tecnológica para implementar pagos móviles, mientras que el 4,6% (14 personas) indicaron que no. Estos datos muestran que la mayoría de los encuestados perciben que sus comercios tienen la capacidad tecnológica necesaria para implementar pagos móviles.

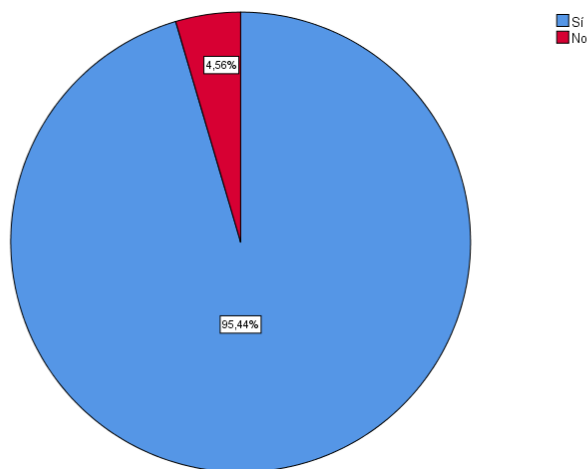
Tabla 49

Pregunta 39

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	293	95,4
	No	14	4,6
	Total	307	100,0

Figura 44

Pregunta 39



Pregunta 40: ¿Está dispuesto a invertir en tecnología para poder adoptar pagos móviles en su comercio?

En la Tabla 47 y la Figura 43 se presentan los resultados de la pregunta 40, que aborda la disposición a invertir en tecnología para poder adoptar pagos móviles en un comercio. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 96,1% (295 personas) indicaron estar dispuestas a realizar dicha inversión, mientras que el 3,9% (12 personas) manifestaron no estar dispuestas. Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados está dispuesta a invertir en tecnología para adoptar pagos móviles en su comercio. La Figura 43 también visualiza esta distribución de respuestas de manera gráfica.

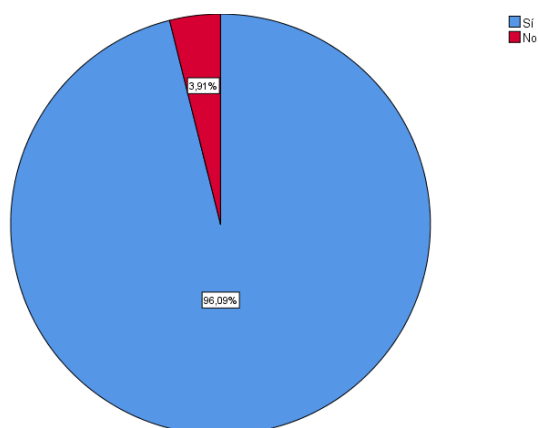
Tabla 50

Pregunta 40

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	295	96,1
	No	12	3,9
	Total	307	100,0

Figura 45

Pregunta 40



Pregunta 41: ¿Tiene acceso a internet estable y seguro para poder utilizar plataformas de pago móvil?

En la Tabla 50 y la Figura 45 se presentan los resultados de la pregunta 41, la cual indaga sobre si los encuestados tienen acceso a internet estable y seguro para poder utilizar plataformas de pago móvil. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 96,4% (296 personas) afirmaron que sí tienen acceso a internet estable y seguro, mientras que el 3,6% (11 personas) indicaron que no. Estos datos muestran que la mayoría de los encuestados tienen acceso a internet estable y seguro para utilizar plataformas de pago móvil. Esta distribución de respuestas se visualiza en la Figura.

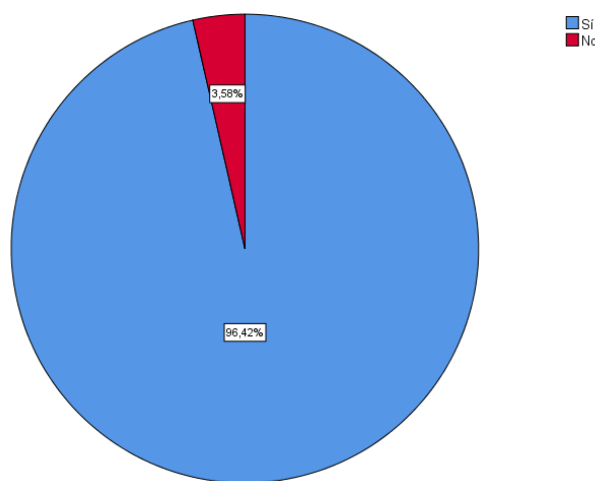
Tabla 51

Pregunta 41

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	296	96,4
	No	11	3,6
	Total	307	100,0

Figura 46

Pregunta 41



Indicador: Costo de transacción

Pregunta 42: ¿Ha investigado los costos asociados con la implementación de pagos móviles en su comercio?

En la Tabla 51 y la Figura 47 se presentan los resultados de la pregunta 42, que indaga sobre si los encuestados han investigado los costos asociados con la implementación de pagos móviles en su comercio. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, el 98,0% (301 personas) respondieron afirmativamente, indicando que sí han investigado los costos asociados con los pagos móviles. Por otro lado, el 2,0% (6 personas) respondieron negativamente, indicando que no han realizado esta investigación. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados

han realizado investigaciones sobre los costos asociados con la implementación de pagos móviles en su comercio. Este patrón de respuestas se puede observar en la Figura 45.

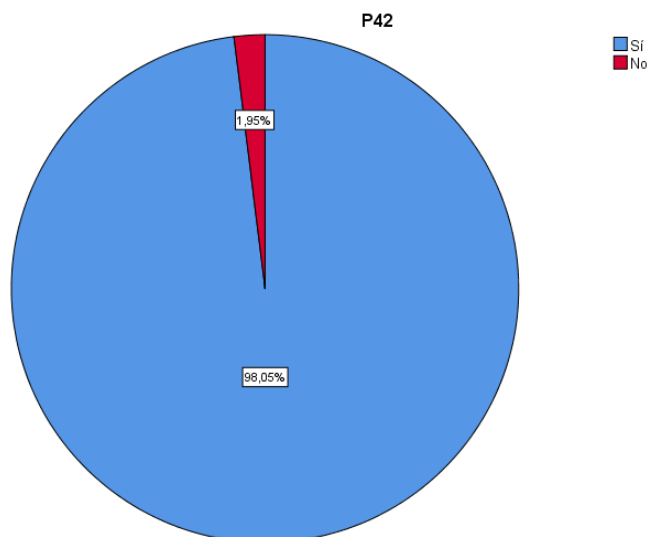
Tabla 52

Pregunta 42

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	301	98,0
	No	6	2,0
	Total	307	100,0

Figura 47

Pregunta 42



Pregunta 43: ¿Está dispuesto a pagar una tarifa o comisión para utilizar una plataforma de pago móvil?

En la Tabla 53 y la Figura 48 se presentan los resultados de la pregunta 43, la cual indaga sobre la disposición de los encuestados a pagar una tarifa o comisión para utilizar una plataforma de pago móvil. Según la Tabla, de un total de 307 encuestados, solo el 1,6% (5 personas) afirmaron estar dispuestos a pagar dicha tarifa o comisión, mientras que el 98,4% (302 personas) indicaron que no lo están. Estos datos revelan que la gran mayoría de los encuestados no está

dispuesta a pagar una tarifa o comisión para utilizar una plataforma de pago móvil. La Figura 46 también muestra gráficamente esta distribución de respuestas.

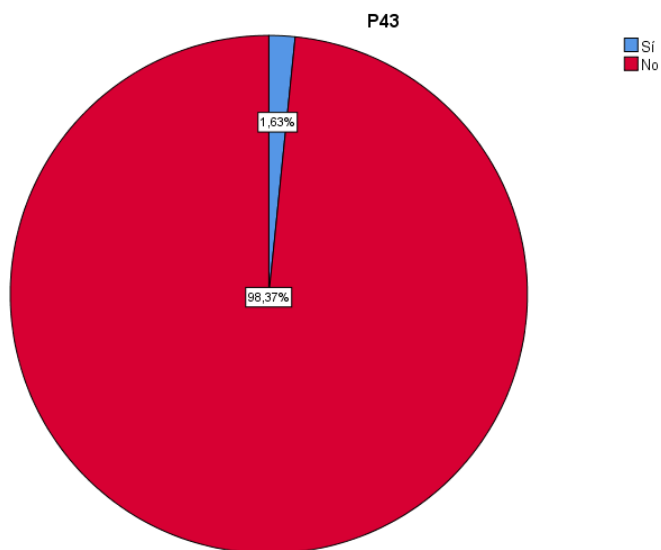
Tabla 53

Pregunta 43

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	5	1,6
	No	302	98,4
	Total	307	100,0

Figura 48

Pregunta 43



Pregunta 44: ¿Considera que el costo de transacción para utilizar una plataforma de pago móvil es razonable en relación a los beneficios que ofrece?

En la Tabla 54 y la Figura 49 se presentan los resultados de la pregunta 44 sobre si se considera razonable el costo de transacción para utilizar una plataforma de pago móvil en relación a los beneficios que ofrece. De un total de 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) respondieron afirmativamente, indicando que consideran el costo razonable, mientras que el 2,6% (8 personas) opinaron lo contrario. Esto muestra que la mayoría de los encuestados percibe

el costo de transacción de las plataformas de pago móvil como razonable en comparación con los beneficios que obtienen.

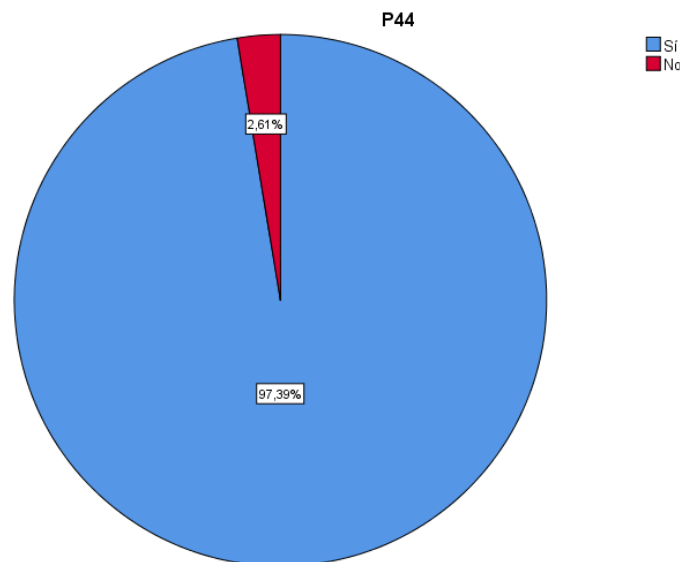
Tabla 54

Pregunta 44

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 49

Pregunta 44



Dimensión: Comportamiento del usuario

Indicador: Aceptación

Pregunta 45: ¿Cree que los consumidores están dispuestos a usar el pago móvil en sus transacciones de compra?

En la Tabla 55 y la Figura 50 se presentan los resultados de la pregunta 45, relacionada con la disposición de los consumidores a utilizar el pago móvil en sus transacciones de compra.

De los 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) afirmaron que creen que los consumidores están dispuestos a usar el pago móvil, mientras que el 2,6% (8 personas) expresaron su desacuerdo. Estos resultados indican que la gran mayoría de los encuestados percibe una disposición por parte de los consumidores para utilizar el pago móvil en sus transacciones de compra.

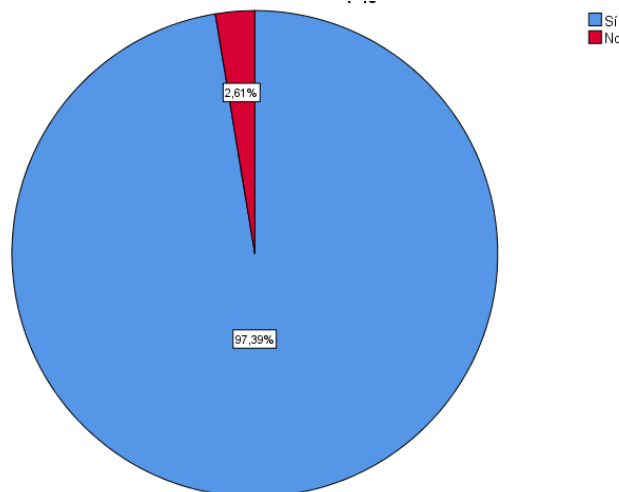
Tabla 55

Pregunta 45

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 50

Pregunta 45



Pregunta 46: ¿Considera que la adopción del pago móvil en su comercio mejoraría la experiencia de compra del consumidor?

La Tabla 56 y la Figura 51 presentan los resultados de la pregunta 46, que se refiere a si la adopción del pago móvil en el comercio mejoraría la experiencia de compra del consumidor. De los 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) consideraron que la adopción del pago móvil

mejoraría la experiencia de compra, mientras que el 2,6% (8 personas) no compartieron esta opinión. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados cree que la adopción del pago móvil puede tener un impacto positivo en la experiencia de compra del consumidor.

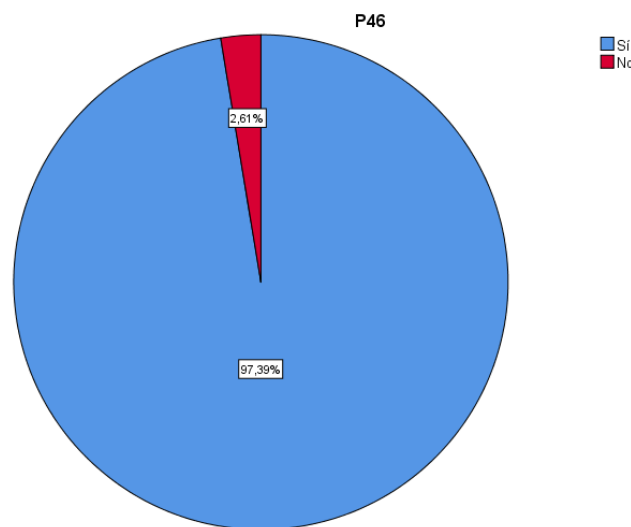
Tabla 56

Pregunta 46

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 51

Pregunta 46



Pregunta 47: ¿Cree que el pago móvil podría atraer a nuevos clientes a su comercio?

En la Tabla 57 y la Figura 52 se presentan los resultados de la pregunta 47, que indaga si el pago móvil podría atraer a nuevos clientes al comercio. De los 307 encuestados, el 97,1% (298 personas) opinaron que sí, creyendo que el pago móvil podría atraer a nuevos clientes, mientras que el 2,9% (9 personas) no compartieron esta perspectiva. Estos resultados sugieren que la

mayoría de los encuestados considera que el uso del pago móvil puede tener un impacto positivo en la atracción de nuevos clientes al comercio.

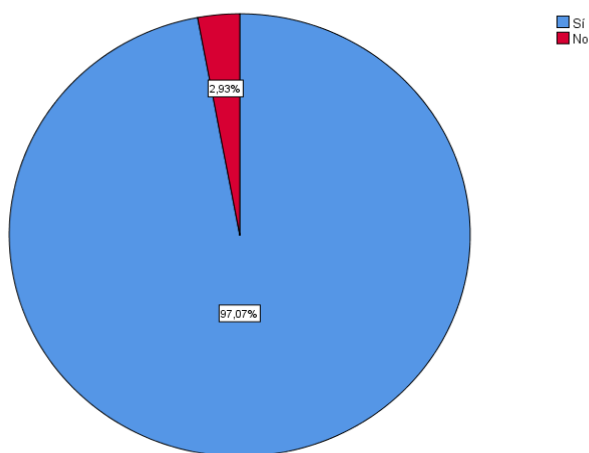
Tabla 57

Pregunta 47

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	298	97,1
	No	9	2,9
	Total	307	100,0

Figura 52

Pregunta 47



Pregunta 48: ¿Piensa que la falta de aceptación del consumidor es una barrera para la adopción del pago móvil en su comercio?

La Tabla 58 y la Figura 53 presentan los resultados de la pregunta 48, relacionada con si la falta de aceptación del consumidor es una barrera para la adopción del pago móvil en el comercio. De los 307 encuestados, el 97,7% (300 personas) opinaron que sí, considerando que la falta de aceptación del consumidor representa una barrera, mientras que el 2,3% (7 personas) no estuvieron de acuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados percibe la

falta de aceptación del consumidor como una barrera para la adopción del pago móvil en el comercio.

