

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD**



**EL IGV MONOFÁSICO EN EL PERÚ Y SU POSIBLE
APLICACIÓN A LAS OPERACIONES DE
COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE

CONTADOR PÚBLICO

AUTORA

MARIELY ALVAREZ SANCHEZ

ASESOR

Dr. ENRIQUE MARTÍN SAN MIGUEL ROMERO

Chiclayo, 2019

Dedicatoria

A Dios, creador del cielo y la tierra, por darme la vida y salud permitirme cerrar una etapa de mi vida, por darme la fuerza necesaria para cruzar las barreras que se me presentaron en el camino.

A mis Padres, por haberme inculcado buenos valores, por enseñarme a no rendirme jamás, por su apoyo incondicional en todos los aspectos, por demostrarme que con esfuerzo, perseverancia y dedicación se alcanzan los grandes sueños que parecían imposibles.

A mi estimado asesor Dr. Enrique Martin San Miguel Romero quien forma parte considerable de esta investigación, por sus grandes aportes, enseñanzas y apoyo en todo momento.

Agradecimiento

A Dios, porque sin tu bendición nada hubiera sido posible, porque en cada oración obtenía una respuesta para seguir y nunca rendirme

Especial agradecimiento a mi Asesor, Dr. Enrique Martin San Miguel Romero por su paciencia, por las ganas de ayudar, y compartir sus conocimientos, porque semana a semana estuvo ahí para darme alcances y llegar hasta el final.

A mis estimados docentes Alex Seytuque Limo y Fernando Augusto De la Cruz Castillo por darme la oportunidad y la confianza de pertenecer a sus centros laborales desde los primeros ciclos, significando un gran aporte en mi carrera profesional.

Resumen

La presente investigación responde a la necesidad de analizar al Impuesto General a las ventas monofásico y evaluar su viabilidad en la aplicación a las operaciones de comercialización de frutas frente al problema al cual se enfrentan los comerciantes de Tomate al realizar sus ventas a empresas formales y obligarse a contratar un Tercero denominado “Interviniente” para que emita los comprobantes correspondientes a las empresas formales y estas puedan deducir costo o gasto tributario, ya que al realizar la renuncia a la exoneración del IGV, compiten en desigualdad de condiciones con los comerciantes que no lo realizan, al existir un tercero trae como consecuencia que dichos comerciantes no pueden sustentar sus incrementos patrimoniales, su línea crediticia en el sistema financiero y su capacidad económica demostrable en el tiempo, no quedando exceptos a ser sometidos a investigaciones para determinar su riqueza.

El objetivo principal de la investigación es realizar la evaluación de los intervinientes en el proceso de comercialización y determinar si será aplicable el Impuesto General a las ventas monofásico en dichas operaciones.

Para ello se ha determinado y comparado las etapas de todo el proceso, se identificó y cuantifico los efectos tributarios, así como también el agente de retención dentro del proceso, mediante el procedimiento se diagnosticó la situación actual de los sistemas Plurifásico y Monofásico con legislación comparada, asimismo se evaluó el estado de informalidad y sus efectos en el sector de comercialización de frutas, en cada etapa del proceso y se identificó factores que realizan viable la propuesta.

Como resultado final se pudo determinar que la política tributaria que establece la renuncia a la exoneración conlleva a requerimiento de un agente intermediario que se formaliza para emitir los comprobantes de pago establecidos en forma y sustancia, facilitar el transporte de la mercadería sin riesgos tributarios y realiza la entrega a la empresa formal sin problemas, el agente intermediario que aparece en el proceso su permanencia no es mayor a 6 meses, asimismo la ausencia de control por parte de la administración tributaria genera condiciones a favor de la informalidad, así como la no aplicación del Impuesto General a las ventas monofásico contribuye a sujetos intervinientes se beneficien representando en forma falsa eventualmente, para luego salir del proceso de comercialización, evadir y no aportar al fisco.

Palabras Claves: Monofásico, Plurifásico, Procesos, Comercialización.

Abstract

The present investigation responds to the need to analyze the monophasic General Sales Tax and evaluate its feasibility in the application to the operations of trade of the fruit in front of the problem to which it refers to the Tomato merchants when making their sales to the formal companies and obliging hiring a third party called "Intervening" to issue the corresponding vouchers to the formal companies and these can be deducted cost or tax expense, since the waiver of the exemption of the IGV is made, competing in unequal conditions with the merchants who do not. When a third party exists, it results in said traders being unable to sustain their equity increases, their line of credit in the financial system and their demonstrable economic capacity over time, while remaining exceptional and being subjected to an investigation to determine their wealth.

The main objective of the investigation is to perform the evaluation of the intervening factors in the commercialization process and determine if the single-phase General Sales Tax is applied in said operations.

For this purpose, the stages of the whole process have been determined and compared, the identification and quantification of the tax effects, as well as the agent of the retention in the process, through the procedure the current situation of the Multi-phase systems has been diagnosed and Monophasic with the comparison, the state of the information and its effects in the sector of fruit commercialization is also evaluated, in each stage of the process and the factors that make the proposal viable are identified.

As a final result it was possible to determine that the tax policy that establishes the waiver of the exemption entails a requirement of an intermediary agent that is formalized to issue the vouchers of the payments in the form and the substance, the use of the transport of the merchandise without risks tributary and makes the delivery to the formal company without problems, the intermediary agent that appears in the process of its permanence is not greater than 6 months, also the absence of control by the tax administration generates conditions in favor of informality, as well as the non-application of the monophasic General sales tax for the purposes of the intervention eventually represented in false form eventually, to then exit the marketing process, evade and not contribute to the treasury.

Keywords: Single phase, Multi-phase, Processes, marketing.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Resumen	4
Abstract.....	5
I. Introducción	8
II. Marco Teórico	11
2.1 Antecedentes.....	11
2.2 Bases Teóricas Científicas.....	12
III. Metodología.....	31
3.1 Tipo y nivel de investigación.....	31
3.2 Diseño de investigación	31
3.3 Población, muestra y muestreo.....	31
3.4 Criterios de selección.....	32
3.5 Operacionalización de variables Variable.....	32
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
3.7 Procedimientos.....	34
3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos.....	35
3.9 Matriz de consistencia	36
3.10 Consideraciones éticas	38
IV. Resultados Y Discusión.....	39
4.1 Resultados	39
4.1.1 Diagnosticar la situación actual de los sistemas Monofásico y Plurifásico aplicados en el Perú y las variaciones en la recaudación del impuesto	39
4.1.2 Evaluar la informalidad en el sector agroindustrial y sus efectos en el proceso de comercialización de frutas	45
4.1.3 Identificar factores que determinen la viabilidad de la propuesta	57
4.2 Discusión	60
V. Conclusiones	61
VI. Recomendaciones	62
VII. Lista De Referencias.....	63
VIII. Anexos.....	66

Índice de figuras

Figura 01: De qué manera está constituida la base imponible para el cálculo del impuesto	21
Figura 02: Canales de distribución y cadenas de valor de la comercialización de frutas y hortalizas en fresco	28
Figura 03: Relación de comerciantes de Tomate que realizan la actividad de producción del mismo.	42
Figura 04: Buscador en el registro	43
Figura 05: Recaudación Tributaria según el sector Agroindustrial	44
Figura 06: Factores Intervinientes en el aumento de ingresos tributarios	44
Figura 07: Porcentaje de empleo informal y formal en el sector Agroindustrial	46
Figura 08: Proceso de comercialización, factores intervinientes	47
Figura 09: Primer fase de la etapa de Producción	48
Figura 10: Segunda fase de la etapa de Producción	49
Figura 11: Tercera fase de la etapa de Producción	50
Figura 12: Infracciones sancionadas con comiso de bienes	54
Figura 13: Primera Fase considerando al Interviniente	55
Figura 14: Segunda Fase considerando al Interviniente	55
Figura 16: Cuarta Fase considerando al Interviniente	56
Figura 17: Primera Fase sin considera al Interviniente	57
Figura 18: Segunda Fase sin considerar al Interviniente	57
Figura 19: Tercera Fase sin considera al Interviniente	58
Figura 20: Primera Fase en la que se gravaría y se determinará el agente de retención	59
Figura 20: Ingresos del Gobierno Central – Impuesto Selectivo al consumo	59

Índice de tablas

Tabla 01: Impuesto General a las ventas	32
Tabla 02: Impuesto General a las ventas	33

I. Introducción

La investigación denominada: “El IGV Monofásico en el Perú y su posible aplicación a las operaciones de comercialización de frutas”, se llevó a cabo para dar una solución a los problemas que se vienen presentando en un determinado sector visto económicamente como el más débil, específicamente en la manera en cómo se ejecuta la venta desde el Mayorista a una Empresa Formal y las limitaciones que presentan los comerciantes.