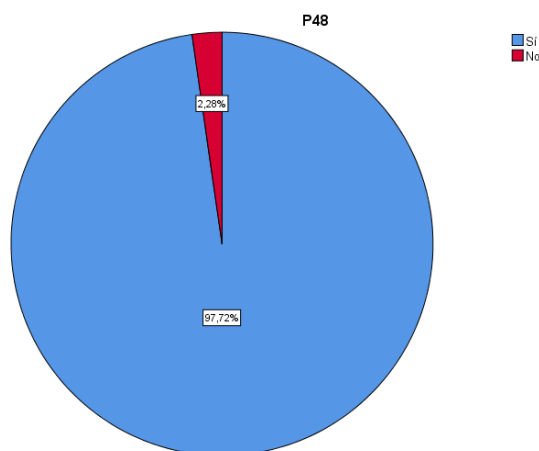
Tabla 58

Pregunta 48

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	300	97,7
	No	7	2,3
Total		307	100,0

Figura 53

Pregunta 48



Indicador: Frecuencia de uso

Pregunta 49: ¿Ha notado un aumento en el uso de pagos móviles por parte de los consumidores en su comercio?

En la Tabla 59 y la Figura 54 se presentan los resultados de la pregunta 49, que indaga sobre si se ha notado un aumento en el uso de pagos móviles por parte de los consumidores en un comercio. De los 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) afirmaron haber notado dicho incremento, mientras que el 2,6% (8 personas) indicaron no haberlo percibido. Estos datos

muestran que la mayoría de los encuestados ha observado un aumento en el uso de pagos móviles por parte de los consumidores en su comercio.

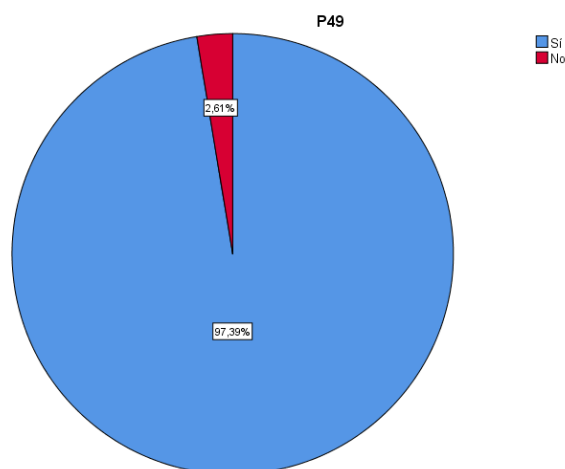
Tabla 59

Pregunta 49

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 54

Pregunta 49



Pregunta 50: ¿Usa usted mismo el pago móvil en sus transacciones personales?

En la Tabla 60 y la Figura 55 se presentan los resultados de la pregunta 50, que explora si los encuestados utilizan el pago móvil en sus transacciones personales. De los 307 encuestados, el 97,7% (300 personas) afirmaron usar el pago móvil, mientras que el 2,3% (7 personas) indicaron no hacerlo. Estos datos evidencian que la gran mayoría de los encuestados utiliza el pago móvil en sus transacciones personales.

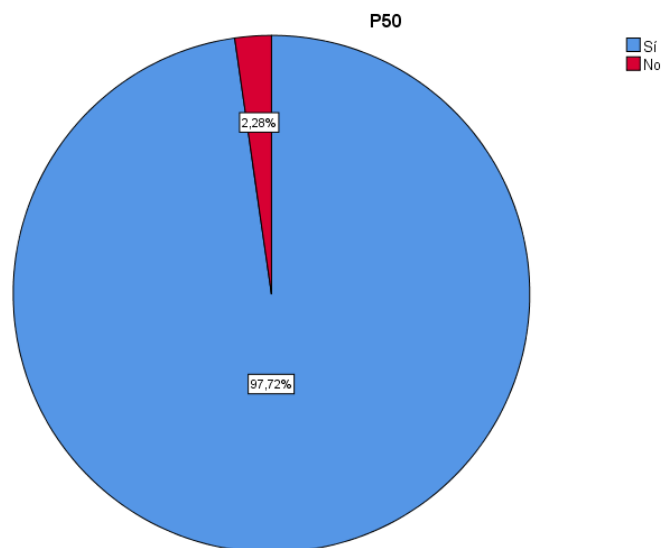
Tabla 60

Pregunta 50

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	300	97,7
	No	7	2,3
	Total	307	100,0

Figura 55

Pregunta 50



Pregunta 51: ¿Ha promovido activamente el uso de pagos móviles en su comercio?

En la Tabla 61 y la Figura 56 se presentan los resultados de la pregunta 51, que busca determinar si los encuestados han promovido activamente el uso de pagos móviles en su comercio. De los 307 encuestados, el 96,4% (296 personas) afirmaron haber promovido activamente este método de pago, mientras que el 3,6% (11 personas) indicaron no haberlo hecho. Estos datos demuestran que la mayoría de los encuestados ha promovido activamente el uso de pagos móviles en su comercio.

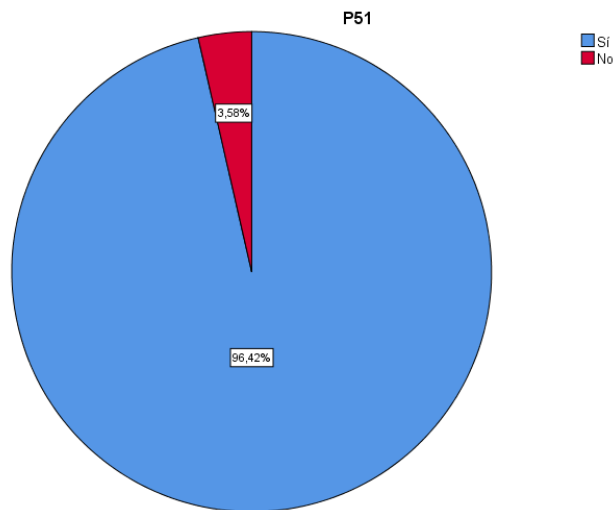
Tabla 61

Pregunta 51

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	296	96,4
	No	11	3,6
	Total	307	100,0

Figura 56

Pregunta 51



Pregunta 52: ¿Cree que el uso del pago móvil puede aumentar la frecuencia de las transacciones de los consumidores en su comercio?

En la Tabla 62 y la Figura 57 se presentan los resultados de la pregunta 52, que busca conocer si los encuestados creen que el uso del pago móvil puede aumentar la frecuencia de las transacciones de los consumidores en su comercio. De los 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) respondieron afirmativamente, mientras que el 2,6% (8 personas) indicaron no creer en este efecto. Estos datos revelan que la mayoría de los encuestados considera que el uso del pago móvil puede aumentar la frecuencia de las transacciones de los consumidores en su comercio.

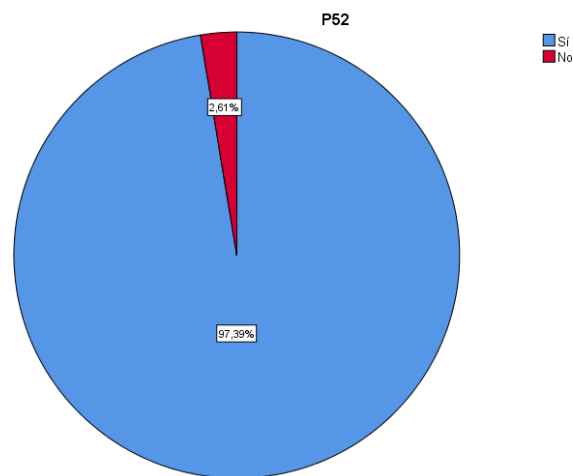
Tabla 62

Pregunta 52

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 57

Pregunta 52



Indicador: Seguridad

Pregunta 53: ¿Siente que el pago móvil es una forma segura de realizar transacciones comerciales?

En la Tabla 63 y la Figura 58 se presentan los resultados de la pregunta 53, que busca determinar si los encuestados sienten que el pago móvil es una forma segura de realizar transacciones comerciales. De los 307 encuestados, el 97,4% (299 personas) respondieron que sí consideran que el pago móvil es seguro, mientras que el 2,6% (8 personas) respondieron lo contrario. Estos datos muestran que la mayoría de los encuestados percibe el pago móvil como una forma segura de realizar transacciones comerciales.

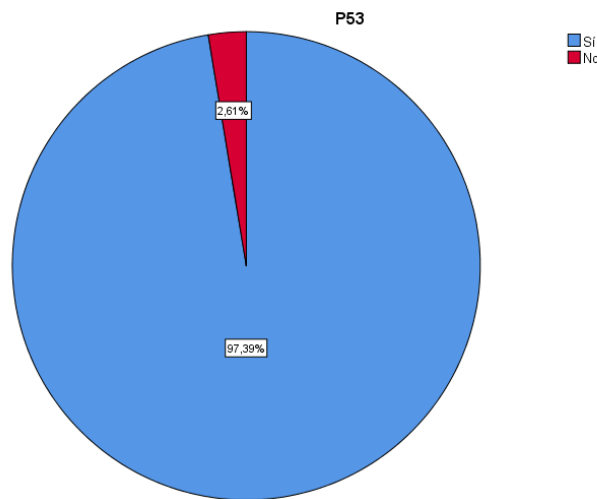
Tabla 63

Pregunta 53

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	299	97,4
	No	8	2,6
	Total	307	100,0

Figura 58

Pregunta 53



Pregunta 54: ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con el pago móvil relacionada con la seguridad?

En la Tabla 64 y la Figura 59 se presentan los resultados de la pregunta 54, que indaga sobre las experiencias negativas relacionadas con la seguridad del pago móvil. Según los datos de la tabla, el 1,0% (3 personas) informaron haber tenido una experiencia negativa, mientras que el 99,0% (304 personas) afirmaron no haberla tenido. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados no ha experimentado problemas de seguridad con el pago móvil.

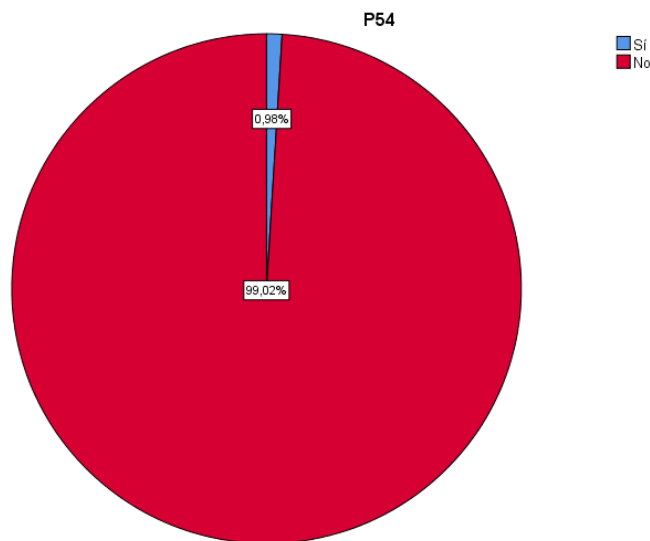
Tabla 64

Pregunta 54

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	3	1,0
	No	304	99,0
	Total	307	100,0

Figura 59

Pregunta 54



Pregunta 55: ¿Está satisfecho con las medidas de seguridad implementadas por su proveedor de pago móvil?

En la Tabla 65 y la Figura 60 se encuentran los resultados de la pregunta 55, la cual busca conocer la satisfacción de los encuestados con las medidas de seguridad implementadas por su proveedor de pago móvil. Según la tabla, el 97,7% (300 personas) expresaron estar satisfechos con dichas medidas, mientras que el 2,3% (7 personas) indicaron no estarlo. Estos datos demuestran que la gran mayoría de los encuestados se sienten satisfechos con las medidas de seguridad implementadas por su proveedor de pago móvil.

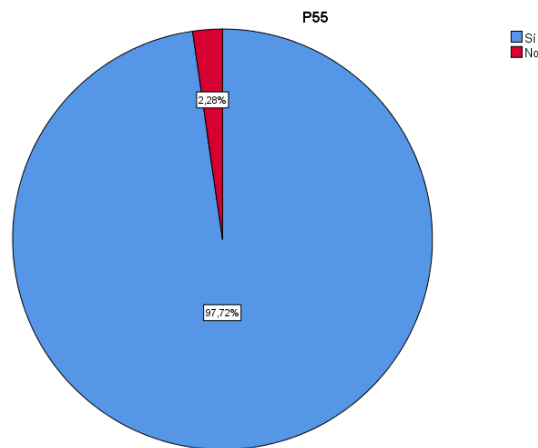
Tabla 65

Pregunta 55

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	300	97,7
	No	7	2,3
	Total	307	100,0

Figura 60

Pregunta 55



Indicador: preferencia

Pregunta 56: ¿Prefiere usar el pago móvil en lugar de otros métodos de pago en su comercio?

La Tabla 66 y la Figura 61 presentan los resultados de la pregunta 56, que busca conocer la preferencia de los encuestados por el uso del pago móvil en lugar de otros métodos de pago en su comercio. Según la tabla, el 97,1% (298 personas) prefieren usar el pago móvil, mientras que el 2,9% (9 personas) indicaron lo contrario. Estos resultados muestran una alta preferencia por el pago móvil como método de pago en el comercio.

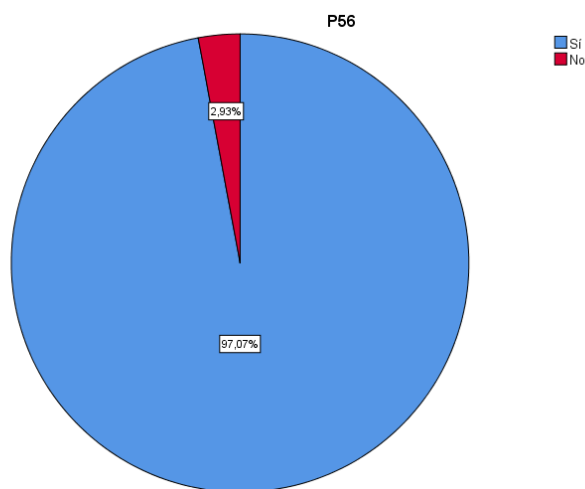
Tabla 66

Pregunta 56

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	298	97,1
	No	9	2,9
	Total	307	100,0

Figura 61

Pregunta 56



Pregunta 57: ¿Ha notado que los consumidores prefieren el pago móvil a otros métodos de pago?

En la Tabla 67 y la Figura 62 se presentan los resultados de la pregunta 57, la cual busca indagar si los encuestados han notado que los consumidores prefieren el pago móvil sobre otros métodos de pago. Según los datos de la tabla, el 97,7% (300 personas) afirmaron haber notado esta preferencia, mientras que el 2,3% (7 personas) no lo han observado. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados perciben que los consumidores muestran una preferencia por el pago móvil.

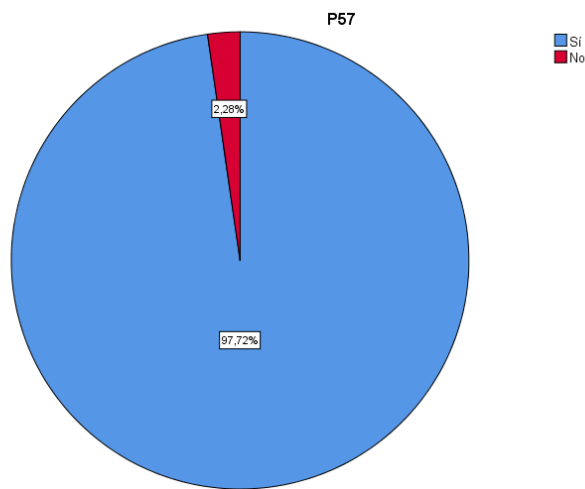
Tabla 67

Pregunta 57

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	300	97,7
	No	7	2,3
	Total	307	100,0

Figura 62

Pregunta 57



Pregunta 58: ¿Considera que la adopción del pago móvil podría mejorar la imagen y reputación de su comercio?