En la actualidad la mayoría de comerciante que componen el mercado de frutas se encuentran en la incapacidad de sustentar sus incrementos patrimoniales, su línea crediticia en el sistema financiero, y la ausencia de su capacidad económica demostrable, limitación para realizar ventas directas a empresas formales afectando su propio crecimiento, pero lo que más llama la atención es por el lado del comprador, ya que de no existir un interviniente este, no podría sustentar costo o gasto con efecto tributario, ya que carece de un comprobante de pago. Yendo más lejos podemos ver que el crecimiento de la empresa en el corto plazo viene acotado, ya que no puede cubrir altas demandas directas de empresa grandes, por no brindar documentación requerida para concluir con la venta, sustentado en que si renuncian a la exoneración del Impuesto General a las Ventas compiten en desigualdad de condiciones frente a los que no lo hacen.

La presente investigación, tiene su ámbito de estudio en los principales mercados de Chiclayo y Trujillo, específicamente en aquellos comerciantes que cuentan con gran volumen de venta e infraestructura, Hoy esta asociación cuenta con 130 comerciantes activamente, lo cual les ha permitido ganar un posicionamiento importante lo cual es importante mantener y desarrollar.

La problemática radica en que actualmente la forma de gravar el impuesto general a las ventas en el Perú es Plurifásico , es decir grava en todas las etapas del proceso, sin embargo en el Apéndice 2 de la Ley del Impuesto General a las ventas , presenta la exoneración de dichos productos, pero las Empresas Formales al adquirir dicho producto solicita al Mayorista que renuncie al beneficio para que le extienda un comprobante de pago que acredite la compra del mismo y le permita gozar del costo o gasto tributario, teniendo como salida el comerciante contratar a otra persona “Interviniente” para que emita los comprobantes que acrediten la venta y se realice la transacción para luego desaparecer jurídicamente, quedando

sin el comprobante de compra ya que el Productor no lo emite y no pudiendo acreditar el derecho de la propiedad del producto exponiéndose a riesgos como el comiso de dichos productos al ser trasladado hasta el punto de venta sustentado en que al gravar en la etapa de Productor a Mayorista , Mayorista a Empresa Formal y posteriormente al consumidor final encarece el precio del mismo generando pérdidas de la eficiencia social, y esto a su vez afecta en la canasta de bienes que consume una familia con ingresos promedio, por ello se planteó el objetivo general Analizar la posible aplicación del Impuesto General a las Ventas Monofásico en el Perú en las operaciones de comercialización de frutas .

Es así que Alva (2011), afirma que el caso de los impuestos monofásicos lo que se pretende es gravar una sola de las diversas etapas que va desde la producción hasta la distribución del bien en el consumidor final

Y teniendo como objetivos específicos; Diagnosticar la situación actual de los sistemas Monofásicos y Plurifásico aplicada en el Perú y las variaciones en la recaudación del impuesto, Evaluar la informalidad en el sector agroindustrial y sus efectos en el proceso de comercialización de frutas e Identificar factores que determinen la viabilidad de la propuesta

La presente tesis está comprendida en cinco capítulos los cuales se detallan;

En el primer capítulo, se realizó el planteamiento del problema, se consideró el tema a investigar lo cual permitió conocer la situación real de la manera en cómo se maneja la comercialización de Tomate desde los principales mercados de Chiclayo y de qué manera afecta a corto y largo plazo a los comerciantes realizar dicha comercialización.

En el segundo capítulo, se desarrolló el marco teórico considerando los antecedentes de la investigación, y bases teóricas.

En el tercer capítulo, se planteó la metodología de la investigación, considerando el tipo y nivel de investigación, diseño metodológico, población, muestra y muestreo, criterios de selección, Operacionalización de variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas para el procesamiento de la información, matriz de consistencia y las consideraciones éticas.

En el cuarto capítulo, se presentaron los resultados de la investigación, considerando legislación comparada y análisis descriptivos teniendo en cuenta la realidad de la operatividad.

En quinto capítulo, comprende la discusión, conclusiones y las recomendaciones para dar respuesta a los problemas planteados.

II. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Producto de la indagación de diversas fuentes, se ha tenido a bien presentar tesis referentes.

Erazo (2011); en su trabajo de tesis referente al “Análisis de la inaplicabilidad del precio de venta al público sugerido como mecanismo para la determinación de la base imponible del impuesto a los consumos especiales”, concluye que El ICE de acuerdo a la legislación local es un impuesto monofásico de primera etapa, motivo por el cual, dada la diferencia temporal entre el nacimiento de la obligación tributaria y el consumo del producto como tal, solicitarse que se liquide dicho tributo en función del precio de venta (aspecto posterior).

López (2016); en su trabajo de tesis referente al “Análisis de la incidencia de la recaudación del impuesto monofásico en Ecuador”, concluye que la exigencia de formalidades no debe reprimir el ejercicio al derecho a la aplicación del crédito tributario del IVA, los mecanismos de control implementados por la Administración Tributaria en los que se han incluido la facturación, que a más de otorgar el derecho a crédito tributario, son los únicos que sustentan costos y gastos para efectos del cálculo de impuesto a la renta, retenciones en la fuente, regímenes simplificados, cruces de información a través de la información de anexo transaccional y/o REOC ocasionan dificultades en la deducción del IVA como crédito fiscal generando problemas para la identificación de cuáles importes pueden descontarse al tratar de aplicar el crédito tributario

Orosco (2017) Cuzco - Perú; en su tesis referente a “Aplicación del impuesto selectivo al consumo de los combustibles en el Perú” durante el periodo 2017, concluye aplicación del Impuesto Selectivo al Consumo de los combustibles en el Perú, genera efectivamente su desnaturalización como impuesto Parafiscal siendo que los impuestos selectivos en los combustibles son uno de los impuestos que recauda mayor fisco y no cumple su finalidad de ser parafiscal quebrantando principios que son base para el sistema tributario. Y por último especialistas en la materia comparten la misma idea al decir que el impuesto selectivo al consumo es parafiscal y que este se desnaturaliza como tal.

Pacheco (2014); en su trabajo de tesis referente al “Análisis comparativo del impuesto al consumo de Perú y Chile”, concluye que las diferencias más resaltantes entre el IGV y el IVA radican en que el IGV tiene en su legislatura la exoneración de productos agrícolas y ganaderos, mientras que el IVA grava la totalidad de los productos que venden en el país; la tasa vigente es de 18 % para el IGV y 19% para el IVA y, por último, la aplicación de los regímenes de pre-recaudación, como el SPOT, Régimen de Retenciones y Percepciones en el Perú, y el llamado "Cambio de sujeto" del impuesto al Valor Agregado (IV A) en Chile.

2.2 Bases Teóricas Científicas

La ley tributaria cuando señala al sujeto pasivo de la obligación en calidad de contribuyente o responsable sólo pretende precisar quién va a ser el obligado al cumplimiento de la prestación tributaria y ello no implica que visto desde el término económico dicho sujeto pasivo sea quien asuma la carga impositiva. (Zolezzi, 2003)

Asimismo menciona que esta circunstancia trae consigo que se pueda diferenciar los tributos respecto de los cuales la ley admite y aún dispone que sean trasladados por el contribuyente a sujetos que no forman parte de la relación tributaria, de aquellos en los cuales se pretende que la carga económica del mismo sea soportada por el contribuyente señalado como tal por la ley.

De esta manera ejemplifica ambas situaciones , en el primer caso se puede tomar como ejemplo los impuestos que se aplican con ocasión de la venta a nivel de productor, de artículos tales como tabaco, alcohol, bebidas gaseosas, etc., en los cuales si bien el responsable del tributo es el fabricante, la carga económica del mismo la soporta el consumidor final, en el segundo caso puede citarse, como ejemplo, un impuesto que grave las ventas al exterior de productos sometidos a cotizaciones internacionales, el contribuyente es el exportador nacional y las posibilidades de traslación al adquiriente del extranjero son prácticamente nulas, se da pues, en un impuesto de este tipo, una identidad entre la norma legal y la realidad económica, ya que el contribuyente señalado por la ley como tal, es quien soporta la carga impositiva.

Todos aquellos tributos, que en principio, están destinados a gravar al consumidor final, se conocen como impuesto al consumo, aunque la ley señale como contribuyente o

responsable a persona distinta (fabricante, mayorista, minorista, etc.) y no obstante que por razones excepcionales de mercado o control de precios en determinados casos no pueda darse la traslación de la carga tributaria

2.2.1 Impuesto General a las Ventas – Historia

En el territorio peruano se mantiene la característica de ser un impuesto indirecto, cuyo principio es basado en la neutralidad económica, el cual grava ciertos servicios y bienes que se desarrollan dentro de nuestro país en el proceso de dicha actividad.

Zolezzi (2003), menciona que “En el Perú, hasta el año 1972 estuvo vigente el impuesto a los timbres fiscales que afectaban a todas las ventas que se realizaban dentro del ciclo de producción y distribución de un bien, gravándose el precio íntegro sin deducción alguna, cada vez que se vendía un bien o se prestaba un servicio, este impuesto estaba claramente comprendido en el régimen del impuesto plurifásico acumulativo sobre el valor total, si bien existían algunas tasas específicas, la general era del 5%.