La Tabla 68 y la Figura 63 muestran los resultados de la pregunta 58, que busca conocer la opinión de los encuestados sobre si la adopción del pago móvil podría mejorar la imagen y reputación de su comercio. Según los datos de la tabla, el 98,4% (302 personas) consideran que la adopción del pago móvil podría mejorar la imagen y reputación de su comercio, mientras que el 1,6% (5 personas) no lo creen. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados perciben que el uso del pago móvil puede tener un impacto positivo en la imagen y reputación de su comercio.

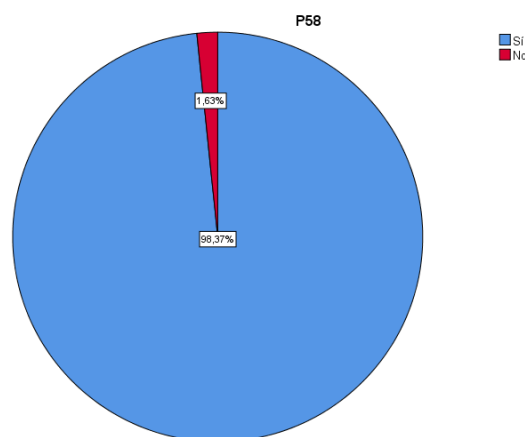
Tabla 68

Pregunta 58

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	302	98,4
	No	5	1,6
	Total	307	100,0

Figura 63

Pregunta 58



Dimensión: Regulaciones y políticas

Indicador: Regulaciones bancarias

Pregunta 59: ¿Conoce usted las regulaciones bancarias que rigen el uso de los pagos móviles en el Perú?

En la Tabla 69 y la Figura 64 se presentan los resultados de la pregunta 59 sobre el conocimiento de las regulaciones bancarias que rigen el uso de los pagos móviles en el Perú. De un total de 307 encuestados, solamente el 1,3% (4 personas) afirmaron conocer estas regulaciones, mientras que el 98,7% (303 personas) indicaron no tener conocimiento de ellas. Estos datos sugieren que la mayoría de los encuestados desconoce las regulaciones bancarias relacionadas con el uso de pagos móviles en el país.

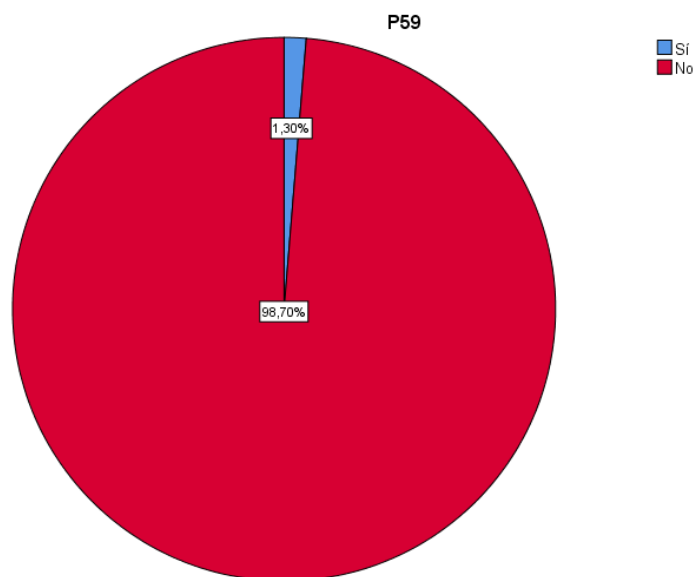
Tabla 69

Pregunta 59

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	4	1,3
	No	303	98,7
	Total	307	100,0

Figura 64

Pregunta 59



Pregunta 60: ¿Está de acuerdo con las regulaciones bancarias que rigen el uso de pagos móviles en el Perú?

Por otro lado, en la Tabla 70 y la Figura 65 se presentan los resultados de la pregunta 60, la cual evalúa el acuerdo de los encuestados con las regulaciones bancarias que rigen el uso de pagos móviles en el Perú. Según los datos, el 98,7% (303 personas) están de acuerdo con estas regulaciones, mientras que solamente el 1,3% (4 personas) indicaron no estar de acuerdo. Esto indica un alto nivel de conformidad por parte de los encuestados con las regulaciones existentes.

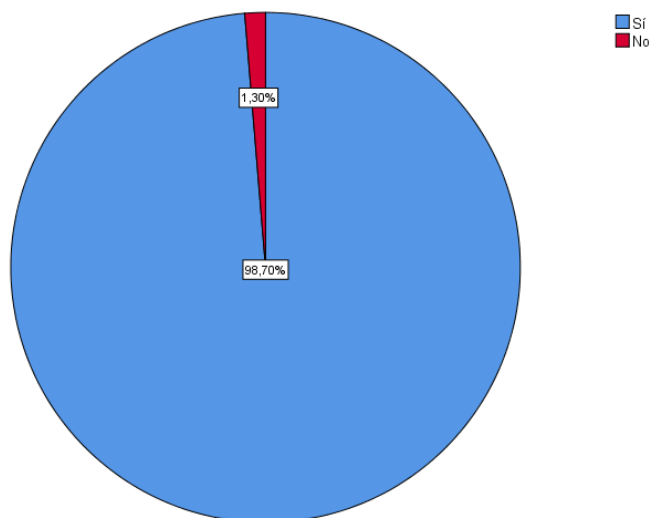
Tabla 70

Pregunta 60

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	303	98,7
	No	4	1,3
	Total	307	100,0

Figura 65

Pregunta 60



Pregunta 61: ¿Cree usted que las regulaciones bancarias relacionadas con el uso de pagos móviles en el Perú son adecuadas y justas?

En cuanto a la pregunta 61, los resultados se encuentran en la Tabla 71 y la Figura 66. Estos datos revelan que el 98,4% (302 personas) consideran que las regulaciones bancarias relacionadas con el uso de pagos móviles en el Perú son adecuadas y justas, mientras que el 1,6% (5 personas) piensan lo contrario.

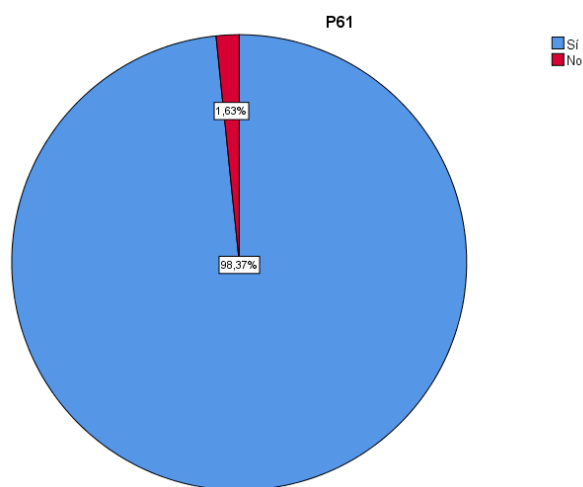
Tabla 71

Pregunta 61

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	302	98,4
	No	5	1,6
	Total	307	100,0

Figura 66

Pregunta 61



Indicador: Políticas bancarias para el uso de pago móvil

Pregunta 62: ¿Conoce usted las políticas de los bancos en relación con el uso de pagos móviles en el Perú?

La Tabla 72 y la Figura 67 presentan los resultados de la pregunta 62, que indaga sobre el conocimiento de las políticas de los bancos en relación con el uso de pagos móviles en el Perú. Según los datos, solamente el 0,3% (1 persona) afirmó conocer estas políticas, mientras que el 99,7% (306 personas) indicaron no tener conocimiento de ellas.

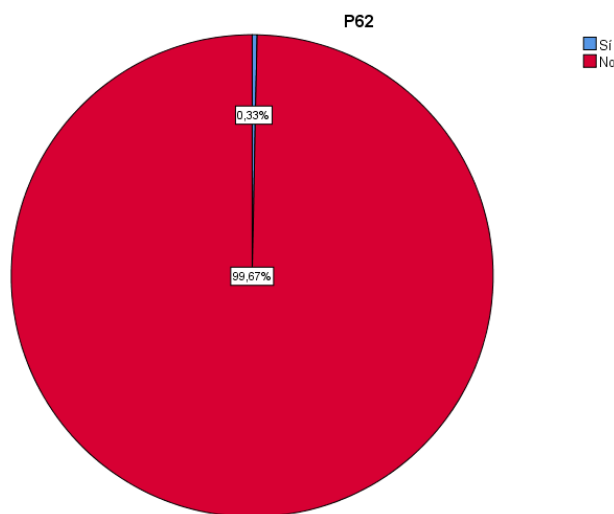
Tabla 72

Pregunta 62

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	1	,3
	No	306	99,7
	Total	307	100,0

Figura 67

Pregunta 62



Pregunta 63: ¿Cree usted que debería haber una política única para el uso de pagos móviles en todos los bancos del Perú?

En la Tabla 72 y la Figura 67 se presentan los resultados de la pregunta 63, que busca conocer la opinión de los encuestados sobre la implementación de una política única para el uso de pagos móviles en todos los bancos del Perú. Según los datos, el 98,4% (302 personas) están de acuerdo con la implementación de esta política única, mientras que el 1,6% (5 personas) no lo están.

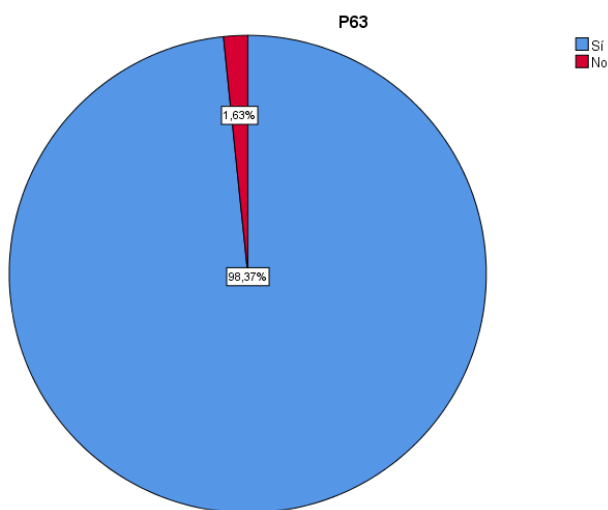
Tabla 73

Pregunta 63

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	302	98,4
	No	5	1,6
	Total	307	100,0

Figura 68

Pregunta 63



Pregunta 64: ¿Ha encontrado diferencias significativas en las políticas de diferentes bancos en relación con el uso de pagos móviles?

En cuanto a la pregunta 64, los resultados se encuentran en la Tabla 74 y la Figura 69. Estos datos revelan que solamente el 1,0% (3 personas) han encontrado diferencias significativas en las políticas de diferentes bancos en relación con el uso de pagos móviles, mientras que el 99,0% (304 personas) indicaron no haber encontrado tales diferencias.

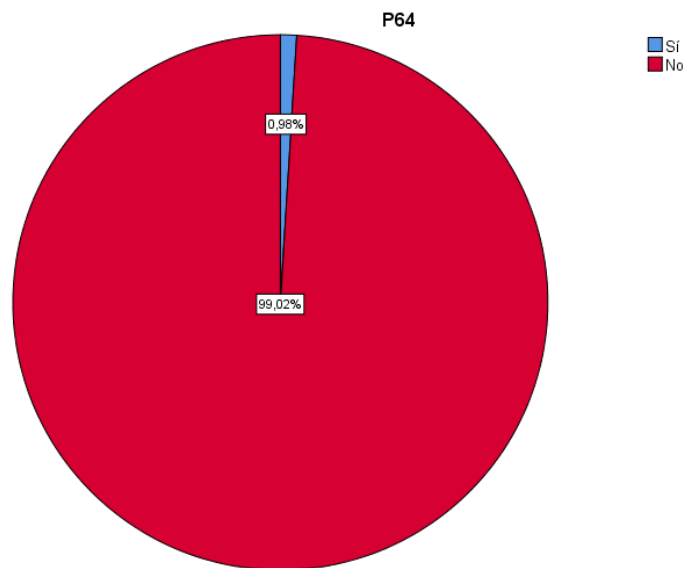
Tabla 74

Pregunta 64

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	3	1,0
	No	304	99,0
	Total	307	100,0

Figura 69

Pregunta 64



Pregunta 65: ¿Cree usted que las políticas de los bancos en relación con el uso de pagos móviles son adecuadas y justas?

Por último, en la Tabla 75 y la Figura 70 se presentan los resultados de la pregunta 65, que busca conocer la opinión de los encuestados sobre la adecuación y justicia de las políticas de los bancos en relación con el uso de pagos móviles. Según los datos, el 97,7% (300 personas) consideran que estas políticas son adecuadas y justas, mientras que el 2,3% (7 personas) piensan lo contrario.

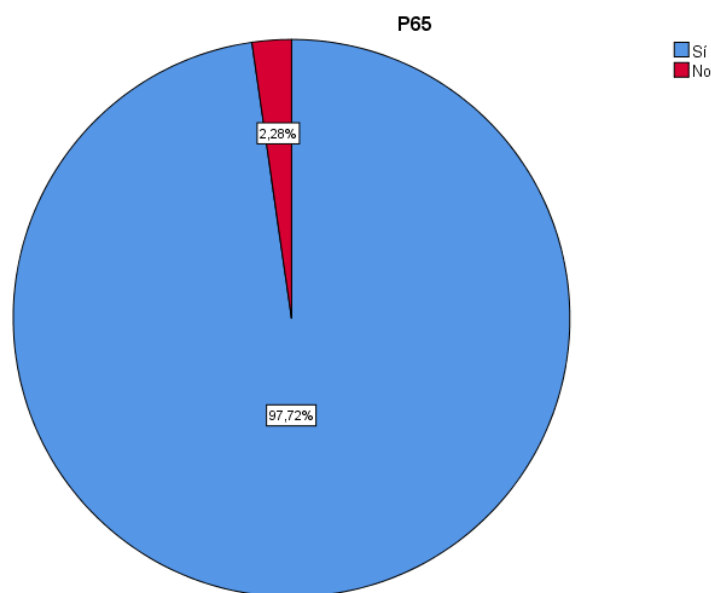
Tabla 75

Pregunta 65

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Sí	300	97,7
	No	7	2,3
	Total	307	100,0

Figura 70

Pregunta 65



4.2 Análisis de la entrevista a profundidad

Una vez concluidas las entrevistas en profundidad con los expertos para este trabajo de investigación, procedemos a realizar un análisis exhaustivo de las opiniones brindadas. Durante el proceso de recopilación de información, se ha buscado obtener una visión integral y diversa de los temas abordados, permitiendo así obtener una panorámica más completa y enriquecedora.

En primer lugar, es importante destacar que los expertos entrevistados aportaron una amplia gama de conocimientos y experiencias en relación al tema en cuestión. Cada uno de ellos expuso sus puntos de vista y reflexiones, basados tanto en su expertise académica como en su

experiencia práctica en el campo tributario. Este enfoque multidisciplinario y diverso permitió abordar el tema desde diferentes perspectivas, enriqueciendo el análisis y brindando una visión más completa de la problemática.

Una vez recopiladas las opiniones, se procedió a clasificarlas y agruparlas en categorías temáticas relevantes. Esto facilitó la identificación de patrones comunes y divergencias en las opiniones de los expertos. Aunque se presentaron matices y puntos de vista divergentes, se identificaron ciertos consensos en torno a ciertos aspectos clave.