Asimismo acota que este timbre fiscal consistía en pegar unas estampillas con la idea de realizar el pago de los tributos, mientras más timbres se adherían, mayor sería el incremento de la base imponible del IGV, provocando la elevación de los precios, la sencillez del tributo, a consecuencia de estas razones se determinó la derogatoria de este impuesto.

Moller (2003), afirma que “A partir de 1973, con la dación del Decreto Ley 19620, se adoptó básicamente la modalidad del monofásico, gravándose la venta de bienes en la etapa de fabricación o importación, con una tasa general del 15% y otras especiales”

Como hace referencia Zolezzi (2003), el impuesto monofásico grava solo el proceso de producción o distribución, desplazando la carga del impuesto al consumidor final; pero en cuando se aplicó este tipo de impuesto no fue netamente monofásico porque además se gravaba con una tasa del 1% a los mayoristas.

“En enero 1975, por Decreto Ley 21070, se introducen sustanciales modificaciones en el impuesto a los bienes y servicios.” Las cuales podemos hacer mención al impuesto que grava

a los mayoristas con una tasa del 1%, y al fabricante se le otorga el derecho de tomar como crédito fiscal el impuesto pagado a sus compras de mercadería.” Zolezzi (2003)

Con este cambio, se ingresó al régimen del valor agregado, según comenta Zolezzi, un año después se vio la necesidad de reformar la tributación expidiéndose el Decreto Ley 21497 en julio de 1976, elevándose las tasas impositivas de tipo oligofásico a nivel de productor, fabricante y mayorista, quedando fuera del campo de aplicación al minorista, la forma como se determinó el valor agregado fue deduciendo el impuesto gravado en las compras de los insumos.

Fue en año 1981, con el Decreto Legislativo N° 190, donde se dan importantes modificaciones en el régimen sobre el valor agregado, una de las más importantes es la eliminación de varias tasas, que generaba gran confusión y su difícil control, determinando una tasa general de 16%, otro notable cambio fue el de la implementación del régimen simplificado que era con la finalidad de incentivar a las pequeñas empresas a formalizarse.

En el año 1988, tras varias reorganizaciones en la Dirección General de contribuciones; se crea mediante Ley N° 24829 la Superintendencia Nacional de Aduanas y la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT.

La última tasa todavía vigente se dio en el año 2011, publicado en el diario oficial “El Peruano” la ley N° 29666 que restituye la tasa del impuesto establecido por el TUO de la ley del IGV, artículo N° 17, determina que a partir del 01 de marzo del 2011 la tasa del IGV se restituye al 18% , este último cambio de la tasa del IGV, que fue la reducción del 19% al 18% tiene como finalidad de aumentar la capacidad adquisitiva de los peruanos y contribuir a la producción de los distintos sectores económicos del país.

Zolezzi (2012) , manifiesta que la ley tributaria cuando señala al sujeto pasivo de la obligación en calidad de contribuyente o responsable sólo pretende precisar quién va a ser el obligado al cumplimiento de la prestación tributaria y ello no implica que desde el punto de vista económico, dicho sujeto pasivo sea quien en definitiva soporte la carga impositiva.

Esta circunstancia trae consigo que se pueda diferenciar los tributos respecto de los cuales la ley admite y aún dispone que sean trasladados por el contribuyente a sujetos que no forman parte de la relación tributaria, de aquellos en los cuales se pretende que la carga económica del mismo sea soportada por el contribuyente señalado como tal por la ley.

Zeballos (2017), acota acerca del proyecto de Ley N°1849/2017-CR, proyecto que declara de interés Nacional y necesidad pública la modificación el apéndice I de la Ley del Impuesto General a las ventas basándose en el artículo 59 de la constitución que indica que la iniciativa privada es libre , se ejerce una economía social de mercado , bajo este régimen el estado orienta el desarrollo del país y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad y servicios públicos.

Asimismo Herhard y Alfred Mulier Armack (2017), afirman que se trata de un orden en donde se asegura la competencia y al mismo tiempo la transformación de la productividad individual en progreso social, beneficiando a todos, a forma de estimular un diversificado sistema de protección social para los sectores económicamente débiles.

Alva (2013), acota el Impuesto al Valor Agregado es un Impuesto que recayendo sobre el consumidor final-que es quien en definitiva paga a través de sus consumos, ha de ser ingresado al fisco par cada una de las etapas del proceso económico de producción, distribución y comercialización, en proporción al valor que cada una de ellas incorpora al producto.

Asimismo, acota que la estructura del Impuesto al Valor Agregado importa la de un Impuesto plurifásica no acumulativo, va que el objeto de la imposición no es el valor total del consumo sino el mayor valor a valor agregado que el producto adquiere en cada etapa del circuito de producción, distribución y comercialización, ahora bien, la Imposición sobre el consumo puede darse de modo general a de modo específico, evidentemente en el primer caso estaremos frente a un Impuesto General al Consumo, y en el segundo caso frente a un Impuesto Específico al Consumo.

Rodolfo Balbi (2012) par su parte, establece que el Impuesto al Valor Agregado, es un tributo que reconoce como hecho imponible, cada una de las ventas de bienes y prestación de servicios que tiene lugar desde la iniciación del circuito económico conformado par los ciclos

de producción y distribución, hasta llegar a los consumidores finales, a en su caso, desde la Importación hasta la venta a prestación a dichos consumidores.

Cosciani (2017), destaca el hecho que la imposición a nivel de fabricante o mayorista hace más probable el fenómeno del exceso de imposición por las mayores probabilidades de que el producto luego de satisfacer el impuesto, retorne al ciclo de producción y sea sometido nuevamente al impuesto., en otras palabras, las mercaderías transformadas cuya venta ha estado sujeta al pago del impuesto, es adquirida por fabricantes que, a su vez incorporan dichos bienes en sus productos fabricados, a efectos de evitar esta doble imposición se diseñan dos sistemas:

Sistema de Suspensión: En virtud de este sistema no se aplica el impuesto (se suspende) a los fabricantes adquirentes de productos, que se destinen a labores de transformación, evaluar el destino en la venta de determinados bienes, es bastante complicado por lo cual la aplicación de este método resulta ineficaz para evitar la doble imposición en el otro extremo se presta a maniobras fraudulentas de los agentes económicos para evitar la aplicación del impuesto.

Sistema de Valor Añadido: Este método según afirma Due, supone gravar con el impuesto a las ventas hechas por los fabricantes de todos los bienes, terminados o no, y simultáneamente permite a los fabricantes deducir de sus cifras de ventas sujetas al gravamen el costo de las materias primas y piezas gravadas que han sido compradas.

Cosciani (2017), afirma que las ventajas que conviene destacar respecto de este modelo de imposición, es que es de fácil recaudación y administración pues el reducido número de empresas dedicadas al rubro producción, en cuanto a los inconvenientes se afirma que en estos modelos, la alícuota del impuesto al ser aplicable en una sola etapa tiende a ser alta; asimismo se presenta la dificultad de definir al contribuyente del impuesto, pues no resulta sencillo proporcionar un concepto equivoco de fabricante y finalmente en este modelo se produce el efecto piramidación del impuesto, lo cual significa que el precio del bien aumenta para el consumidor final en una cifra superior al monto recaudado por el fisco.

2.2.2 Impuesto General a las ventas Monofásico

Alva (2011), acota que en el caso de los Impuestos monofásicos lo que se pretende es gravar una sola etapa del proceso de producción o distribución, de este modo es posible que se determine en la primera etapa (a nivel de productor), en la etapa intermedia (a nivel de mayorista) o en la etapa final (directamente relacionado con el minorista), como se citó Zolezzi, M, se “(...) grava el producto, bien o servicio en una sola etapa del proceso de producción y distribución, se trata de un impuesto único que puede ser exigido en la venta efectuada por el fabricante, en la fase del comercio al por mayor, cuando se efectúa la transferencia al minorista, o en la fase del detallista o comercio al por menor cuando el producto es vendido al consumidor final”, (Zolezzi, M. pg 22) , el Impuesto de tipo monofásico califica como un “impuesto sobre el volumen de ventas que grava éstas en un solo punto del proceso de producción y distribución”. Cabe precisar que en este tipo de impuestos “(...) la evasión en caso producirse acarrea la pérdida total del impuesto”

Armack (2017), acota que el el impuesto monofásico grava la venta de productos a nivel de fabricante, ciertamente, la circunstancia de que se afecte con el impuesto a productos a nivel de fabricante, excluye de la imposición a los bienes naturales, a los bienes provenientes de actividades extractivas y los servicios; puesto que en esos casos no puede afirmarse que el vendedor detente la calidad de fabricante, que asevera que el termino fabricante podrá ser definido de tal manera que incluyese la prestación de servicios, pero hacerlo así introducirá dentro de la estructura del impuesto una clase de establecimiento sustancialmente diferente al establecimiento manufacturero típico, desde el punto de vista del tamaño, sistema de archivos y otras características, igual razonamiento, puede aplicarse respecto de los productos naturales y extractivos.

Así mismo, para Bassallo (2008), indica que una estructura monofásica se trata de una sola etapa en la cual la venta del bien o la prestación del servicio será gravada con el impuesto, como sabemos la venta de un bien puede pasar por múltiples etapas hasta llegar a su consumo final por parte del adquirente , estas etapas comprenden desde la venta hecha por el fabricante del bien , pasando por la venta hecha por el mayorista y finalmente la venta hecha por el minorista al consumidor final , el impuesto con estructura monofásica grava el valor de la venta del bien por única vez , ya sea esta efectuada por el fabricante , por el

mayorista o por el minorista , aun cuando en los dos casos anteriores no se pueda producir un consumo propiamente dicho sino un continuar del bien en el ciclo comercial.

Además , explica dos niveles significativos ; A nivel del Mayorista , considerando que en esta etapa el impuesto grava únicamente la venta efectuada por el mayorista al minorista , para evitar que se produzca una doble imposición en el caso de que un mayorista venda a otro mayorista , se establece un sistema de registro de empresas mayoristas lo cual permite identificar si la operación obedece a una efectuada por una empresa registrada (mayorista) a otra no registrada (minorista) ; A nivel del Minorista , considerando que en esta etapa el impuesto grava a la última operación de venta , es decir , la efectuada al consumidor final , por ello , no es necesario que el vendedor sea un minorista sino que puede darse el caso de empresas mayoristas que vendan como minoristas , ambas empresas se encuentran obligadas a inscribirse como realizadoras de actividad de ventas minoristas, en ese sentido, lo determinante es que el comprador sea el consumidor final , ya sea que este sea una empresa inscrita como no inscrita , pues puede darse el caso de que una empresa mayorista o minorista compre un bien para consumirlo , y no para revenderlo , como sería el caso de las adquisiciones de bienes y servicios con boleta de venta. (Basallo, 2008).

Wolters (2018), manifiesta que se habla de un impuesto monofásico cuando recae, exclusivamente, sobre una de las fases del proceso de producción y/o distribución.

1. Impuesto sobre fabricantes (cuando el impuesto recae sobre la etapa de producción).
2. Impuesto sobre mayoristas (cuando el impuesto recae sobre la etapa de venta al por mayor).
3. Impuesto sobre minoristas (cuando el impuesto recae sobre la etapa de venta al por menor).
4. En el Perú tenemos como ejemplo de Impuestos Monofásicos a los siguientes: Impuesto Selectivo Al Consumo (ISC), Impuesto al Rodaje.

Zolezzi establece ventajas y desventajas del impuesto Monofásico

Entre las principales ventajas destaca lo siguiente

1. Permite disminuir el número de contribuyentes, facilitando así su administración, esta ventaja es mayor si se decide imponer el gravamen en la venta efectuada por el fabricante.
2. No estimula la concentración industrial ni penaliza la especialización, la neutralidad del impuesto es marcada si la fase gravada es la venta realizada por el minorista
3. Permite discriminar las alícuotas por productos
4. El cálculo de la incidencia tributaria no ofrece dificultad, sobre todo si el sistema grava la venta a nivel de minorista.
5. No da problemas en la importación o exportación ni dificulta un mercado común, especialmente si el impuesto se aplica en la venta del minorista

Entre las principales desventajas destaca lo siguiente

1. Al concentrarse el impuesto en una sola etapa, la tasa es muy alta, ello puede estimular la evasión y tener efectos inflacionarios.
2. Producida la evasión ésta es total
3. Si se decide gravar en la etapa del minorista, la fiscalización es muy compleja por el número de contribuyentes quienes por lo general tienen una contabilidad deficiente.
4. El gravar en la etapa del minorista no es políticamente conveniente, por cuanto psicológicamente el comerciante minorista se siente afectado por el tributo no obstante que lo traslada al consumidor final.
5. El impuesto aplicado en la etapa del fabricante o mayorista crea problemas en la definición del sujeto pasivo, en cuanto a la materia imponible pueden darse casos en los cuales se afecta materia que no debiera estar comprendida en el tributo.

2.2.2.1 Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)

SUNAT, Define al ISC como un impuesto indirecto que, a diferencia del IGV, solo grava determinados bienes (es un impuesto específico); una de sus finalidades es desincentivar el consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental como, por ejemplo: las bebidas alcohólicas, cigarrillos y combustibles.

Otra finalidad del ISC es atenuar la regresividad del IGV al exigir mayor carga impositiva a aquellos consumidores que objetivamente evidencian una mayor capacidad contributiva por la adquisición de bienes suntuosos o de lujo, como por ejemplo la adquisición de vehículos automóviles nuevos, agua embotellada, bebidas rehidratantes, energéticas, entre otras.

Actualidad Empresarial (2013), cuestiona lo siguiente: ¿Cuándo nace la obligación tributaria del ISC? Al revisar el texto del artículo 52° de la Ley del IGV, el nacimiento de la obligación tributaria del ISC se origina en la misma oportunidad y condiciones que para el IGV señala el artículo 4° de la misma norma.

De acuerdo al primer párrafo del literal a) del artículo 4° de la Ley del IGV observamos que en el caso de la venta de bienes muebles la obligación se origina “En la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento o en la fecha en que se entregue el bien, lo que ocurra primero”.

Otra finalidad del ISC es atenuar la regresividad del IGV al exigir mayor carga impositiva a aquellos consumidores que objetivamente evidencian una mayor capacidad contributiva por la adquisición de bienes suntuosos o de lujo, como por ejemplo la adquisición de vehículos automóviles nuevos, agua embotellada, bebidas rehidratantes, energéticas, entre otras. Operaciones Gravadas – ISC SUNAT El Impuesto Selectivo al Consumo grava:

1. La venta en el país a nivel de productor y la importación de los bienes especificados en los Apéndices III y IV.
2. La venta en el país por el importador de los bienes especificados en el literal A del apéndice IV.
3. Los juegos de azar y apuestas, tales como loterías, bingos, rifas, sorteos y eventos hípicas.

Sujetos del impuesto selectivo al consumo

Son sujetos del impuesto en calidad de contribuyentes:

1. Los productores o las empresas vinculadas económicamente a éstos, en las ventas realizadas en el país;

2. Las personas que importen los bienes gravados;
3. Los importadores o las empresas vinculadas económicamente a éstos en las ventas que realicen en el país de los bienes gravados; y,
4. Las entidades organizadoras y titulares de autorizaciones de juegos de azar y apuestas, a que se refiere el inciso c) del artículo 50 de la Ley del IGV e ISC.

Se debe considerar que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 54 de la Ley del IGV e ISC se entiende por productor a la persona que actúe en la última fase del proceso destinado a conferir a los bienes la calidad de productos sujetos al impuesto, aun cuando su intervención se lleve a cabo a través de servicios prestados por terceros.

Cálculo del impuesto –ISC

En virtud de los tres sistemas para la determinación del impuesto, la base imponible estará constituida por:



Figura 01: De qué manera está constituida la base imponible para el cálculo del impuesto

Fuente: SUNAT

Fecha: 2018

Declaración y pago del impuesto selectivo al consumo

El plazo para la declaración y pago del impuesto Selectivo al Consumo a cargo de los productores y sujetos del impuesto, se determina de manera mensual, considerando el cronograma aprobado para dicha periodicidad de acuerdo al último dígito del RUC, y se utiliza el PDT ISC Formulario Virtual N° 615 versión 3.0, aprobado mediante Resolución de Superintendencia N° 317-2016/SUNAT.

El Impuesto Selectivo al Consumo a cargo de los importadores será liquidado y pagado en la misma forma y oportunidad que el artículo 32 de la Ley del Impuesto General a las Ventas e ISC

Al respecto el citado artículo indica que, el Impuesto que afecta a las importaciones será liquidado por las Aduanas de la República, en el mismo documento en que se determinen los derechos aduaneros y será pagado conjuntamente con éstos.

La SUNAT, lo define como “impuesto indirecto que, a diferencia del IGV solo grava determinados bienes (Impuesto correctivo), una de sus finalidades es desincentivar el consumo de bienes que generan externalidades”, cuenta con otra finalidad y es la de atenuar la regresividad del Impuesto General a las ventas, y ponerle mayor carga al agente que mayor demande este bien o dicho en otras palabras, agentes con mayor capacidad contributiva.

2.2.2.2 Impuesto al Rodaje

Según la SUNAT es un impuesto de índole correctivo que se le aplica a la venta de combustible en la etapa de etapa de fabricante (fabricante), busca financiar con la recaudación diversos niveles de gobierno, tanto como el nacional, local.

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) es aplicable a las gasolinas, con tasa del 8% sobre el precio ex-planta en el caso de venta al país; o del valor CIF tratándose de la importación.

A lo largo del proceso de producción y distribución de combustible para vehículos, el Impuesto al Rodaje se aplica básicamente en la etapa fabricante (refinerías) y éste asume la

calidad de contribuyente. En este sentido se puede sostener que nos encontramos ante un tributo monofásico.

Por otra parte, se entiende que el importador desempeña el mismo rol que el fabricante: introduce productos en el mercado que van a ser objeto de comercialización. Por equidad, el importador debe recibir el mismo tratamiento tributario que el fabricante, en este sentido la importación de combustible que se realiza en el Perú también se encuentra afecta al Impuesto al Rodaje.