Tabla 76

Análisis de datos recopilados - Entrevista a profundidad

DIMENSIÓN	INDICADOR	ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD
Cumplimiento tributario	cumplimiento de obligaciones tributarias	De acuerdo con la percepción generalizada entre los expertos, diversos factores inciden en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Un factor notable es la ausencia de retribución percibida por los contribuyentes, quienes a menudo no observan los beneficios tangibles de sus impuestos materializados en infraestructura, servicios públicos o mejoras en su entorno inmediato. Además, se identifica una carencia de conocimiento o información apropiada en relación con la legislación fiscal, situación que entorpece el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se considera que la complejidad inherente a los sistemas fiscales, un formalismo excesivo, la brecha digital existente y una cultura de incumplimiento, se erigen como obstáculos significativos para la observancia de las responsabilidades fiscales. Del mismo modo, se subraya la urgencia de simplificar y facilitar los trámites, así como de proveer incentivos efectivos para fomentar el cumplimiento tributario. Este conjunto de medidas podría facilitar el acercamiento de los contribuyentes al sistema fiscal, disminuyendo los niveles de evasión y fortaleciendo el sistema tributario en su conjunto.
	Pago de impuestos	La percepción generalizada entre los expertos acerca del cumplimiento de las obligaciones fiscales se enfoca en

diversos aspectos primordiales. En primer lugar, se subraya la carencia de una percepción de beneficios por parte de los contribuyentes, lo cual disminuye su voluntad de satisfacer sus responsabilidades tributarias. Además, se apunta hacia una desconfianza respecto a la gestión de los impuestos, en particular cuando los fondos recaudados no se destinan a los propósitos inicialmente previstos. Del mismo modo, se destaca la intrincada naturaleza de los sistemas fiscales, un formalismo desmedido y la ausencia de acceso a información clara y fácilmente comprensible. Estos elementos, sumados a una cultura de evasión fiscal y a las deficiencias en educación, así como a la brecha digital, propician una menor disposición por parte de los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones fiscales.

Los expertos concuerdan en que es imprescindible brindar facilidades y simplificar los procesos para efectuar los pagos fiscales, con el fin de fortalecer la confianza en el sistema. Estas medidas podrían motivar a más individuos a cumplir con sus obligaciones fiscales, incrementando así la eficiencia del sistema tributario en su conjunto.

La postura generalizada entre los expertos acerca de la evasión fiscal señala que la evasión y el incumplimiento de las obligaciones fiscales se han normalizado en la sociedad, atribuyéndolo en parte a la laxitud de las autoridades y a la percepción de que las tasas impositivas son elevadas. Se reconoce que la evasión fiscal es alarmantemente alta y se admite que la mera formalidad no garantiza el pago de impuestos. Además, se hace mención de la falta de controles en numerosas regiones de Perú, lo cual propicia la evasión. Los expertos están de acuerdo en que la evasión fiscal constituye un problema de gran magnitud que necesita medidas efectivas para su mitigación y para fomentar el cumplimiento tributario.

Evasión fiscal

**Beneficios y
costos**

**Satisfacción del
contribuyente**

La visión consensuada entre los expertos con respecto a la satisfacción del contribuyente subraya que la falta de conocimiento acerca de la tributación, la ausencia de transparencia, los procedimientos ineficaces y una carga tributaria que no refleja la realidad económica del contribuyente, son factores que afectan su satisfacción de

manera negativa. Además, se hace hincapié en la necesidad de simplificar los regímenes tributarios y facilitar la emisión de comprobantes a través de plataformas digitales, ofreciendo aplicaciones intuitivas y sin coste. Se postula que estas acciones podrían incentivar a los contribuyentes a emitir comprobantes, al igual que a los usuarios a solicitarlos. A su vez, se critica la excesiva burocracia impuesta a los emisores y se sugiere que la carga de la fiscalización no debería recaer enteramente en ellos. En última instancia, se resalta la relevancia de que el gasto gubernamental resulte atractivo para los agentes económicos, ya que ello influirá en su predisposición a cumplir con las obligaciones fiscales.

**Beneficios
fiscales**

La opinión predominante entre los expertos respecto a los beneficios fiscales destaca que tales beneficios pueden minimizar la evasión y la informalidad, ofreciendo mayores facilidades y procedimientos sencillos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Asimismo, se alude a la formalidad, en calidad de integrante de una entidad o colectivo, como una condición intrínseca al individuo. Además, se expone la relevancia de que el Estado proporcione incentivos adecuados para que los agentes económicos actúen de forma racional y se impulse la actividad económica. Por otro lado, se medita sobre las desigualdades vigentes en la sociedad global y se sostiene que, bajo ciertas perspectivas más extremas, ningún estímulo económico, por sí mismo, puede contrarrestar la inercia histórica que ha generado dichas desigualdades.

**Costo promedio
para los
contribuyentes**

La opinión común de los expertos en torno al costo promedio para los contribuyentes refleja varias ideas principales. Se destaca la estrecha relación entre la informalidad y la pobreza, señalando que cualquier factor que desequilibre esta balanza impacta significativamente en el contribuyente. Además, se menciona que, en períodos históricos anteriores, como el periodo virreinal colonial, existían mayores controles y regulaciones que dificultaban la formalización y fomentaban la evasión. En la actualidad, se plantea que los comerciantes que intentan formalizarse pueden enfrentar dificultades, ya que muchos de sus

	<p>proveedores son informales y no proporcionan comprobantes de pago adecuados. Esto crea un entorno complejo y dificulta la formalización completa para aquellos que deseen lograrla.</p>
<p>Conocimiento de los comerciantes</p>	<p>La opinión generalizada entre los expertos acerca del conocimiento tributario de los comerciantes resalta su importancia crucial. Se enfatiza que la formalidad no debería restringirse únicamente a las obligaciones de abonar impuestos y obtener licencias, sino que también debería inspirar confianza en los ciudadanos, convenciéndoles de que el Estado responderá a sus necesidades y eliminará las condiciones precarias. Se reconoce que la accesibilidad a la información, la cultura de incumplimiento tributario y las deficiencias en la educación son factores que disminuyen el conocimiento y el acceso al cumplimiento tributario. No obstante, se percibe un progreso paulatino en la educación tributaria de las personas, fomentado por el Estado a través de diversos mecanismos de formalización y el impacto de los impuestos que los ciudadanos satisfacen.</p>
<p>Conocimiento tributario</p>	<p>La opinión predominante entre los expertos en relación con el asesoramiento tributario refleja una preocupación por el enfoque restringido de la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria). Se critica que dicha entidad se centre en la fiscalización de los contribuyentes que se encuentran formalizados y que cumplen con sus obligaciones tributarias, sin proporcionar una educación adecuada. Se considera que esta situación genera una mayor presión tributaria sobre el sector formal, el cual representa únicamente cerca del 20% de la economía peruana. Simultáneamente, se descuida a los comerciantes minoristas, quienes conforman más del 90% de la actividad comercial. Se identifica una necesidad imperante de expandir el asesoramiento tributario para incluir a un espectro más amplio de contribuyentes y promover la equidad en la distribución de la carga tributaria.</p>
<p>Confianza en la autoridad tributaria</p>	<p>La perspectiva predominante entre los expertos acerca de la confianza en la autoridad tributaria refleja una preocupación considerable debido a la aparente insuficiencia en el cumplimiento de sus funciones de fiscalización y</p>

administración. Se critica el hecho de que dicha autoridad no aplique con la fuerza necesaria la recaudación de los impuestos, ni realice indagaciones exhaustivas en los sectores informales de la economía.

Se argumenta que, aunque la autoridad tributaria cuenta con información a nivel macro, no se adentra suficientemente en el control de estos actores económicos esenciales. Esta situación genera incertidumbre respecto a la capacidad de la autoridad tributaria para asegurar la equidad y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en todos los estratos de la economía.

4.3 Análisis de resultados de Focus Group

Después de realizar el focus group con comerciantes de abastos, quienes fueron parte integral de este estudio de investigación, es momento de analizar las opiniones expresadas durante la sesión. Durante el focus group, se brindó a los participantes la oportunidad de compartir sus experiencias, conocimientos y perspectivas sobre el tema en cuestión. Las discusiones fueron enriquecedoras y permitieron obtener una variedad de opiniones y puntos de vista que serán objeto de análisis detallado.

Las opiniones expresadas por los comerciantes de abastos reflejaron una serie de desafíos y preocupaciones comunes en su entorno laboral. Entre las principales inquietudes se destacaron los altos costos operativos, la competencia desleal, las cargas administrativas y la dificultad para acceder a financiamiento. Estos desafíos fueron considerados como obstáculos significativos para el crecimiento y la rentabilidad de sus negocios. Asimismo, se abordaron temas relacionados con la formalización, la educación tributaria y el acceso a servicios de asesoramiento especializado, resaltando la necesidad de apoyo y orientación por parte de las autoridades competentes.

El análisis de las opiniones brindadas por los comerciantes de abastos permitirá identificar patrones, tendencias y posibles soluciones a los desafíos que enfrentan en su día a día.

Estos resultados contribuirán a una comprensión más completa de las necesidades y demandas de este sector empresarial, así como a la formulación de políticas y estrategias que promuevan su desarrollo sostenible. Es evidente que las opiniones y experiencias de los comerciantes de abastos son valiosas para abordar sus preocupaciones y mejorar las condiciones en las que operan, impulsando así la economía local y fortaleciendo el entorno empresarial en general.

Tabla 77

Análisis de los datos recopilados- Focus Group

DIMENSIÓN	INDICADOR	ANÁLISIS
Cumplimiento tributario	cumplimiento de obligaciones tributarias	En opinión de los participantes, existen diversas razones que llevan a los comerciantes a no emitir comprobante de pago, incumpliendo sus obligaciones tributarias; las más resaltantes son: evasión de impuestos, costumbre y alta de exigencia del mismo, temor a regulaciones y la falta de incentivo.
	Pago de impuestos	La emisión y entrega de comprobantes de pago en las transacciones tiene el beneficio de facilitar el cumplimiento tributario. Al generar un comprobante de pago, tanto el comerciante como el consumidor pueden tener un registro claro y documentado de la transacción, lo que facilita el cálculo y pago de impuestos correspondientes. Además, los comprobantes de pago también pueden servir como respaldo en caso de necesitar hacer reclamos o devoluciones.
	Evasión fiscal	Las respuestas de los participantes indican que consideran que la evasión de impuestos es un motivo importante para la falta de emisión de comprobantes de pago. Argumentan que los comerciantes podrían evitar generar comprobantes para evadir el pago de impuestos sobre las ventas realizadas. Además, uno de los participantes menciona específicamente el temor de los comerciantes a tener que pagar impuestos adicionales

		<p>por ciertos productos, como el azúcar, si emiten un comprobante de pago.</p>
	Satisfacción del contribuyente	<p>Las respuestas de los participantes sugieren que existen aspectos específicos que podrían mejorarse en los trámites y gestiones tributarias. Uno de los participantes menciona la existencia de mucha burocracia en estos procesos, lo que puede dificultar y retrasar las gestiones relacionadas con los impuestos. Otro participante expresa que no ve beneficios claros en su caso particular, lo que podría indicar la necesidad de una mayor transparencia y comunicación por parte de las autoridades tributarias para que los contribuyentes comprendan y valoren los beneficios de cumplir con las obligaciones fiscales.</p>
Beneficios y costos	Beneficios fiscales	<p>Las respuestas de los participantes muestran una diversidad de opiniones en cuanto a si ser contribuyente brinda beneficios. Uno de los participantes expresa que no ve beneficios en su caso particular y menciona la falta de información al respecto. Sin embargo, otro participante destaca que, en su situación, ser contribuyente tiene beneficios, especialmente en términos de crecimiento y competitividad. Este participante menciona la necesidad de formalizarse para acceder a licitaciones y trabajar con el Estado y empresas privadas, lo que indica que la formalización tributaria puede abrir puertas y oportunidades de expansión en el mercado. En general, las respuestas muestran que la percepción de los beneficios de ser contribuyente puede variar dependiendo de las circunstancias individuales y las metas comerciales de cada persona.</p>
	Costo promedio para los contribuyentes	<p>Las respuestas de los participantes reflejan diferentes perspectivas sobre los beneficios de ser contribuyente. Un participante destaca que los impuestos en Perú son altos en comparación con otros países, lo que puede generar una percepción negativa sobre los beneficios de ser contribuyente. Otro participante menciona la existencia de mucha burocracia en los trámites y gestiones tributarias, lo que puede implicar una pérdida</p>

de tiempo. Un tercer participante señala que, aunque utiliza el sistema independiente para generar comprobantes electrónicos, considera que aún hay aspectos que se pueden mejorar. Por último, otro participante destaca que el acceso virtual para generar comprobantes electrónicos le toma entre 2 y 5 minutos, lo que sugiere una ventaja en términos de ahorro de tiempo. En general, las respuestas muestran que los participantes concuerdan en que existen desafíos y aspectos mejorables en el sistema tributario, pero también se destaca la importancia de las herramientas digitales para agilizar ciertos procesos.

Conocimiento de los comerciantes

Las respuestas de los participantes sugieren que existe una falta de conocimiento tributario por parte de los contribuyentes. Se menciona la falta de concientización, información y capacitación tanto por parte del gobierno como de las entidades tributarias. Esta falta de conocimiento puede dificultar la comunicación y comprensión de los beneficios de cumplir con las obligaciones fiscales. El participante también plantea la necesidad de encontrar formas efectivas de transmitir esta información a los consumidores y clientes finales, para que comprendan la importancia de la recaudación de impuestos y cómo contribuye al estado.

Conocimiento tributario

Asesoramiento tributario

Las respuestas de los participantes indican que no es fácil para el contribuyente contar con asesoramiento tributario especializado. Uno de los participantes menciona la existencia de mucha burocracia en los trámites y gestiones tributarias, lo que puede dificultar el acceso a un asesoramiento adecuado. Otro participante expresa la falta de información y beneficios claros en su caso particular, lo que sugiere una limitada disponibilidad de recursos o campañas de divulgación por parte de las entidades tributarias. Además, otro participante destaca que los beneficios prometidos no llegan con eficacia, lo que implica que la asesoría tributaria especializada puede no estar ampliamente disponible. En resumen, los participantes

**Confianza en la
autoridad
tributaria**

concuerdan en que el acceso a asesoramiento tributario especializado no es fácil, debido a la burocracia, la falta de información y beneficios tangibles, y la falta de recursos para promover y brindar dicho asesoramiento.

Las respuestas de los participantes reflejan una percepción general de que la entidad tributaria tiene un rol más enfocado en la fiscalización que en la promoción de la formalización y el pago de impuestos. Se menciona que la entidad tiene la responsabilidad de impulsar la promoción de la formalización y brindar capacitación a los contribuyentes, pero se percibe que no se realizan campañas efectivas ni se ofrecen suficientes beneficios para incentivar la formalización. Además, se destaca la disparidad en el apoyo otorgado a las grandes empresas en comparación con las pequeñas empresas y emprendedores.

4.4 Análisis de los resultados de la Ficha de observación

Los resultados de la ficha de observación reflejan dos dimensiones principales en el contexto de los comerciantes: el Nivel de Cumplimiento Tributario y el uso de Pagos Móviles.

Tabla 78

Resultados Generales de la observación directa

Criterio	Ítem	SI	NO
Nivel de Cumplimiento Tributario	Emiten comprobante de pago	5	95
Pagos Móviles	Utilizan pagos móviles para las ventas	67	33

Con respecto a la primera dimensión, el Nivel de Cumplimiento Tributario, se observó si los comerciantes emiten comprobantes de pago, que es un indicador crítico de cumplimiento con las obligaciones fiscales. Los resultados indican que solo el 5% de los comerciantes emitían un comprobante de pago, mientras que el 95% no lo hacía. Esta observación sugiere un bajo nivel de cumplimiento tributario entre los comerciantes encuestados, lo que podría ser un reflejo de varios factores, como falta de conocimiento sobre la importancia de emitir comprobantes de

pago, percepción de las obligaciones fiscales como una carga onerosa, o la ausencia de sistemas efectivos de monitoreo y sanciones por parte de las autoridades tributarias. En la segunda dimensión, se exploró el uso de Pagos Móviles entre los comerciantes. Se observó si los comerciantes utilizaban pagos móviles para realizar ventas. Los resultados muestran que el 67% de los comerciantes utilizaba pagos móviles para las ventas, mientras que el 33% no lo hacía. Este resultado indica un nivel de adopción considerable de los pagos móviles entre los comerciantes. Sin embargo, todavía existe un porcentaje significativo de comerciantes que no los utiliza, lo cual puede deberse a barreras como la falta de conocimiento o confianza en la tecnología, la falta de infraestructura necesaria, o la percepción de altos costos asociados con las transacciones móviles.