Según la SUNAT es un impuesto de índole correctivo que se le aplica a la venta de combustible en la etapa de etapa de fabricante (fabricante), busca financiar con la recaudación diversos niveles de gobierno, tanto como el nacional, local.

2.2.3 Impuesto General a las ventas Plurifásico

Wolters (2012), acota que los impuestos Plurifásicos constituyen la forma más frecuente de imposición sobre las ventas. Se trata de aquellos impuestos que someten a tributación todas las fases por las que atraviesa un bien en su proceso de producción y comercialización hasta llegar al consumidor final. En contraste con los impuestos monofásicos (los que sólo someten a gravamen una de las fases) aquéllos resultan menos visibles ya que pueden utilizar tipos más reducidos o bien someter a gravamen un porcentaje más pequeño sobre el valor de transacción de los productos gravamen. Esto es lo que sucede en el caso del IVA, donde sólo se somete a tributación el valor añadido que se ha generado en cada fase.

Según SUNAT, Es plurifásico porque se aplica prácticamente a todas las etapas del ciclo de producción y distribución, desde el productor o importador inicial hasta el consumidor final que de acuerdo al diseño del tributo es quien soporta la carga el impuesto.

Zolezzi establece ventajas y desventajas del impuesto Plurifásico

Entre las principales ventajas destaca lo siguiente

1. La definición legal del impuesto, en cuanto al ámbito de aplicación, materia imponible, percepción y demás elementos, es normalmente sencilla.
2. La base imponible amplia o sea un ámbito de aplicación que cubra a todas las transferencias, permite un buen rendimiento fiscal.

3. La amplitud de la base imponible permite igualmente la utilización de tasas bajas
4. El tener una tasa baja facilita la traslación del impuesto al consumidor final, a quien está dirigido el tributo

Desde el punto de vista político puede ser psicológicamente conveniente, pues el impuesto queda oculto al comprador.

Entre las principales desventajas destaca lo siguiente

1. La modalidad distorsiona la concurrencia al mercado o competencia comercial, el carácter acumulativo del impuesto trae consigo, que la incidencia fiscal esté determinada por el número de transferencias que se den hasta llegar el producto al consumidor final
2. Vinculado con lo expresado está el hecho que la modalidad premia a las industrias integradas o concentradas y consecuentemente desalienta la especialización.
3. Económicamente, en la práctica resulta imposible calcular verazmente la incidencia real del impuesto a las ventas en los productos
4. Consecuentemente es una modalidad que dificulta el mercado común
5. El número excesivo de contribuyentes hace costosa la labor fiscalizadora de la administración tributaria.

2.2.4 Legislación Vigente que interviene en el proceso

Comparación entre el IGV y el IVA entre Perú y Chile

PERU	CHILE
Nombre oficial (Impuesto General a las ventas)	Impuesto al Valor agregado (IVA)
Tasa del impuesto (16% más el 2% de impuesto municipal)	Tasa del impuesto (19%)
Exonera venta de productos agrícolas y ganaderos (apéndice de la ley del IGV)	Todos los productos incluidos agrícolas y ganaderos están afectos con la tasa del impuesto
Cuenta con 3 sistemas y/o regímenes de recaudación indirecta para evitar la evasión y/o elusión (Spot, Régimen de Percepciones, Régimen de retenciones)	Solo existe una selección de contribuyentes en algo parecido a un sistema llamado “Cambio de sujeto del impuesto al valor agregado” con agentes retenedores.

Tabla 01: Comparación entre el Impuesto General entre Perú y Chile

Fuente: SUNAT

Elaboración propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

Mencionado todo esto referido del impuesto al consumo, se puede afirmar que ambos países tienen el mismo fin, pero que en el país vecino de Chile se afectan la mayor cantidad de productos comercializados en su territorio, mientras que en Perú la gran mayoría de los productos agrícolas y algunos ganaderos, son exonerados de IGV.

Defraudación Tributaria

Conforme establece el artículo 108 del Código Fiscal de la Federación, define: “Comete el delito de defraudación quien con uso de engaños o aprovechamiento de errores, salta de manera parcial o totalmente el pago de una contribución u obtenga un beneficio indebido con

perjuicio del fiscal federal.” A manera de complementación, es necesario diferenciar que la defraudación, disminuye con maniobras engañosas y aprovechamiento de errores el endeudamiento con la administración fiscal. Se puede también, mencionar que sí existe defraudación habrá evasión, pero la evasión tributaria debido a que pueda darse intencionalmente o por desconocimiento

Elusión Tributaria

Gonzales (2004), manifiesta que: “consiste en procurarse beneficios impositivos valiéndose de las posibilidades que ofrecen las deficiencias del sistema impositivo en sus planes normativo o administrativo” Lecciones de derecho tributario. La elusión a diferencia de la evasión tributaria, reduce los tributos sin transgredir la legislación tributaria, aprovechando las múltiples posibilidades o interpretaciones de las normas 44 dictadas por la legislación del estado, actuando así dentro de los márgenes permitidos por la normativa.

2.2.5 Descripción de Procesos Intervinientes

La Comercialización

Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución (Ugarte et al., 2003). Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. (Gestiopolis, 2018).

Según Kotler (1995), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo? ¿Dónde? ¿A quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el

tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado. (Gestiopolis, 2018).

Se denomina comercialización a la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado se encuentre en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables (MANKIWI Gregory, 2008, p. 260).

La comercialización y la producción están muy relacionadas y el estudio de cada una de las disciplinas debe tener en cuenta la otra en una sesión de estudios en 24 1964 (OCDE) se llegó a un acuerdo en que la comercialización constituye un proceso que empieza en el momento en que el agricultor toma la decisión de producir un producto agrario para la venta (CALDENTE Pedro et al 2004, p.10).

Es la forma de cómo se distribuyen o se vende los productos hacia los mercados para ser comercializados dentro y fuera del país y de esta manera llegar al consumidor final de una manera adecuada y con facilidad para poderlos consumir

Canales de distribución de las frutas

Infoagro (S/F), nos dice que el circuito básico de distribución de estos productos es el llamado “canal largo”: productor-mayorista en origen-mayorista en destino - minorista - consumidor, en el que participa un elevado número de intermediarios. Esta configuración básica del canal de distribución corresponde a una situación anterior derivada de la antigua obligatoriedad de que todos los productos de alimentación perecederos se comercializaran a través de los “mercados centrales”. La evolución sufrida tanto en el entorno de la producción como en el de la propia distribución ha hecho que este esquema se haga más complejo, y que junto al circuito tradicional se desarrollen otros circuitos más cortos y que aparezcan nuevos agentes de la intermediación que en parte sustituyen a los antiguos, acortándose en algunos casos la longitud del canal de distribución.

En el actual sistema de distribución comercial de frutas y hortalizas en fresco pueden diferenciarse hasta cinco configuraciones principales de los canales de distribución.



Figura 02: Canales de distribución y cadenas de valor de la comercialización de frutas y hortalizas en fresco

Fuente: Infoagro

Fecha: s/f

La señalada figura es la configuración más prototípica, caracterizada por la figura del mayorista en origen, que limita sus funciones a poco más que la distribución física del producto, con sencillas funciones de selección, limpieza y embalado, esta figura está perdiendo importancia relativa y quedando constreñida a los mercados locales o comarcales.

Transporte

Gestion.org (s/f), acota que el transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos, animales o personas de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo (medio o sistema de transporte) que utiliza una determinada infraestructura (red de transporte).

Los elementos que conforman el transporte son:

1. Estructura: es donde se lleva a cabo la actividad, como son las rutas para el transporte terrestre, los ductos para el transporte de hidrocarburos, los cables para el transporte eléctrico y los canales de navegación, entre otros.

2. Vehículo: es el que permite el traslado rápido, como la bicicleta, el automóvil, los camiones, los barcos, y muchos más.

3. Operador: se trata de la persona que conduce o guía el vehículo que transporta

4. Servicios: hay algunos servicios que permiten que la actividad del transporte sea llevada a cabo de manera segura como es el caso de los semáforos.

Informalidad y sus efectos en el sector de comercialización de frutas

Carvalho (2013), considera que la tributación también funciona como fuerte incentivo de conductas considerando que los individuos racionales son auto interesados, intentaran invariablemente escapar de los tributos cuando estos incurrieren en costos más altos que los beneficios percibidos, los tributos son normas de “Rechazo Social”, por otro lado resta saber qué recaudación obtendría el estado si los tributos se convirtieran en obligaciones facultativas y no obligatorias, temo decir que la caída de la renta publica probablemente sería dramática, por teoría de la decisión se entiende el campo de estudio, basado en la racionalidad , que permite obtener los mejores resultados por medio de un proceso organizado y metódico , se trata por lo tanto de una teoría normativa , por la cual se intenta analizar como las decisiones deben ser , en lugar de como realmente ocurren, en un mundo contingente donde las decisiones prácticas del individuo se dan en un contexto de riesgo e inclusive de incerteza, la teoría de la decisión intenta establecer formas de obtener la maximización de los posibles resultados a través de los objetivos pretendidos.