Estos resultados generales señalan dos áreas críticas que requieren atención. Por un lado, es necesaria una mayor educación y aplicación de medidas por parte de las autoridades para incrementar el nivel de cumplimiento tributario entre los comerciantes, particularmente en lo que respecta a la emisión de comprobantes de pago. Por otro lado, es importante continuar promoviendo y facilitando el uso de pagos móviles, ya que esto puede tener beneficios tanto para los comerciantes como para los consumidores, incluyendo la mejora de la eficiencia de las transacciones, la inclusión financiera y el incremento de la trazabilidad de las operaciones comerciales.

CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general, proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles tomando como Modelo el Gran Mercado Mayorista de Lima, si bien hemos concluido que no existe un incentivo que inequívocamente determine que un agente económico pase de la evasión tributaria a un cumplimiento pleno sus obligaciones fiscales, consideramos que una iniciativa legislativa que busque (i) la simplificación del registro y fiscalización de los ingresos de los comerciantes de abastos a través del soporte que otorga las billeteras electrónicas; y (ii) una mejor tasa tributaria que pueda generar un ahorro a los comerciantes de abastos frente a los actuales regímenes tributarios vigentes puede constituir un incentivo interesante para aumentar la recaudación en dicho sector económico. En este sentido, la iniciativa denominada “Decreto Legislativo que crea el Régimen Especial Tributario Aplicable a los Mercados de Abastos – RETAMA”, cuyo texto se anexa a la presente tesis, resulta una mejor opción frente al escenario de mantener una inactividad frente a la realidad fáctica de los mercados de abastos.

Es importante entender que el problema de omitir declarar ingresos y pagar impuestos es tan antiguo como nuestra República, incluso, podemos decir que la precede. Sumado a esto, se trata de un fenómeno social que no puede ser tratado desde una sola ciencia social. Por tanto, nuestra iniciativa legislativa no pretende solucionar el problema de la informalidad en el Perú, puesto que esto es una problemática que se origina en una dimensión ético-moral de cada individuo y se vincula al sentido de pertenencia de un proyecto nacional; razón por la cual, la informalidad debe ser combatida principalmente desde el sector educación. De este modo, la iniciativa legislativa de la presente tesis no combate dos de los problemas estructurales de nuestro Estado: gasto público ineficiente y la corrupción.

Dicho esto, debe entenderse que nuestro trabajo sólo constituye una de las distintas herramientas que nuestro Estado puede emplear para aumentar la recaudación fiscal y cumplir adecuadamente con la producción del tan ansiado bienestar social.

Entre algunos puntos a destacar sobre el proyecto de ley, podemos mencionar los siguientes:

(i) Respecto de la tasa impositiva propuesta, se optó por el 5% considerando la menor tasa del impuesto a la renta aplicable a contribuyentes domiciliados en el país vigente a la fecha. No obstante, tomando en cuenta las características de los mercados de abasto, este grupo no descarta la posibilidad de aplicar un impuesto flat para este sector.

(ii) En el artículo 7 de la propuesta legislativa se establece que los comerciantes de abasto opten voluntariamente por incorporarse al Régimen Especial Tributario Aplicable a los Mercados de Abastos – RETAMA. Sin embargo, durante la discusión de los resultados, al interior de nuestro grupo también se analizó la posibilidad que el Estado implemente obligatoriamente este régimen a los mercados de abasto; iniciando por el Gran Mercado Mayorista de Lima como una especie de piloto por un periodo en concreto, esto con el fin de medir su efectividad y realizar las mejoras pertinentes.

(iii) En cuanto a posibles contratiempos tecnológicos, actualmente las billeteras electrónicas presentes en el mercado nacional tienen un límite de monto para hacer transacciones. No obstante, entre las disposiciones complementarias finales del proyecto de ley, se dispone que el Gobierno y el sector privado puedan tomar las medidas necesarias para que las billeteras electrónicas que se empleen en los mercados de abastos no estén sujetas a límites de montos, esto debido al volumen de comercio que se aprecia en dichas plazas (sobre todo en los mercados mayoristas).

(iv) Desde el punto de vista financiero, la sexta disposición complementaria final del proyecto de ley busca, a manera de incentivo, que un “buen historial tributario” tenga una mayor importancia en la clasificación crediticia de los comerciantes de abastos. De esta manera, se ayudaría a dichos comerciantes a acceder al financiamiento de la banca nacional a menores tasas de interés; disminuyendo así su dependencia al capital propio o los préstamos usureros y a los riesgos que estas modalidades de financiación implican.

Respecto al objetivo específico de evaluar el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima, si bien, luego de procesar los datos de las encuestas, se aprecia que buena parte de los comerciantes entrevistados han manifestado cumplir cabalmente sus obligaciones tributarias, tales como el adecuado registro de ingresos y la correcta determinación del impuesto a la renta, lo cierto es que esto no concuerda con lo verificado a través del método de la observación. En efecto, cuando realizamos diversas visitas al Gran Mercado Mayorista de Lima, pudimos apreciar *in situ* que solo el 5% de los comerciantes emitía comprobantes de pago, sugiriendo un bajo nivel de cumplimiento tributario. Adicionalmente, los expertos que fueron entrevistados coincidieron en opinar que no existía un adecuado cumplimiento de obligaciones tributarias formales en los mercados de abastos. Todo esto nos lleva a concluir que los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima tienen un nivel de cumplimiento tributario de medio a bajo.

Consideramos que la discrepancia existente entre lo declarado y lo observado obedece al hecho que la mayoría de los comerciantes no quiere mostrar sus verdaderos ingresos ante el fisco. Esto puede responder, como lo explicaron los expertos entrevistados, a diversos factores: (i) el desincentivo de tributar en un Estado cuyo gasto público es ineficiente y con altas tasas de corrupción, (ii) el sentimiento de querer destinar sus ingresos a un núcleo social más cercano (por ejemplo, la familia) (iii) el interés de percibir una utilidad tangible y a corto plazo sobre sus

ingresos, (iv) la falta de conocimiento pleno de sus obligaciones tributarias, (v) los costos de transacción asociados tanto al registro de ingresos como a la determinación y declaración de impuestos (por ejemplo: pago de contador), (vi) la percepción de una autoridad tributaria que no fiscaliza adecuadamente; entre otros.

En cuanto al objetivo consistente en comprender la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre el marco legal tributario actual y su relación con su realidad económica, los resultados del *focus group* y la entrevista a expertos mostraron que dichos comerciantes tienen una percepción negativa del marco legal tributario actual. Asimismo, el *focus group* destacó la falta de conocimiento en temas tributarios como una barrera, pero los datos estadísticos revelaron que solo el 4,9% de los encuestados indicó no haber recibido asesoramiento tributario. Esta brecha en la capacitación fue confirmada por los expertos, quienes subrayaron la necesidad de una educación continua y actualizada en materia tributaria. Por lo tanto, se concluye que es importante promover la capacitación y formación en temas tributarios para evitar riesgos legales y optimizar la gestión financiera de los negocios.

En lo referente al objetivo de analizar la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre los regímenes tributarios existentes y su efectividad en incentivar la correcta declaración y pago del impuesto a la renta, los resultados del *focus group* y los datos estadísticos no arrojaron información específica sobre la percepción de dichos empresarios sobre los regímenes tributarios existentes y su efectividad en incentivar la correcta declaración y pago del impuesto a la renta. Por lo tanto, no se puede concluir sobre este objetivo específico.

Con relación al objetivo de explorar la factibilidad de implementar pagos móviles en las transacciones realizadas por los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima, los datos estadísticos revelaron que la gran mayoría de los encuestados (98,0%) ha investigado los costos

asociados con la implementación de pagos móviles en sus comercios. Esto indica un creciente interés y la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías de pago. Además, se observó que el 67% de los comerciantes ya utiliza pagos móviles en sus ventas. Este hallazgo indica un creciente interés y una adaptación activa a las nuevas tecnologías de pago. Los expertos también mencionaron que, si bien la implementación de pagos móviles puede implicar una inversión inicial, en el largo plazo puede generar beneficios como una mayor eficiencia en las transacciones y una mejor experiencia para los clientes. Por lo tanto, se concluye que los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima están tomando medidas para explorar y aprovechar estas oportunidades.

No obstante, si bien existe una familiarización de los comerciantes con los pagos móviles, también se apreció – a través del método de observación – que buena parte de aquellos prefiere el efectivo, puesto que utilizan esta modalidad del dinero para pagar a sus proveedores. Ante esta discordancia, el grupo concluye que el beneficio tributario que se propone a través del proyecto de ley sólo puede otorgado en caso el comerciante acepte procesar el 100% de sus operaciones a través de una billetera electrónica, dado que existe la posibilidad de que algunos sean proclives a seguir usando el efectivo, lo cual dificultaría un registro fidedigno de las transacciones de este sector del comercio.

Finalmente, deseamos manifestar que la presente tesis busca contribuir a la solución de una problemática nacional, por tanto, desde el punto de vista metodológico, esta investigación es válida para los fines del conocimiento científico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ali, A., Zulkernine, F., & Abbas, H. (2017). Mobile payment: A journey from unbanked to banked. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 8(5), 179-187.
- Ali, I., Asad, Z. U. R., & Zhang, L. (2017). Mobile payment adoption: An empirical evidence from the banking industry of Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(3), 1-15. <https://ssrn.com/abstract=3013283>
- Alva, A., & Ramos, J. (2020). La informalidad laboral y su impacto en la economía peruana. *Revista Científica de Administración, Economía y Negocios*, 3(2), 87-96.
- Alva, A., & Ramos, M. (2020). The legal reserve principle in taxation governance. *International Journal of Law and Management*, 62(2), 166–181. <https://doi.org/10.1108/ijlma-06-2019-0155>
- Alva, J., & Ramos, J. (2020). *Curso de Derecho Tributario*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Alva, L., & Ramos, J. (2020). Informalidad laboral y crecimiento económico en el Perú. *Revista Científica De Administración & Negocios*, 7(14), 1-12.
- Amasifuén, E. (2015). El sistema tributario en el Perú: una mirada crítica. *Revista de Derecho*, 23(1), 29-43.
- Anurag, A., Gupta, A., & Mantri, A. (2009). Mobile payments and banks. In *Handbook of research on mobile multimedia* (pp. 434-444). Information Science Reference. <https://www.igi-global.com/chapter/mobile-payments-banks/22261>
- Arnal, P. (2007). El marco jurídico del derecho tributario. *Derecho Público*, (160), 65-82.
- Aybar Yzaguirre, G. M., Calderón Hilarión, R. N., & Huamán Pillhuamán, M. N. (2018). La inclusión financiera de la microempresa a través del microcrédito y el uso del BIM-retos y posibilidades.
- Babbie, E. (2016). *Métodos de investigación de encuesta*. Cengage Learning.
- Babbie, E. (2016). *The practice of social research*. Cengage Learning.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2019). *Reporte de Estabilidad Financiera*. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-de-Estabilidad-Financiera/Reporte-de-Estabilidad-Financiera-N-25.pdf>

- Banco Mundial. (2017). Global Findex Database 2017. Recuperado de https://globalfindex.worldbank.org/sites/globalfindex/files/2018-04/2017%20Findex%20full%20report_0.pdf
- Banco Mundial. (2018). Global Findex Database 2017. Recuperado de <https://globalfindex.worldbank.org/>
- Baruah, T. D. (2020). Impact of mobile payment on financial inclusion. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 11(2), 57-62.
<https://doi.org/10.18843/ijcms/v11i02/07>
- Belisario Villegas, C. (2001). Derecho tributario. Editorial Jurídica Grijley.
- Benavides, J. C., & Oviedo, J. D. (2019). Análisis de la tributación en el comercio minorista del Gran Mercado Mayorista de Lima. *Revista Científica de Administración*, 7(2), 43-51.
<https://doi.org/10.20453/rca.v7i2.3538>
- Better Than Cash Alliance. (2016). Perú: Unlocking the Power of Digital Payments. Recuperado de <https://www.betterthancash.org/tools-research/country-reports/country-report-peru>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Chávez, J., & Núñez, J. (2015). Diseño muestral en la investigación cuantitativa. *Revista Médica de la Universidad Autónoma de Yucatán*, 4(2), 44-50.
- Chavez, J., Arboleda, A., & Buitrago, J. (2019). Factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana. Universidad de Lima.
- Comisión Europea. (2016). Digital Financial Inclusion: The Role of Digital Financial Services in Meeting the Needs of Emerging Market Consumers. Recuperado de https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/2016.12.15_financialinclusion-161215_0.pdf
- Comisión Europea. (2016). Mobile Payments: Key Developments and Forecasts. Recuperado de https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=17581
- Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas. (2019). Reporte de Actividades 2018. Recuperado de <http://www.devida.gob.pe/es/Publicaciones/ReporteActividades2018/>
- Cornejo, L. (2016). Comercio informal en los alrededores del Gran Mercado Mayorista de Lima. Universidad de Lima.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approach*. SAGE Publications.

- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Davis, K. (2013). *Understanding research in the social sciences: A practical guide to understanding social and behavioral research*. Routledge.
- Delgado, C. (2015). *Cultura de evasión y elusión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Díaz Revorio, J. (2019). El deber de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos. *Revista de Derecho*, 27(2), 191-208.
- Do Nascimento, F. M. (2016). La justicia tributaria como ideal en el estado democrático de derecho. *Revista de Derecho*, 24(1), 7-28.
- Ferrerres, O. (2018). *Curso de Derecho Tributario*. Abeledo-Perrot.
- Flores Polo, F. (1997). *Derecho financiero y tributario*. Civitas.
- Flores, S., & Chávez, K. (2017). Análisis de los requisitos legales para ser comerciante en el Gran Mercado Mayorista de Lima. *Ciencia & Desarrollo*, 19(1), 45-56.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2074479317300052>
- Fonrouge, C. A. (1976). *Derecho financiero y tributario* (Vol. 1). Astrea.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (2018). Entrevistas cualitativas. *Enciclopedia de investigación en ciencias sociales*.
- Gallardo, E., & Chan, R. (2021). Mobile payments adoption in emerging economies: The Peruvian case. *Telematics and Informatics*, 63, 101577.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101577>
- García Belaunde, D. (2018). El ciclo tributario en el Estado Constitucional de derecho. *Revista de derecho fiscal*, (36), 13-24.
- García-Baquero, G. (2012). Coherencia del marco jurídico del derecho tributario internacional. *Revista de Derecho Fiscal*, (303), 15-34.
- Garro, A. (2008). La estructura legal del derecho fiscal. *Ensayos de Derecho Fiscal*, (25), 143-154.
- Gómez, M. (2011). Adaptabilidad del marco jurídico del derecho tributario a la realidad socioeconómica. *Estudios Tributarios*, (48), 33-48.

- Gómez-Salvador, R. (2017). Los pagos móviles y su impacto en la inclusión financiera. *Revista de Economía y Empresa*, 72, 77-89.
- González-Vélez, A., & Kecskés, A. (2020). Mobile payments as a catalyst for financial inclusion: the case of Peru. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 14(1), 70-84.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Herrera Ventura, O. (2018). La conciencia tributaria en el ordenamiento jurídico nacional. *Revista de Derecho*, 26(1), 55-68.
- Hitters, J. M. (2006). La importancia de un marco jurídico sólido en derecho tributario. *Revista de Derecho Fiscal*, (10), 41-54.
- Hoofnagle, C. J., Urban, J. M., & Li, S. (2012). Mobile payment systems and consumer privacy: A comparative analysis. *The Journal of Consumer Affairs*, 46(2), 274-298.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2012.01233.x>
- Huamán, J. (2017). Características socioeconómicas y productivas de los comerciantes mayoristas del Gran Mercado Mayorista de Lima. Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Hughes, J., & Sharrock, W. (2017). *The philosophy of social research* (3rd ed.). Routledge.
- INEI. (2021). Gran Mercado Mayorista de Lima: Encuesta Nacional de Empresas Comerciales (ENEC) 2020. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1769/libro.pdf
- Ivañez, A. (2018). Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar [Factors influencing the acceptance of mobile payments in the economy; and a new model to test]. (Tesis de maestría). Universidad de Chile.
<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/663183/Tdialde1.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Jiménez, A. (2019). *Manual de Derecho Tributario*. Thomson Reuters.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, 33(7), 14-26.
- Kimanthi, B., Muthee, G., & Ngugi, K. (2015). Mobile Banking and Financial Inclusion: The MPESA Phenomenon in Kenya. *International Journal of Humanities and Social Science Research*, 3(2), 34-43.

- Kinya, V. W., & Omondi, J. A. (2019). Mobile Money Transfer and Financial Inclusion in Kenya: A Review of MPESA. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(2), 90-106.
- Linares, J. (2012). Claridad y especificidad en las normas fiscales. *Anales de Derecho Fiscal*, (25), 37-52.
- Lopez Chacaliaza, J. A., & Palomino Ramos, A. L. (2021). Factores que influyen en la intención de uso de tecnología móvil para realizar transacciones de dinero. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos).
- Maldonado, J. E. (2015). Puntos de venta y métodos de pago.
<https://www.monografias.com/trabajos109/puntos-venta-metodos-pago/puntos-venta-metodos-pago.html>
- Maldonado, P. (2018). Impacto económico de la evasión y elusión tributaria en el Gran Mercado Mayorista de Lima. Instituto de Estudios Peruanos.
- Market Intelligence, A. (2020). Informe de Mercado de Pagos Móviles en Perú. Recuperado de <https://americasmi.com/reports/informe-de-mercado-de-pagos-moviles-en-peru/>
- McBurney, D. H., & White, T. L. (2018). *Research methods* (10th ed.). Cengage Learning.
- McBurney, D. H., & White, T. L. (2018). *Research methods*. Cengage Learning.
- McKinsey & Company. (2016). How digital finance could boost growth in emerging economies. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-digital-finance-could-boost-growth-in-emerging-economies>
- McKinsey & Company. (2016). The transformative potential of mobile payments in Africa. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Financial%20Services/Our%20Insights/The%20transformative%20potential%20of%20mobile%20payments%20in%20Africa/The-transformative-potential-of-mobile-payments-in-Africa.ashx>
- Morales, F. (2021). Mobile payments and financial inclusion in Latin America. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 15(2), 167-178.
- Morales, J. A. (2021). Payments and fraud risk: Technological impact on digital payment systems. *Journal of Risk Research*, 24(2), 168-183.
<https://doi.org/10.1080/13669877.2019.1634827>
- Morse, J. M. (1991). Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. *Nursing research*, 40(2), 120-123.

- Municipalidad de Lima. (2021). Programas de capacitación y asesoramiento para los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. Recuperado el 5 de mayo de 2023, de <https://www.munlima.gob.pe/portal/noticias/item/2672-comerciantes-del-gran-mercado-mayorista-de-lima-reciben-capacitaciones-y-asesoramiento-en-gestion-y-mantenimiento-de-maquinarias-y-equipos.html>
- Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2006). Linking research questions to mixed methods data analysis procedures. *The Qualitative Report*, 11(3), 474-498.
- Ortiz, A. (2019). La formalización de las pequeñas empresas: un reto aún pendiente. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/news/opinion/2019/03/06/the-formalization-of-small-businesses-a-challenge-still-pending>
- Palao, C. (2015). Accesibilidad y comprensibilidad del marco jurídico del derecho tributario. *Revista de Derecho Fiscal*, (327), 69-86.
- Pickens, M. (2016). Perú: Desarrollo y Regulación de los Pagos Móviles. Recuperado de <https://blogs.worldbank.org/latinamerica/es/peru-desarrollo-y-regulacion-de-los-pagos-moviles>
- Rojas-Suárez, L. (2017). Formalización empresarial: un desafío pendiente. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/formalizacion-empresarial-desafio-pendiente/>
- Sainz, J. (2017). *Derecho Tributario*. Marcial Pons.
- Sanabria, R. (2001). *Derecho tributario e ilícitos tributarios*. Abeledo-Perrot.
- Sevillano, R. (2014). *Derecho tributario peruano*. Editorial Gaceta Jurídica.
- Statista. (2018). Digital payment methods used by online consumers in the United States as of February 2018. <https://www.statista.com/statistics/833695/digital-payment-methods-used-by-online-consumers-us/>
- SUNAT. (2021). Código Tributario. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo-tributario.html>
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2010). *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Sage publications.
- Torres, E. (2010). El objetivo del marco jurídico del derecho tributario. *Revista de Derecho Tributario*, (20), 69-84.
- Torres, E. (2018). La informalidad en el pago de impuestos: un análisis de los mercados de abastos en Perú. *Revista Científica de Economía, Administración y Ciencias Sociales*, 4(1), 19-32.

- Torres, M. (2018). El mercado de abastos de Lima y la informalidad en el pago de impuestos. *Gestión y Política Pública*, 27(2), 451-469.
- Tribunal Constitucional del Perú. (2004). Sentencia recaída en el Expediente N° 3303-2003-AA/TC. <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2004/03303-2003-AA.html>
- Tuesta, D., & Vargas, F. (2020). Acceso a servicios financieros y uso de tecnología financiera en el mercado mayorista de Lima. Lima: Banco de Crédito del Perú.
- Tuesta, D., & Vargas, H. (2020). Acceso a servicios financieros en Perú: Una revisión de la literatura. Banco Central de Reserva del Perú.
- Villegas, H. (1999). Teoría del estado y derecho tributario. Grupo Editorial Ibáñez.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). Mass media research: An introduction. Cengage Learning.
- Worldpay. (2018). Global payments report. https://www.fisglobal.com/-/media/fisglobal/digital-brochure/brochure/worldpay_global_payments_report_2018.pdf
- Xavier, A. (2011). La revisión y modificación del marco jurídico del derecho tributario. *Cuadernos de Derecho Fiscal*, (25), 79-94.
- Yape. (2021). Preguntas Frecuentes. Recuperado de <https://www.yape.pe/preguntas-frecuentes>
- Zambrano, R., & Villegas, H. (2021). Adecuación del régimen tributario en el Gran Mercado Mayorista de Lima. Recuperado de https://www.academia.edu/53670811/Adecuaci%C3%B3n_del_r%C3%A9gimen_tributario_en_el_Gran_Mercado_Mayorista_de_Lima

ANEXO

ANEXO

Desarrollo de la entrevista a profundidad

Variable Régimen tributario Especial

Tabla 79

Entrevista a Profundidad - Dimensión Cumplimiento Tributario

Dimensión: Cumplimiento Tributario

Indicador: Cumplimiento de obligaciones tributaria

Percy Castle – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en DS

CASAHIERRO Abogados: Siempre tratamos de decir que está en manos del estado, o l estado tiene la culpa y es cierto todo esto. De que claro si yo veo el día siguiente que el presidente de la República se roba la plata, que como que que ganas de contribuir voy a tener cierto algo, si yo no veo que en mi comunidad hay escuelas adecuadas, hospitales adecuados, carreteras adecuadas, No tengo la más mínima gana de contribuir y por eso el 70% de este país es informal. El problema trbutario es uno de los problemas de la informalidad.

Ricardo Román – Gerente de Banca Empresa en Banco de Crédito del Perú:

Existen varias razones por las cuales los comerciantes de mercados de abastos no cumplen con sus obligaciones tributarias. En primer lugar, la falta de conocimiento o información adecuada sobre las leyes tributarias puede ser un factor determinante. Muchos comerciantes pueden no saber exactamente qué obligaciones tienen, cómo cumplirlas o qué consecuencias tendrán en caso de incumplimiento. Otro factor puede ser la dificultad financiera, ya que algunos comerciantes pueden no tener los recursos suficientes para hacer frente a los pagos tributarios.

Jesús Cosamalon – Historiador y Catedrático Principal de Historia en la Pontifica Universidad Católica del Perú - PUCP: No siente la retribución cuando se paga impuestos. Me aparece que, en el Perú, los incentivos son muy bajos para que uno solicite un comprobante porque finalmente no hay muchas deducciones tributarias, entonces, como consumidor tampoco es que haya alguna motivación para fortalecer el cumplimiento de entregas de comprobantes.

Mario Alva Mateucci – Abogado Tributarita y Catedrático de Postgrado en la Pontifica Universidad Católica del Perú - PUCP: Una persona es parte del entorno social y

dentro de ese entorno social hay reglas que respetar, pero el problema se presenta, porque la población tiene varios elementos probalistas que realizar, uno es tener una idea en pertenencia al grupo, si la persona no se siente integrada al grupo va a buscar un beneficio personal al margen de que tenga un beneficio social, desde hay partimos un problema, en nuestro país cada uno siempre tila a su lado nada más, busca un beneficio personal y no tanto grupal, ese es un dato, segundo es una situación muy clara, para que tributo si finalmente el dinero que yo entrego se lo llevan otros a la corrupción u otro mecanismo incorrecto, entonces son detalles que al final perjudican directamente la recaudación.

entonces de ahí partimos de un hecho muy claro, para tributar debemos tener un hecho de pertenencia muy clara, y además, algo muy importante de beneficios, si yo tributo es porque encuentro mejores carreteras, mejor salud, mejor situación de seguridad interna y externa, ósea que no se ve en la actual situación, entonces ese es un detalle que desincentiva el pago del tributo, y el caso que están analizando es muy interesante, porque el comerciante muchas veces no les gusta tributar, no quieren figurar, porque en cierta medida ellos van a decir me va a generar menos ganancia, para ellos su lógica es ganancia, pero no entienden que si esa ganancia se genera el pago de impuestos va a tener un beneficio en la sociedad “en toda la sociedad” ósea que no es un rendimiento muy claro pensado en ellos, los incentivos son válidos, pero la idea es que sean realmente efectivos y que sirvan, por lo menos obligar a las personas a tributar, recuerda que en la típica situación “el garrote o la zanahoria” cuales le das, si es subjetivo a cierta medida o castigo a la penalidad, el carácter monetivo no ayuda mucho, sin embargo algunas situaciones si son interesantes, por ejemplo ante nadie utilizaba cinturón de seguridad, pero por la multa si lo utilizan, entonces el sistema monetivo si soluciona el tema de cinturón de seguridad, pero si vamos a entrar al tema monetivo y elevar las penas para el tema de emisión de comprobantes, sanción “sanción” no ayuda, entonces hay en todo caso podría establecerse mecanismos de ventaja, si yo entrego un comprobante de pago, tenemos la ventaja que se hace una rebaja, tengo facilidades para robos de impuestos y como hoy día los elementos electrónicos en su mayoría son prioritarios, entonces la misión tributaria ya tiene la posibilidad de conocer los comprobantes de pago, el ticket POS, por ejemplo, entonces esos dos datos podrían ayudar para la formalización propiamente, porque si algunos utilizan billetera electrónica, yape, plin y algunos mecanismos.

Jesús Ramos - Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en Throne, Echandía & Lema Abogados: Deficiencia de los impuestos para microempresas, complejidad de los sistemas tributarios vigentes, excesivo formalismo en algunos regímenes, falta de acceso a información, cultura de incumplimiento tributario, deficiencia en educación, brecha digital, etc.

Rolando Castellares – Abogado Economista y Catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: La complejidad de las formalidades impuestas por las autoridades tributarias para que el contribuyente cumpla con sus obligaciones tributarias; cuando lo lógico y racional es más bien brindarles las mayores facilidades y modos sencillos que faciliten estos pagos tributarios.

Raúl Odría – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en Jamis Dalguerre Abogados: considero que la causa de una posible evasión de impuestos en los mercados de abastos es la ausencia de un rector de impuestos y transacciones, lo primero que te diría es que hay que usar los términos correctos, no evasión si no defraudación, y bueno si somos precisos, en la aplicación de la norma tributaria tendríamos que demostrar que existe dolo dentro de todos los comerciantes para no facturar o boletear o emitir el comprobante de pago correspondido a la hora de la venta, sin embargo, si efectivamente si vamos a la parte más operativa y no tan técnica, no existe ningún medio de control en este medio de transacciones que son muy numerosas y están difuminada.

Indicador: Pago de impuestos

Percy Castle – Abogado Tributarista y Socio en DS CASAHIERRO Abogados: La naturaleza del ser humano es no pagar impuestos, si alguien me abre la puerta y no me pasa nada por no pagarlos, no lo haré. Eh, pues el problema es que en el Perú tenemos muchas leyes, muchas ideas, muchas cosas. La primera lo primero que tenemos que. Es que la autoridad imponga debida y adecuada el razonablemente la fuerza necesaria para cobrar los impuestos que la gente tiene

Ricardo Román - Gerente de Banca Empresa en Banco de Crédito del Perú: La disposición al cumplimiento de las obligaciones tributarias baja porque no perciben ningún beneficio en la formalidad

Jesús Cosamalon - Historiador y Catedrático Principal de Historia en la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP: Yo creo que la tributación va a mejorar si la gente

entiende que hay una retribución por lo que está pagando. Por ahora, lamentablemente la mayor parte de la población de Lima u otros lugares, tal vez hacen uso de recursos como servicios privados, pues no siente la retribución cuando se paga impuestos.

Mario Alva Mateucci – Abogado Tributarita y Catedrático de Postgrado en la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP: cualquiera de nosotros que tributa y se va dando cuenta rápidamente que pagamos impuestos si el gobierno, quien está de turno se lo utiliza para unos fines completamente diferentes, entonces de ahí partimos de un hecho muy claro, para tributar debemos tener un hecho de pertenencia muy clara, es la falta de confianza a la administración de estos impuestos.

Jesús Ramos - Abogado Tributarita y Socio del Área Tributaria en Throne, Echandía & Lema Abogados: Deficiencia de los impuestos para microempresas, complejidad de los sistemas tributarios vigentes, excesivo formalismo en algunos regímenes, falta de acceso a información, cultura de incumplimiento tributario, deficiencia en educación, brecha digital, etc.

Rolando Castellares – Abogado Economista y Catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: La complejidad de las formalidades impuestas por las autoridades tributarias para que el contribuyente cumpla con sus obligaciones tributarias; cuando lo lógico y racional es más bien brindarles las mayores facilidades y modos sencillos que faciliten estos pagos tributarios.

Indicador: Evasión fiscal

Percy Castle – Abogado Tributarista - Socio en DS CASAHIERRO Abogados: Entonces es lo mismo, si yo vivo en una sociedad donde es normal no tributa porque nadie me lo exige (la tasa es alta por la normalidad)

Ricardo Román - Gerente de Banca Empresa en Banco de Crédito del Perú: La evasión, junto a otras formas de evitar el pago de tributos es alta, ya que la formalidad no asegura el pago de tributos.

Jesús Ramos - Abogado Tributarita y Socio del Área Tributaria en Throne, Echandía & Lema Abogados: Es grande, no cumplen con sus obligaciones tributarias.

Raúl Odría – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en Jamis Dalguerre Abogados: están por muchos sitios del Perú, entonces no hay un control

Tabla 80

Entrevista a profundidad - Dimensión Beneficios y costos

Dimensión: Beneficios y costos

Indicador: Satisfacción del contribuyente

Ricardo Román - Gerente de Banca Empresa en Banco de Crédito del Perú: El desconocimiento de la tributación, la falta de transparencia, los procedimientos ineficientes o la falta de capacitación, así como la carga tributaria que no responde a su realidad

Mario Alva Mateucci – Abogado Tributario y Catedrático de Postgrado en la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP: Haber aquí hay varios elementos que hay que revisar, el régimen tributario siendo que para que pueda ser válido y aplicable tiene que ser un mecanismo de conocimiento de todos y que sea sencillo y aplicable, de que me sirve a mí muchas veces llenar muchas formalidades para poder justificar un mecanismo de control, por ejemplo hace un tiempo atrás recordaban cuando había la emisión de control de físicos, habría que tener pie de imprenta, la fecha de vencimiento, el número de serie, y otros detalles y ahora con los electrónicos es más sencillo porque se trabaja a través de plataformas, pero aun así muchas personas no tienen receso en el momento del internet, pero si del celular, entonces tratar en lo posible incentivar la emisión de comprobantes, con creaciones muy sencillas para colocar datos y que el comprobante sea emitido de manera sencilla y rápida por el celular, las aplicaciones hoy en día ganan bastantes adeptos a personas menores, en mi caso yo soy mayor y por ejemplo yo no soy nativo digital, pero los comerciantes que empiezan a trabajar ahora sí, entonces ellos tienen la facilidad de las aplicaciones, eso significa modificar un tipo de norma que podría establecer aplicaciones dirigidas por la propia administración tributaria o brindar a través de servicios gratuitos para la emisión de comprobantes muy sencillos, muy válidos pero que determinan en todo caso información tributaria al alcance de la SUNAT, eso podría ser un elemento para incentivar la emisión de comprobante y la exigencia del comprobante por parte del usuario, hoy se incentivan los dos, ahora podría establecerse que las facilidades de esos comprobantes podrían dar beneficios de descuentos u operaciones más sencillas de declarar es otro detalle, que la formalidad sea más sencilla y no sea perjudicial, pero que es lo que busca el fijo, muchas veces exige formalidades excesivas, y que el cliente o el emisor no quiere cumplirlos, porque formalidad si al final me perjudico, un elemento adicional que pueden

ustedes mencionar como crítica es que a veces se traslada las labores de fiscalización al emisor del comprobante, el emisor tiene que declarar, pagar, recurrir información cuando se le solicita y entregarla, entonces creo que ese es un detalle que la misión tributaria no maneja muy bien, ósea le exige demasiadas formalidades al emisor cuando debería ser en todo caso un mecanismo de facilidad, ese es un punto que podría establecerse.