Bravo (2018), manifiesta que debe tenerse en cuenta que la violación de un deber formal por parte del contribuyente , que es objeto de una sanción propia no puede comportar la alteración en la estructura del tributo respecto del cual tal deber formal es exigido , pues al aplicarse una sanción anómala consistente en el desconocimiento de un derecho de crédito o el impedimento de una deducción no solo se está atentando contra los principios que rigen la potestad sancionadora sino vulnerando los principios constitucionales que rigen a los tributos como es el caso de los principios de capacidad contributiva y no confiscatoriedad, existe una gran necesidad del fisco de combatir la evasión tributaria y controlar los altos niveles de informalidad existentes en la cadena de producción y comercialización de determinados bienes y la prestación de ciertos servicios, reduciendo la competencia desleal proveniente del

incumplimiento tributario, su principal objeto es luchar contra la evasión y fraude fiscal , el control de la informalidad , la reducción de la competencia desleal , todos ellos son fines que obedecen a derechos constitucionales como el de libre competencia , libertad de empresa e igualdad en la ley , siendo que la lucha contra el fraude es un mandato constitucional y que tiene un punto de contacto con el deber de contribuir al gasto público al permitir la concretización del mismo.

Santos (2011), manifiesta que la realización del incremento patrimonial ocurre en el momento en que tiene lugar una transacción comercial con terceros que se traduzca en una modificación no solo cuantitativa sino también cualitativa del patrimonio.

III. Metodología

3.1 Tipo y nivel de investigación

El tipo de investigación será **exploratorio – prospectiva con enfoque cualitativo** según Hernández & Baptista (2014) en su libro titulado Metodología de la Investigación, manifiesta que el estudio exploratorio se “realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes” por lo cual se dice, que cuando la revisión de la literatura revela solo ideas vagamente expresadas o sin una forma exacta de hacerlas aterrizar.

3.2 Diseño de investigación

Hernández & Baptista (2014) en su libro titulado metodología de la investigación, logra definir “al **estudio no experimental** al estudio que logra realizarse sin manipulación deliberadamente variables” por lo cual se dice que en este estudio es para observar fenómenos tal como se dan en contexto natural.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población:

Los comerciantes que participan en los principales mercados de Chiclayo (130 comerciantes)

Muestreo:

Arias (2018) en su libro denominado El proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica logra decir que es una población finita, y aclara si la población es menor a 30 lo más recomendable es aplicar una metodología censal para poder ser más precisos a la hora de analizar. Ciento treinta (130) comerciantes de los principales mercados mayorista de Chiclayo.

3.4 Criterios de selección

Los criterios de selección que se emplearon es esta presente investigación y fueron el volumen de compra y que la observación en cuestión tuviera infraestructura adecuada para el agrupamiento del tomate.

Volumen de compra: Esto es muy importante, ya que lo que se busca es analizar a las personas que tengan un gran volumen ya que ellos serían las personas que tengan mayor impacto por cualquier medida.

Existencia de infraestructura: La existencia de infraestructura es indispensable una característica para que sean observaciones de la investigación, lo cual da entender de que el empresario cuenta con una estabilidad por la inamovilidad de su centro de ventas. Esto facilita el muestreo ya las observaciones a encuestar se encuentran siempre en el mismo lugar que días anteriores, no como los ambulantes.

3.5 Operacionalización de variables Variable

Variable Independiente: Impuesto General las ventas Monofásico

<i>Variable</i>	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Impuesto General a las ventas	En el caso de los impuestos monofásicos lo que se pretende gravar es una solo etapa del proceso de producción, de este modo es posible que se determine en la primera etapa , etapa intermedia o en la etapa final relacionada con el minorista	Impuesto Selectivo al consumo Impuesto al rodaje Ley del Impuesto General a las ventas	Operaciones Gravadas Sujetos del Impuesto Apéndice 02 de la ley del

Tabla 01: Impuesto General a las ventas

Elaboración propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

Variable Interviniente: Operaciones de comercialización

<i>Variable</i>	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Operaciones de Comercialización de Frutas	Son las transacciones que se realizan entre las partes interesadas, la más común y básica de un vendedor y el comprador en esta operación, el vendedor ofrece un producto a un precio establecido y el comprador lo paga, al entregar cada quien su parte, vendedor producto y comprador el pago, la operación se finiquita	Procesos	Agentes Intervinientes Transporte Fases del Proceso

Tabla 02: Impuesto General a las ventas

Elaboración propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**Técnica de Gabinete**

Esta técnica permitió sistematizar el fundamento teórico de la investigación para lo cual se utilizaron los siguientes instrumentos:

Fichas bibliográficas

Como señala Carrillo (2014) logra explicar que estas fichas se usan para hacer la referencia bibliográfica de un libro. A su vez, este instrumento permite anotar las fuentes de información utilizadas en el proceso de investigación y posteriormente ayudar a elaborar la bibliografía.

Fichas de resumen

Por otro lado, Carrillo (2014): sostiene que en estas fichas se consigna, no el texto integrado, sino una síntesis de las ideas e información que creo pueden ser de interés en el trabajo de redacción de tesis.

Esta ficha será utilizada para concretizar el marco teórico y para realizar las apreciaciones críticas a los antecedentes de estudio que forman parte de esta investigación.

Técnica de entrevista

Maldonado (2015), manifiesta que la entrevista es “una forma específica de interacción social que tiene como objeto recolectar datos para una indagación”, es la actividad donde el entrevistador formula preguntas de índole abiertas, las cuales el entrevistado debe responder con la máxima veracidad posible para así poder capturar las ideas principales de la investigación.

Técnica de campo de encuesta

Según Carrillo (2014) manifiesta que la: “La encuesta es una técnica que consisten recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistadores y entrevistados, en cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador”.

3.7 Procedimientos

Al emplearse una metodología censal, es que se debe de analizar a todos los individuos y en este caso la muestra es igual a la población, se piensa realizar entrevistas a los comerciantes que tengan las condiciones establecidas en el punto 4.4, como criterios de selección, se recolectaran datos por medio de entrevistas directas y además se realizara encuestas para poder observar ciertos impactos que podría generar una medida tributaria a este sector.

3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos

Plan de procesamiento y análisis de datos con el objetivo general:

“Analizar la posible aplicación del Impuesto General a las ventas Monofásico en el Perú en las operaciones de comercialización de frutas” la cual se logrará mediante **un análisis exploratorio**, en el cual se podría delimitar los riesgos de la puesta en marcha de un impuesto que grave una sola fase del proceso.

“Diagnosticar la situación actual de los sistemas Monofásico y Plurifásico aplicados en el Perú y las variaciones en la recaudación del impuesto”, **Mediante un análisis documentario**, es decir la revisión de la imposición de los impuestos monofásicos con los que cuenta el sistema tributario peruano que son: Impuesto Selectivo al Consumo y el impuesto al rodaje, después de esto hacer un diagnóstico de la situación de estos impuestos y contrastación directa con el esquema de impuestos Plurifásico aplicado en el Perú.

“Evaluar informalidad en el sector Agroindustrial y sus efectos en el proceso de comercialización de frutas” lo cual se alcanzará con **un análisis documentario y estadísticas** en base de datos de mucha confiabilidad como SUNAT, MEF entre otras, con la finalidad de poder determinar la informalidad por sectores, ubicando al sector de venta de frutas como un sector inmerso en otro más global.

“Identificar factores que determinen la viabilidad de la propuesta” este objetivo se espera alcanzar **mediante un análisis exploratorio**.

3.9 Matriz de consistencia

<i>PROBLEMA</i>	<i>OBJETIVOS</i>	<i>JUSTIFICACIÓN</i>	<i>MARCO TEÓRICO</i>	<i>VARIABLES</i>	<i>DISEÑO METODOLÓGICO</i>
¿Es aplicable un sistema de IGV Monofásico o en el Perú, en las operaciones de comercialización de frutas?	<p>Objetivo General: Analizar la posible aplicación del IGV Monofásico en el Perú en las operaciones de comercialización de frutas.</p> <p>Objetivos específicos: a) Diagnosticar la situación actual de los sistemas monofásico y Plurifásico aplicados en el Perú y las variaciones en la</p>	<p>Justificación económica: Generaría beneficio en el bienestar del consumidor final, es decir, al tener un mercado mayor, con mejor oferta, las ventas aumentarán progresivamente haciendo que los chacareros presenten un rápido crecimiento aumentando y llegando hacia un nivel óptimo de producción como consecuencia a mayor producción el costo unitario disminuirá para el comerciante y podrá obtener mayores beneficios, Asimismo generaría un impacto positivo dentro del</p>	<p>Historia del Impuesto General a las ventas Impuesto Monofásico Impuesto Plurifásico Legislación Vigente Procesos Intervinientes Comercialización Transporte</p>	<p>Variable independiente : Impuesto General a las ventas Monofásico</p> <p>Variable interviniente: Operaciones de comercialización de frutas</p>	<p>Tipo de Investigación Cualitativa - Exploratoria - Descriptiva</p> <p>Diseño de la investigación No experimental</p> <p>Población, muestra y muestreo 130 comerciantes de los principales mercados mayoristas de Chiclayo</p>