Ernesto Cuadros - Economista y Vice Presidente Corporativo de Administración, Finanzas y Contraloría en Grupo ATV – Catedrático en ESAN: En tanto que la calidad del gasto del Gobierno no sea atractiva para los agentes económicos, los agentes económicos no van a querer pagar el impuesto.

Indicador: Beneficios fiscales

Jesús Ramos - Abogado Tributaria y Socio del Área Tributaria en Throne, Echandía & Lema Abogados: Reduce la evasión e informalidad.

Rolando Castellares – Abogado Economista y Catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: brinda mayores facilidades y modos sencillos que faciliten facilitan los pagos tributarios

Maria Pía Chirinos – Catedrática de Filosofía y Directora de Relaciones Institucionales y Proyectos Estratégicos en la Universidad de Piura: La formalidad es una circunstancia que nos que facilita el ser humano, pertenecer a algo, pertenecer a una empresa, pertenecer a una sociedad y ese sentido de pertenencia es una condición que el ser humano tiene de suyo, porque siempre nacemos dentro.

Ernesto Cuadros - Economista y Vice Presidente Corporativo de Administración, Finanzas y Contraloría en Grupo ATV – Catedrático en ESAN: Este tema es la parte de la economía que mira expectativas racionales. Y supuestos de la teoría económica suponen que los agentes son reaccionarios, entonces actúan de manera racional, y el Estado tiene que darle los suficientes incentivos para que se use ese agente se comporte bajo su racionalidad, es la que mueve el motor económico de la apuesta lógica.

Fernando Portocarrero – Catedrático de Sociología y Rector de la Universidad del Pacífico: en las perspectivas más radicales no hay norma o incentivo de tipo económico que puedan romper la inercia histórica que ha llevado al mundo a este desquiciamiento tan grande con las desigualdades.

Rodrigo Zapata – Abogado Financiero y Subgerente de Asesoría Jurídica de la Corporación Financiera de Desarrollo S.A. - COFIDE: la informalidad trae como consecuencia la complicidad, (...) muchas veces implica que las partes aceptan someterse tácitamente a situaciones irregulares en la actividad de comercio, como la venta sin emisión de comprobantes de pago; y terminan siendo códigos intrínsecos entre los participantes.

Indicador: Costo promedio para los contribuyentes

Alejandro Salinas – Historiador y Catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: Al respecto, es conveniente no olvidar que la “informalidad” está estrechamente relacionada con la pobreza (cualquier elemento que desestabilice la balanza impacta significativamente en el contribuyente)

Félix Rodríguez – Historiador y Catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: Con relación al periodo en la cual yo estoy estudiando, si había bastante informalidad y el tema también es que en el periodo virreinal, no había esa pues, no es como ahora que hay supuesta libertad económica, ósea en la actualidad el sistema administrativo es un poco más flexible, hay ciertos incentivos para formalizarse, en épocas virreinales, a finales del periodo virreinal colonial no era tanto así, había múltiples controles y no solamente ve las autoridades municipales publicas sino también instituciones corporativas, como gremios por ejemplo, eran justamente los gremios que principalmente denunciaban a aquellos oficios, a aquellos vendedores en la calles quienes ofrecían productos sin contar con la autorización de la municipalidad, en épocas del virreinato el cabildo de lima era pues una institución que intervenía en la economía, regulaba precios, imponía precios y también hacia un fuerte control, y justamente ese asunto de imposición de precios era justamente lo que incentivaba a algunos a evadir o utilizar diversos mecanismos para, como dicen sacarle la vuelta a la ley, entre otros, pero justamente estas fuertes regulaciones eran lo que llevaban en la época a fines del periodo colonial digamos a la informalidad

Raúl Odría – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en Jamis Dalguerre Abogados: primero que todo si comerciantes deciden formalizarse y declarar impuestos, tienen un problema porque la mayor parte de sus proveedores de estos productos esenciales, puede ser el arroz, el aceite, la azúcar, etc. de empresas formales, son informales y entonces, ellos no tienen formas sencillas de tener un comprobante de pago que acredite la adquisición de los productos y el costo, correcto, se podría hacer un documento formal o

comprobante de formal que sea la liquidación, que el nombre correcto sería la liquidación de compra pero eso se emite por personas naturales que realizan venta de productos que están gravados con el IGV y que no tienen RUC, como ya te he dicho muchos de estos productos primarios no están gravados con el IGV 1 y 2, y en el caso de algunos que si lo estuvieran simplemente si se hace un mundo de informalidad con Cash sin controles, esto hace mucho más complejo que si algún comerciante quisiera formalizarse logre hacerlo al 100%.

Tabla 81

Entrevista a profundidad - Dimensión Conocimiento Tributario

Dimensión: Conocimiento tributario

Indicador: Conocimiento de los comerciantes

Ricardo Román - Gerente de Banca Empresa en Banco de Crédito del Perú: Es determinante.

Jesús Cosamalon - Historiador y Catedrático Principal de Historia en la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP: Yo creo que la formalidad no puede estar acompañada únicamente por los deberes que tiene el ciudadano de pagar impuestos, de sacar licencia entre otras cosas; creo que también tiene que ver con permitir que esa formalidad le otorgue al ciudadano, una mayor confianza acerca de que el Estado va a responder ante las necesidades de las personas y eso significa acabar con la precariedad de la vida.

Mario Alva Mateucci – Abogado Tributarita y Catedrático de Postgrado en la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP: El régimen tributario siendo que para que pueda ser válido y aplicable tiene que ser un mecanismo de conocimiento de todos y que sea sencillo y aplicable }

Jesús Ramos - Abogado Tributarita y Socio del Área Tributaria en Throne, Echandía & Lema Abogados: La falta de acceso a información, cultura de incumplimiento tributario, deficiencia en educación reduce el acceso al pago de tributos

Félix Rodríguez – Historiador y Catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: ha habido un avance, eso sí es notorio, de distintas maneras las personas se han ido desarrollando esta educación tributaria, el estado tiene diferentes mecanismos para formalizar sobre todo a las personas, ha sido poco a poco y justamente los factores que van a

incentivar al estado a desarrollar esta educación tributaria a depender de los impuestos que pagan sus ciudadanos, a través de la formalización

Indicador: Asesoramiento tributario

Raúl Odría – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en Jamis

Dalguerre Abogados: SUNAT no hace el trabajo y simplemente se dedican a seguir exprimiendo o generando mayor presión tributaria sobre el ámbito que ya tienen identificado que es el formal y como nosotros sabemos no supera el 20% de la economía peruana. (no los educa, aplica directamente la ley)

Rolando Castellares – Abogado y Economista y Catedrático en la Universidad

Nacional Mayor de San Marcos: No. La SUNAT solo se limita a realizar su labor fiscalizadora respecto a contribuyentes formalizados y que, si cumplen con sus obligaciones tributarias, debido a que son éstos los que aportan los mayores tributos; por lo que estiman que los costos de fiscalización a contribuyentes menores no le resultan conveniente, sin considerar que los comerciantes minoristas superan el 90% de la actividad comercial

Indicador: Confianza en la autoridad tributaria

Percy Castle – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en DS

CASAHIERRO Abogados: La primera lo primero que debemos tener en cuenta es que la autoridad imponga debida y adecuada el razonablemente la fuerza necesaria para cobrar los impuestos que la gente tiene, hoy no sucede así.

Raúl Odría – Abogado Tributarista y Socio del Área Tributaria en Jamis

Dalguerre Abogados: Respecto al último punto definitivamente Sunat no cumple adecuadamente ninguno de sus roles de fiscalización y administración pero también hay que poner algunos puntos claros no, porque vaya a un mercado y va a verificar a todos y notificar a los que ya están notificados no, digamos el último eslabón de la cadena de productivo de venta, pero SUNAT no se da el trabajo, no se da el trabajo de investigar ni ir a estos productores primarios no, en el Perú como ustedes saben hay una serie amplia que son informales, por ejemplo la agricultura, el tema agropecuario, la minería ilegal, la tala de árboles, etc. De los cuales no participa no actúa, tiene información macro, pero no aterriza sobre hacer control de esta gente, solamente busca digamos a últimos eslabones con cierta parcialización o en la última etapa ya hay un registro de formalización de la última persona

que realiza las operaciones ya sea en cabeza del comprador final o del último vendedor, pero no pues

Desarrollo del Focus Group

Variable Régimen tributario Especial

Tabla 82

Focus Group - Dimensión Cumplimiento tributario

Dimensión: Cumplimiento Tributario

Indicador: Cumplimiento de obligaciones tributaria

Participante 1: En el caso de comprobantes de pago que posteriormente servirá para pagar impuestos, creo que no generarlo por el lado del comerciante es un tema de evasión de impuestos y por el lado del cliente, de los consumidores es un tema de costumbre, no estamos acostumbrados desde nunca cuando vas a un mercado, pero sí cuando vas a un supermercado o alguna tienda se exige.

Participante 2: eso es una realidad. ¿Esto viene? Uf, yo tengo uso de razón jamás se ha pedido en los mercados. Ningún mercado expende comprobante. Esto es, pues porque ellos, al quedarnos un comprobante de pago estarían sujetos a pagar el impuesto por ejemplo al azúcar. Ese es el temor de ellos. En algunas en algunas panaderías, no en todas sí te expenden tickets ticket, pero al momento que tú vas a reclamar tu producto, se lo quedan, eso es también una evasión de impuestos.

Participante 3: Creo que son varios factores, no los que he mencionado es un momento, yo creo que es una especie de círculo vicioso, no, no, no entregan en realidad comprobantes porque tampoco se pide, No se piden porque no se los ofrecen, pues creo que si, por ejemplo, los consumidores pidieran, se entregaría.

Indicador: Pago de impuestos

Participante 1: En el caso de comprobantes de pago que posteriormente servirá para pagar impuestos, creo que no generarlo por el lado del comerciante es un tema de evasión de impuestos

Indicador: Evasión fiscal

Participante 1: En el caso de comprobantes de pago que posteriormente servirá para pagar impuestos, creo que no generarlo por el lado del comerciante es un tema de evasión de impuestos

Participante 2: al quedarnos un comprobante de pago estarían sujetos a pagar el impuesto por ejemplo al azúcar.

Tabla 83

Focus Group - Dimensión Beneficios y costos

Dimensión: Beneficios y costos

Indicador: Satisfacción del contribuyente

Participante 4: Hay mucha burocracia, pues para gestionar.

Participante 2: Tal vez me faltará un poco este te informarme, pero no veo, no veo beneficio en mi caso.

Indicador: Beneficios fiscales

Participante 2: Tal vez me faltará un poco este te informarme, pero no veo, no veo beneficio en mi caso.

Participante 5: No hay tantos beneficios, así como empresarios, no hay tantos beneficios, pero en nuestro caso, si es que queremos seguir creciendo, si quiero seguir este en este mercado competitivo, si quiero entrar a licitaciones y quiero entrar a trabajar con el estado, con empresas privadas, necesito formalizarme. Hice lo único que sí, o sea, me tengo que formalizar para hacer cada día mayor competitivo en en otros sectores de mercado, no en el sector informal, pero para poder expandir mi ese sentido. (afirma que para expandir el negocio y entrar en competencia requiere formalizarse)

Indicador: Costo promedio para los contribuyentes

Participante 5: Y otro tema también los impuestos en el Perú son muy altos en comparación de otros países.

Participante 4: Hay mucha burocracia, pues para gestionar. (Pérdida de tiempo)

Participante 3: En mi caso, yo manejo en el sistema independiente, o sea que se conecta con el portal de sunat, o sea, no uso el portal de la zona directamente. Aun le falta este mejorar ciertos aspectos.

Participante 6: En mi caso si utilizo (el acceso virtual para generar comprobantes electrónicos) y me genera entre 2 a 5 minutos. (tiempo)

Tabla 84

Focus Group - Dimensión Conocimiento tributario

Dimensión: Conocimiento tributario

Indicador: Conocimiento de los comerciantes

Participante 2: Y lo que pasa es que nos falta concientización, nos falta también información, capacitación tanto por el gobierno como también lo estoy por esa entidad, que es la entidad, más que todo. ¿Como tus combates eso, cómo le puedes tu decir al al consumidor final al cliente? ¿Cómo le puedes decir eso, oye? Acepta la bolita porque la bolita me ha generado mayor ingreso para el estado, entonces recaudación de impuestos.

Indicador: Asesoramiento tributario

Participante 4: Hay mucha burocracia, pues para gestionar.

Participante 2: Tal vez me faltará un poco este te informarme, pero no veo, no veo beneficio en mi caso.

Participante 7: no tienen pues una muy buena campaña, de repente no tienen estos grandes fondos estimados para ellos, no tienen efectivamente muchos beneficios que brindar, pero estos no llegan y son los que más resaltan.

Indicador: Confianza en la autoridad tributaria

Participante 2: Creo que sería bueno que también en este gobierno apoyará a las pequeñas empresarias, a la bodeguita o abre su tienda eso y creo que ahí también se podría hacer alguna otra manera de ayudar a la formalidad. (se refiere a que hay más ayuda a las empresas grandes y no pequeña, destaca diferencia entre empresas)

Participante 7: Efectivamente, consideró que la impresión que se tiene de SUNAT es que tiene un rol más fiscalizador que puede promover la formalización y creo que es porque tienen bueno dentro de la estructura, es una parte de ella, también tiene un rol que debe impulsar la promoción de la formalización, de impulsar la capacitación hacia los consumidores y los proveedores, los contribuyentes en general. Pero no tienen pues una muy buena campaña, de repente no tienen estos grandes fondos estimados para ellos, no tienen efectivamente

muchos beneficios que brindar, pero estos no llegan y son los que más resaltan. Son el rol que menciona que mencionaron hace un momento, eso es lo que más genera impacto. Sus campañas no son buenas, en 21 no tienen el impacto y el alcance que deberían tener para ella esté. Así que la percepción mamita, creo que su rol es más de fiscalizador que promotor de la formalización y se entiende finalmente, y todos pueden entender que la formalización justamente conlleva al pago de tributos sin obtener algún beneficio.

PROPUESTA

DECRETO LEGISLATIVO QUE CREA EL RÉGIMEN ESPECIAL TRIBUTARIO APLICABLE A LOS MERCADOS DE ABASTOS - RETAMA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

El propósito de la presente Ley es regular el Régimen – RETAMA, el cual incluye a aquellos contribuyentes sobre los cuales se verifiquen todas las siguientes características:

a) Sean personas jurídicas en los términos del artículo 14 de la Ley del Impuesto a la Renta.

b) Contribuyentes con domicilio fiscal ubicado en un mercado de abastos según lo establecido en esta Ley.

c) Domiciliados en el Perú.

d) Con ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio.

e) Utilizan billeteras electrónicas para el cobro de sus ventas.

La regulación de la Ley del Impuesto a la Renta y su reglamento son aplicables al RETAMA en todo lo no contemplado en esta Ley, siempre que no sean contradictorias.

Artículo 2.- Definiciones

Billetera Electrónica : Aplicación móvil instalada en un celular que permite efectuar transacciones con Dinero Electrónico entre los usuarios de dicha billetera.

Código Tributario : Se refiere al TUO del Código Tributario, aprobado por el Decreto Supremo 133-2013-EF y modificatorias.

Dinero Electrónico : Según definición establecida en la Ley No. 29985 y normas complementarias.

- Ingresos Netos : Los ingresos netos se refieren a la suma total de ingresos brutos obtenidos por rentas de tercera categoría anuales, después de devoluciones, bonificaciones, descuentos y conceptos similares que sean comunes en la industria, incluyendo las rentas de fuente extranjera calculadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 51 de la Ley del Impuesto a la Renta.
- Ley del Impuesto a la Renta : Es el TUO de la Ley del Impuesto a la Renta, regulado por D.S. No. 179-2004-EF y modificatorias.
- Mercado de Abastos : Inmueble distribuido por puestos o tiendas independientes de venta o prestación de servicios, divididos por giros y dedicados mayoritariamente al acopio y venta de alimentos y similares a nivel minorista y mayorista.
- Nuevo RUS : Es el Régimen Tributario regulado por el Decreto Legislativo 937 y sus modificaciones.
- Régimen Especial : Régimen Tributario al que se refiere el Capítulo XV de la Ley del Impuesto a la Renta.
- Régimen General : Es el régimen de renta de tercera categoría regulado en la Ley del Impuesto a la Renta.
- Régimen Tributario o MYPE o RMT : Régimen tributario regulado por el Decreto Legislativo 1269 y modificatorias.
- SUNAT : Se refiere a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
- UIT : Se refiere a la Unidad Impositiva Tributaria.

En caso de que se haga mención de artículos sin especificar la norma a la que pertenecen, se considerará que se refieren al presente decreto legislativo.

Artículo 3.- Sujetos no comprendidos

No se incluyen en el RETAMA aquellos sujetos que cumplan con cualquiera de las siguientes condiciones:

a) Estén vinculados con otras personas naturales o jurídicas; con quienes sumados sus ingresos netos anuales excedan el límite del inciso d) del artículo 1 de esta Ley.

El reglamento de esta Ley establecerá los casos específicos en los que se considera que existe vinculación, de acuerdo con lo mencionado en este inciso.

b) Se trate de agencias o establecimientos permanentes de sociedades, empresas unipersonales, o entidades constituidas fuera de Perú.

c) Hayan generado ingresos netos anuales en el ejercicio fiscal anterior que excedan las 1700 UIT.

El reglamento establecerá las disposiciones correspondientes en aquellos casos en que un contribuyente se hubiera encontrado en más de un régimen tributario durante un ejercicio gravable.

d) Lleven a cabo actividades comerciales diferentes al comercio dentro de los mercados de abastos y/o fuera de las instalaciones del mercado de abastos en el que están registrados.

CAPÍTULO II

TRIBUTACIÓN PARA EL RETAMA

Artículo 4.- Determinación del impuesto a la renta en el RETAMA

Los contribuyentes que se encuentren bajo el RETAMA calcularán su renta neta siguiendo las disposiciones del Régimen General establecidas en la Ley del Impuesto a la Renta y las regulaciones complementarias correspondientes.

Artículo 5.- Tasa del Impuesto

El impuesto a la renta aplicable a los contribuyentes del Regimen RETAMA resultará de la aplicación de una tasa de 5% sobre sus ingresos netos.

Artículo 6.- Pagos a cuenta

6.1. Los contribuyentes del régimen RETAMA deberán declarar y realizar pagos a cuenta correspondientes al ejercicio, dentro de los plazos de vencimientos mensuales de su RUC. El monto a pagar será calculado aplicando un porcentaje de uno por ciento (1%) a los ingresos netos del mes.

Los contribuyentes del Retama tendrán la facultad de suspender los pagos a cuenta de acuerdo a lo que establezca el Reglamento de la presente Ley.

CAPÍTULO III

ACOGIMIENTO, CAMBIO DE RÉGIMEN, LIBROS Y REGISTROS CONTABLES

Artículo 7.- Acogimiento al RETAMA

Los contribuyentes que empiecen sus actividades durante el transcurso del año fiscal podrán optar por el régimen RETAMA, siempre y cuando no se hayan acogido previamente al RMT, al Régimen Especial, al Nuevo RUS o al Régimen General, y no se encuentren en ninguno de los casos mencionados en los incisos a) y b) del artículo 3.

La elección de acogerse al RETAMA se llevará a cabo únicamente al momento de presentar la declaración jurada mensual correspondiente al mes en que se inicie la actividad, siempre que se realice dentro de la fecha límite establecida.

Artículo 8.- Cambio de Régimen

8.1. Los contribuyentes que estén bajo el Régimen General se cambiarán al RETAMA, realizando la respectiva declaración en el mes de enero del siguiente ejercicio fiscal, siempre y cuando no hayan cumplido con las condiciones establecidas en el artículo 3.

Por otro lado, los contribuyentes del RETAMA podrán inscribirse al Régimen General en cualquier mes del ejercicio fiscal, de acuerdo con lo establecido en el artículo 9.

8.2. Los contribuyentes del RMT se acogerán al RETAMA o los sujetos del RETAMA al Régimen Especial de acuerdo con las disposiciones contenidas en el Decreto Legislativo No. 1269.

8.3. Los contribuyentes del Régimen Especial se acogerán al RETAMA o los sujetos del RETAMA al Régimen Especial de acuerdo con las disposiciones contenidas en el artículo 121 de la Ley del Impuesto a la Renta.

8.4. Los contribuyentes del Nuevo RUS se acogerán al RETAMA, o los contribuyentes del RETAMA al Nuevo RUS de acuerdo con las disposiciones de la Ley del Nuevo RUS.

Artículo 9.- Obligación de ingresar al Régimen General

9.1. Si en algún mes los contribuyentes del RETAMA superan el límite establecido en el artículo 1 para el ejercicio fiscal, o incurren en alguno de los casos mencionados en el artículo 3, deberán calcular el impuesto a la renta de acuerdo con el Régimen General para todo el ejercicio fiscal.

9.2. Los pagos a cuenta efectuados de acuerdo con lo establecido en el artículo 6 continuarán siendo considerados como pagos a cuenta del impuesto a la renta. A partir del mes en que se cumpla con alguno de los casos mencionados en el artículo 3, los pagos a cuenta se calcularán de acuerdo con lo establecido en el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta y sus reglamentos correspondientes.

Artículo 10.- Libros y Registros Contables

Los contribuyentes del RETAMA deberán llevar Libros y Registros Contables de acuerdo con lo establecido en las normas correspondientes.

Artículo 11.- Aplicación del Impuesto Temporal a los Activos Netos

Los contribuyentes del RETAMA que tengan activos netos al 31 de diciembre del año fiscal anterior que superen el monto de S/ 1,000,000.00 (un millón y 00/100 soles), estarán sujetos al Impuesto Temporal a los Activos Netos establecido en la Ley No. 28424 y sus modificaciones correspondientes.

Artículo 12.- Aplicación de Presunciones

A los contribuyentes que opten por acogerse al RETAMA les resultarán aplicables las presunciones del Código Tributario y la Ley del Impuesto a la Renta en aquellos casos que ameriten a su caso en concreto.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. Vigencia

La presente Ley entrará en vigor el primero de enero del año siguiente de su publicación.

Segunda. Reglamentación

El Ministerio de Economía y Finanzas, con la aprobación del Consejo de ministros, aprobará y publicará el Reglamento de la presente Ley en un plazo no mayor de 60 días hábiles desde la publicación de la presente Ley.

Tercera. Exclusiones al RETAMA

No podrán acogerse al RETAMA aquellos contribuyentes que se encuentren comprendidos en los alcances de las siguientes leyes y sus respectivas modificaciones:

- Leyes N° 27037, 27360, 29482, 27688, 30446.

Cuarta. Reportes con fines tributarios

Los contribuyentes pertenecientes al RETAMA podrán presentar ante SUNAT el detalle histórico de las transacciones realizadas a través de la Billetera Electrónica ante una eventual fiscalización o verificación tributaria con el propósito de evaluarlo en dicho procedimiento. Asimismo, la SUNAT tendrá la facultad de solicitar y obtener el referido reporte histórico a la empresa proveedora de la Billetera Electrónica.

Quinta. Registro de CCI y número móvil

Los contribuyentes del RETAMA deberán registrar ante SUNAT y mediante su Clave SOL un número móvil y un Código de Cuenta Interbancaria (CCI) exclusivos para las

operaciones asociadas al Régimen. Para este efecto dicho números móvil y CCI deberán estar asociados a una billetera electrónica que el contribuyente empleará únicamente en las transacciones propias del Régimen.

Sin perjuicio del párrafo anterior, autorícese a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, Banco Central de Reserva del Perú en coordinación con la SUNAT, en el marco de sus funciones, a realizar las gestiones necesarias para que las empresas proveedoras de las Billeteras Electrónicas generen un monedero electrónico especial para los contribuyentes pertenecientes al RETAMA cuyo uso no se encuentre sujeto a un límite de monto de operaciones diarias para los adquirentes de contribuyentes del régimen RETAMA.

Sexta. Evaluación financiera de los contribuyentes acogidos al RETAMA

Los ingresos que figuren en la declaración y pago del impuesto a la renta del contribuyente del RETAMA constituyen un criterio en el análisis de la capacidad de pago de dicho contribuyente. En este sentido, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP podrá emitir normas – en materia de clasificación al deudor – que regulen la manera en la cual las entidades del sistema financiero peruano podrán considerar el buen historial tributario de los contribuyentes del RETAMA para efecto de la evaluación crediticia.

La presente disposición tiene por finalidad el incentivar el acogimiento de los comerciantes de abastos al RETAMA.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS

Primera. Incorporación de oficio al RETAMA

La SUNAT incorporará de oficio al RETAMA a los contribuyentes que se encuentren en el Gran mercado Mayorista de LIMA, salvo que se hayan acogido al Nuevo RUS o Régimen Especial, con la declaración correspondiente al mes de enero del ejercicio gravable 2023; sin

perjuicio que la SUNAT pueda en virtud de su facultad de fiscalización incorporar a estos sujetos en el Régimen General de corresponder.

Segunda. Acompañamiento tributario

En el caso de contribuyentes que inicien actividades durante el año de entrada en vigencia de la presente Ley o que provengan del Nuevo RUS y opten por acogerse al RETAMA durante referido ejercicio, la SUNAT no les aplicará sanciones relacionadas con su incorporación al régimen RETAMA, sanciones de los numerales 1, 2 y 5 del artículo 175, numeral 1 del artículo 176 y numeral 1 del artículo 177 del Código Tributario. Esta medida estará sujeta a que los contribuyentes subsanen las referidas infracciones en los términos que regule SUNAT en una resolución de superintendencia.

Esta disposición no exime a los contribuyentes de cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias correspondientes.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS

Primera. Modificación del encabezado del inciso b) y último párrafo del artículo 119, y el artículo 121 de la Ley del Impuesto a la Renta

Modifíquese el encabezado del inciso b) y último párrafo del artículo 119, y el artículo 121 de la Ley del Impuesto a la Renta, por el siguiente texto:

“Artículo 119.- Acogimiento

(...)

b) Tratándose de contribuyentes que provengan del Régimen General o Régimen MYPE Tributario, del RETAMA o del Nuevo Régimen Único Simplificado:

(...)

El acogimiento al Régimen Especial tendrá carácter permanente, salvo que el contribuyente opte por acogerse al Nuevo Régimen Único Simplificado o al Régimen

MYPE Tributario o al RETAMA o ingrese al Régimen General; o se encuentre obligado a incluirse en el Régimen MYPE Tributario o en el Régimen General, de conformidad con lo previsto en el artículo 122.”

“Artículo 121.- Cambio de Régimen

Los contribuyentes acogidos al Régimen Especial podrán acogerse al RETAMA, al Régimen MYPE Tributario o ingresar al Régimen General en cualquier mes del ejercicio gravable, mediante la presentación de la declaración jurada que corresponda.

Los contribuyentes del Régimen General, Régimen MYPE Tributario, o RETAMA, podrán optar por acogerse al Régimen Especial en enero según el inciso b) del primer párrafo del artículo 119. En dicho caso:

- a) Aplicarán contra sus pagos mensuales los saldos a favor a que se refiere el inciso c) del Artículo 88 de la Ley.*
- b) Perderán el derecho al arrastre de las pérdidas tributarias a que se refiere el Artículo 50 de la Ley.”*

Segunda. Incorporación del inciso a.5) del artículo 37 de la Ley del Impuesto a la Renta

Incorpórese el inciso a.5) al artículo 39 de la Ley del Impuesto a la Renta, con el siguiente texto:

“Artículo 37.- A fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como los vinculados con la generación de ganancias de capital, en tanto la deducción no esté expresamente prohibida por esta ley, en consecuencia, son deducibles:

(...)

a.5) Cuando se realicen gastos efectuados a favor de contribuyentes válidamente acogidos al Régimen Especial Tributario Aplicable a los Mercados de Abastos – Retama, los adquirientes tendrán derecho a una deducción adicional de 5% sobre dichos gastos”.

Tercera. Incorporación del inciso f) del artículo 46 de la Ley del Impuesto a la Renta

Incorpórese el inciso f) al artículo 46 de la Ley del Impuesto a la Renta, con el siguiente texto:

“Artículo 46.- De las rentas de cuarta y quinta categorías podrán deducirse anualmente, un monto fijo equivalente a siete (7) Unidades Impositivas Tributarias.

Adicionalmente, se podrán deducir como gasto los importes pagados por concepto de:

(...)

f) Adquisiciones de bienes realizados a los contribuyentes válidamente acogidos al Régimen Especial Tributario Aplicable a los Mercados de Abastos – Retama, sustentados en boletas de venta electrónica en la que deberán identificar al usuario con

el número de su documento nacional de identidad (DNI) o de RUC. Solo será deducible como gasto el 30% de las adquisiciones del presente inciso.”

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Problema General	Objetivo general	Régimen tributario especial	Cumplimiento tributario	cumplimiento de obligaciones tributarias Pago de impuestos Evasión fiscal	Tipo de investigación: básica Nivel o alcance: descriptivo Enfoque: mixto Diseño: exploratorio Población: 500 Muestra: 307 encuestados (probabilística) 9 entrevistados (no probabilística) Instrumento: Cuestionario Entrevista a profundidad Focus group Ficha de observación Técnicas: Cuantitativas: estadísticas Cualitativas. Observación, entrevistas.
¿Cómo podría diseñarse un régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles que fomente la formalidad y eficiencia fiscal, tomando como modelo el Gran Mercado Mayorista de Lima?	Proponer un régimen tributario especial para los mercados de abastos con soporte en pagos móviles tomando como Modelo el Gran Mercado Mayorista de Lima		Beneficios y costos	Satisfacción del contribuyente Beneficios fiscales Costo promedio para los contribuyentes	
Problemas específicos	Objetivos específicos		Conocimiento tributario	Conocimiento de los comerciantes Asesoramiento tributario Confianza en la autoridad tributaria	
PE₁: ¿Cuál es el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima y qué factores contribuyen a este comportamiento? PE₂: ¿Cómo perciben los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima el actual marco legal tributario y cómo se relaciona con su realidad económica? PE₃: ¿Qué percepciones y experiencias tienen los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima con respecto a los regímenes tributarios existentes y su efectividad para incentivar la correcta declaración y pago del impuesto a la renta? PE₄: ¿Cómo perciben los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima la factibilidad de implementar pagos móviles en sus transacciones diarias y cuáles serían los posibles beneficios y desafíos de esta implementación?	OE₁: Evaluar el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. OE₂: Comprender la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre el marco legal tributario actual y su relación con su realidad económica OE₃: Analizar la percepción de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima sobre los regímenes tributarios existentes y su efectividad en incentivar la correcta declaración y pago del impuesto a la renta. OE₄: Explorar la factibilidad de implementar pagos móviles en las transacciones realizadas por los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima		Tecnología	Conocimiento de usuario Capacidad de adopción Costo de transacción	
			Comportamiento del usuario	Aceptación Frecuencia de uso Seguridad	
			Regulaciones bancarias Políticas bancarias para el uso de pago móvil	Regulaciones bancarias Políticas bancarias para el uso de pago móvil	