	<p>recaudación del impuesto”</p> <p>b) Evaluar la informalidad en el sector agroindustrial y sus efectos en el proceso de comercialización de frutas</p> <p>c) Identificar factores que determinen la viabilidad de la propuesta</p>	<p>consumo, ya que podrán conseguir una canasta de bienes más amplia.</p> <p>Justificación técnica: La ley N° 21503 denominada “Nuevas medidas en la aplicación de los Regímenes Especiales del Impuesto a los Bienes y servicios” puesta en marcha el 25 de mayo de 1976, en su apéndice menciona que el sector agrícola esta exonerado de IGV, en la actualidad se eliminarían la condición de exoneración y los beneficios, con la finalidad de poder incrementar la recaudación tributaria, se aclara que la exoneración puede ser opcional</p>			<p>Criterios de Selección</p> <p>Volumen de Compra</p> <p>Existencia de Infraestructura</p> <p>Técnicas de Investigación</p> <p>Análisis documental</p> <p>Técnicas de entrevista</p>
--	--	---	--	--	--

3.10 Consideraciones éticas

La investigación se realizó teniendo en cuenta todas las garantías del caso, para salvaguardar y respetar a los comerciantes que participarán de una manera voluntaria, gratuita y sin presiones al instrumento aplicado.

La información que se recogerá se mantendrá en confidencialidad y anónima, la cual no se utilizará con ningún otro propósito fuera de los objetivos de esta investigación, la investigación no presentará riesgo alguno, que atente contra los comerciantes más grandes de tomate en los mercados mayoristas de Chiclayo.

IV. Resultados Y Discusión

4.1 Resultados

4.1.1 Diagnosticar la situación actual de los sistemas Monofásico y Plurifásico aplicados en el Perú y las variaciones en la recaudación del impuesto

Actualmente en el Perú la mayor parte de las transacciones se rigen bajo la modalidad del *Impuesto Plurifásico*, bajo el cual se grava todas las operaciones efectuadas dentro del proceso de producción, distribución, comercialización y también los servicios que señala la ley.

Se le denomina Plurifásico porque el tributo se afecta en todas las transacciones, entendiendo como que cada vez que se realiza la venta en las distintas etapas como producción, comercialización o distribución, sin tener en cuenta si es que es entre Productor a Mayorista, Mayorista a Minorista o a consumidor final.

El impuesto es acumulativo ya que al gravar todas las etapas sobre el valor total del producto se tiene como consecuencia una sucesiva imposición, sumándose el impuesto cada vez que se realiza la transacción, el mismo que es incluido en el costo del producto.

El impuesto General a las Ventas de un claro ejemplo de lo que son los impuestos de tipo Plurifásico, mientras que en el caso del impuesto de tipo monofásico encontramos al Impuesto Selectivo al Consumo.

También se encuentra vigente, aunque en menor proporción el *Impuesto Monofásico*, bajo el cual se grava el producto en una sola etapa del proceso de producción, comercialización o distribución, este impuesto puede ser gravado ya sea en la etapa dada por el Productor o Fabricante, en la comercialización al por mayor o cuando se realiza la venta al minorista o al consumidor final.

El impuesto de tipo monofásico califica como un impuesto sobre el volumen de ventas que grava estas en un solo punto del proceso de producción y distribución, un ejemplo de impuesto monofásico es el impuesto selectivo al consumo como lo hemos mencionado líneas

arriba que es el tributo que grava la venta en el país a nivel de productor y la importación de bienes tales como combustibles, vehículos, cervezas, etc.

En este tipo de impuesto si se grava en la primera etapa es decir en la dada por el Productor o Fabricante es mejor, ya que va permitir disminuir el número de contribuyentes y tener un mayor control por parte de la Administración Tributaria, asimismo contrarrestaría la posible evasión ya que por ser un impuesto que solo grava una etapa del proceso, al producirse dicha evasión acarrea la pérdida total del impuesto.

Sustentando en lo dicho una de las formas de controlar a los Productores o Fabricantes se plantea una habilitación, la misma que conlleva a que se inscriban y figuren en una base de datos para que puedan realizar la actividad económica sin problemas.


SE DE DATOS - 130 COMERCIANTES TENIENDO EN CUENTA EL VOLUMEN DE COMPRA Y NIVEL DE INFRAESTRUCTURA

N°	DNI	APELLIDOS Y NOMBRES	PUNTO DE VENTA	PUESTOS
51	6811781	GONZALES ACOSTA ABRAHAM FABIAN	MOSHOQUEQUE	8
52	40262295	GONZALES AQUINO GEORGE DOMINICK	HERMELINDA	3
53	10808885	GRANDEZ ANGULO FELIX GERARDO	MOSHOQUEQUE	5
54	10474849	GUTIERREZ ALARCON SARA	MOSHOQUEQUE	2
55	40305839	HUAMAN ALEJANDRO ERIKA ELVIRA	MOSHOQUEQUE	6
56	40892124	HUAMAN ALFONZO MIRELLA ELIZABETH	MOSHOQUEQUE	4
57	10630712	HUAMAN AQUIJE GUSTAVO	LOS PATHOS	3
58	10352118	HURTADO ALDANA EDWIN OTONIEL	MOSHOQUEQUE	8
59	40066477	INGUNZA ANDRADE FABIOLA MARLENE	MOSHOQUEQUE	5
60	40051851	JARA ABURTO DENNIS LISBETH	MOSHOQUEQUE	8
61	9797866	LAOS AMABLE LUIS RICARDO	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	3
62	40193669	LEANDRO ACCILIO PASCUAL DAVID	MOSHOQUEQUE	5
63	10148458	LEON ALTAMIRANO OMAR HERMOGENES	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	2
64	41047613	LINO AGUERO RAFAEL HECTOR	MOSHOQUEQUE	6
65	43370185	LOZANO ALANYA JIMMY ABEL	MOSHOQUEQUE	5
66	9695620	LUQUE AGUIRRE SONIA	MOSHOQUEQUE	2
67	9914729	MANOTUPA AGUAYO DE BADILLO ELIZABETH	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	6
68	9716818	MARTEL ALVARADO LIZ GILBERTA	MOSHOQUEQUE	4
69	10637950	MAUCAYLLE ALHUAY ROSA SELMA	HERMELINDA	3
70	25787785	MAYTA ACUÑA GLADYS PAOLA	MOSHOQUEQUE	8
71	15992734	MIRANDA ANDRADE KARINA JANET	MOSHOQUEQUE	5
72	2794042	MOGOLLON APONTE MARIA LUISA	MOSHOQUEQUE	8
73	41942682	MONTALVAN ALVAREZ DENISSE KARINA	MOSHOQUEQUE	3
74	41694813	MORENO APONTE CARLOS ANTONIO	LOS PATHOS	5
75	40484254	MORI AGUILAR ELIZABETH KARINA	MOSHOQUEQUE	2
76	9786702	MURILLO AGUERO YESSICA	MOSHOQUEQUE	6
77	40489853	NAVARRO ANGULO MARIA GRINES	HERMELINDA	3
78	24007608	OLAZO ANDRADE MELISSA	MOSHOQUEQUE	8
79	2822421	OROZCO ANCAJIMA CARLOS ALBERTO	HERMELINDA	5
80	2822951	OROZCO ANCAJIMA IVONNE MARGARET	MOSHOQUEQUE	8
81	41453938	PAISS AMPUERO ANA LIDIA DEL CARMEN	MOSHOQUEQUE	3
82	44793950	PALLI ANDRADE MARIA ISABEL	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	5
83	9343802	PEREDAS ANTON MARIA TERESA	MOSHOQUEQUE	2
84	41701146	PEREZ ARAGON MAISSA EUFEMIA	MOSHOQUEQUE	6
85	42327918	PIZARRO ALARCON KATYA EVELYN	MOSHOQUEQUE	3
86	25860603	PORTA ANGULO CYNTHIA MARIBEL	HERMELINDA	3
87	26686235	QUISPE AGUILAR GRABIEL	MOSHOQUEQUE	4
88	42411500	QUISPE AHUMADA CESAR IVAN	MOSHOQUEQUE	5
89	40004834	QUISPE ALLCCARIMA MEDALI	MOSHOQUEQUE	8
90	10108796	QUISPIPUTA APAZA JEAN DAVIDSON	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	3
91	41708337	REINOSO ADVINCULA CYNTHIA RINA	MOSHOQUEQUE	5
92	7568676	RIOJA AQUIJE ARMANDO MOISES	MOSHOQUEQUE	2
93	23938444	RIVAS ACURIO ANTONIETA NORMA	LOS PATHOS	6
94	3879481	RIVAS AGURTO KARINA YANET	MOSHOQUEQUE	4
95	10760882	RIVERA ALCANTARA DENISSE PAOLA	MOSHOQUEQUE	3
96	45804028	RIVERA ALVARADO JENYFFER ELAYNE	MOSHOQUEQUE	8
97	28224852	ROBLES ABREGU CIRILO	MOSHOQUEQUE	5
98	25587677	RODRIGUEZ ALCEDO HUGO ORLANDO	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	8
99	9272098	RODRIGUEZ ALONZO FRANCISCO ALBERTO	MOSHOQUEQUE	3
100	10429954	ROJAS ABANTO ISABEL	LOS PATHOS	5


BASE DE DATOS - 130 COMERCIANTES TENIENDO EN CUENTA EL VOLUMEN DE COMPRA Y NIVEL DE INFRAESTRUCTURA

N°	DNI	APELLIDOS Y NOMBRES	PUNTO DE VENTA	PUESTOS
101	20077699	ROMERO AQUINO MOREYMA LOURDES	HERMELINDA	2
102	10719105	RONDOY AGRAMONTE HUGO FRANCISCO	MOSHOQUEQUE	6
103	2817490	ROSAS ADANAQUE RICARDO WILMER	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	4
104	25744732	ROSSI AGURTO IRIS CARLA	MOSHOQUEQUE	3
105	7363989	RUEDA ALCAZAR VICTOR CARLOS FELIPE	MOSHOQUEQUE	8
106	9928184	RUIZ ALVARADO ISABEL CRISTILDA	MOSHOQUEQUE	5
107	10114211	SAAVEDRA ALAYO GIOVANNA PAULA	MOSHOQUEQUE	8
108	40443072	SALAZAR ABARCA YULIANA DEL ROSARIO	HERMELINDA	3
109	41107702	SALAZAR ALVAREZ JORGE ABELARDO	MOSHOQUEQUE	5
110	42813173	SALAZAR ANASTACIO DIANA LUZ	MOSHOQUEQUE	2
111	29575684	SALAZAR ANGLES PERCY GUSTAVO	LOS PATHOS	6
112	41215234	SALDARRIAGA ADRIANZEN GABRIELA	LOS PATHOS	5
113	29654894	SALDIVAR AGUILAR CARLA EVELYN	MOSHOQUEQUE	2
114	32989137	SALVADOR ACOSTA TEODORA BEATRIZ	MOSHOQUEQUE	6
115	29293511	SANCHEZ AQUINO PERCY LUIS	MOSHOQUEQUE Y LA HERMELINDA	4
116	8172156	SEVILLA ALTAMIRANO EDINSON MARTIN	MOSHOQUEQUE	3
117	8876302	SEVILLANO ALEJOS DE ESCUDERO SESSY BETSY	MOSHOQUEQUE	8
118	25735046	SOSA APARICIO CARLOS ALFREDO	MOSHOQUEQUE	5
119	40991748	TARICUARIMA ALVAREZ ZAIDA	MOSHOQUEQUE	8
120	40945306	TEJADA ANGULO EVELYN YANINA	HERMELINDA	3
121	21574742	URIBE ARAGON PAOLA ANTONELLA	MOSHOQUEQUE	5
122	43146726	VALDERRAMA ANGELES JOSE VICTOR	MOSHOQUEQUE	2
123	41823093	VARGAS ACEVEDO DIANA PAOLA	MOSHOQUEQUE	6
124	40606429	VASQUEZ ALDAS CRISTIAN	MOSHOQUEQUE	3
125	10613052	VELAZCO AMPUERO ANGGELA CELESTE	MOSHOQUEQUE	8
126	40088127	VERGARA ALVARADO JOHAN	MOSHOQUEQUE	5
127	18094996	VILLANUEVA AGUILAR ZOILA ELIZABETH	MOSHOQUEQUE	8
128	6800804	VILLEGAS AGURTO LUIS GUILLERMO	LOS PATHOS	3
129	7959131	VIZCARRA AGUILAR LUIS ROBERTO	MOSHOQUEQUE	5
130	10799152	YALTA APON JOSE CARLOS	MOSHOQUEQUE	2

Figura 03: Relación de comerciantes de Tomate que realizan la actividad de producción del mismo.

Elaboración Propia: Alvarez Sánchez Mariely

Se realizó el registro de los comerciantes teniendo en cuenta los criterios de selección los cuales fueron el volumen de compra y la infraestructura adecuada para el agrupamiento del tomate.

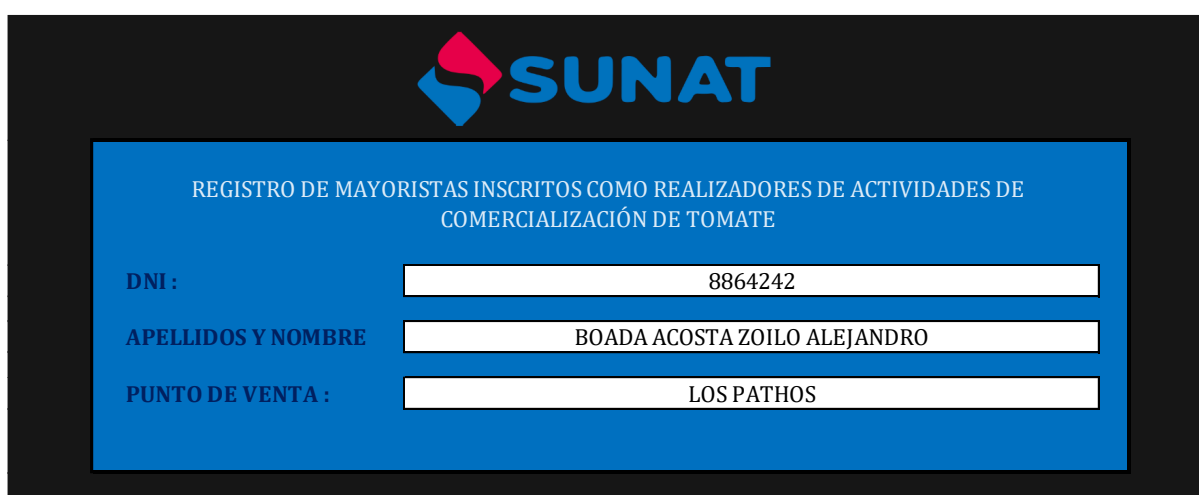
Consideramos que el volumen de compra es muy importante, ya que lo que se busca es analizar a las personas que tengan mayores compras los mismos que serían las personas que tengan mayor impacto por cualquier medida.

Asimismo, la existencia de infraestructura fue indispensable ya que muestra que el empresario cuenta con una estabilidad por la inamovilidad de su centro de ventas.

En un primer momento se determinó que de esta manera será más fácil llegar a conocer quiénes son sus Proveedores (Productores) quienes les abastecen la materia prima para su posterior venta.

Sin embargo, se encontró que dichos comerciantes en la mayoría son los que realizan el acondicionamiento desde; Que el terreno este apto para sembrar hasta que el producto está listo en acopio, siendo ellos quienes contratan el servicio de transporte a una empresa Tercera y proceder con el ciclo de comercialización.

Para ello se plantea contar con un buscador donde se verifique la habilitación del mismo:



The image shows a search interface for the SUNAT register. At the top is the SUNAT logo. Below it, the title of the register is displayed: "REGISTRO DE MAYORISTAS INSCRITOS COMO REALIZADORES DE ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE". There are three search criteria with corresponding input fields:

Criterio	Valor
DNI :	8864242
APELLIDOS Y NOMBRE	BOADA ACOSTA ZOILO ALEJANDRO
PUNTO DE VENTA :	LOS PATHOS

Figura 04: Buscador en el registro

Elaboración Propia: Alvarez Sánchez Mariely

Variaciones en la Recaudación del Impuesto

La recaudación del Impuesto

Hasta hace algunos años la comercialización de productos vistos en términos de Canasta Familiar estuvo denominada como sectores especiales o débiles, sin embargo, si analizamos más a fondo este sector representa una parte importante de la economía de nuestro país, asimismo la recaudación tributaria ha ido creciendo considerablemente pero aún no es suficiente, los índices de trabajo informal aún son altos.

INGRESOS TRIBUTARIOS RECAUDADOS POR LA SUNAT - TRIBUTOS INTERNOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2005 - 2019
(Millones de Soles)

Concepto	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	may-19
Agropecuario	568.9	665.9	760.4	792.7	888.5	990.0	1,041.3	1,222.9	525.7
Agrícola	285.5	344.9	372.8	387.9	436.9	509.5	538.2	602.4	270.5
Pecuario	255.8	287.2	350.8	372.0	422.0	448.3	475.9	584.6	236.1
Silvicultura	27.6	33.9	36.8	32.8	29.6	32.2	27.2	35.9	19.1

FUENTE: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)

Figura 05: Recaudación Tributaria según el sector Agroindustrial.

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

Fecha: 31 de mayo 2019

Con respecto a esto cabe recalcar que los factores que más se destacaron para que el ingreso por recaudación tributaria aumente en dicho sector fueron por comiso de bienes, evaluación por parte de los contribuyentes entre costos y beneficios de las prácticas de evasión tributaria, variables de índole económica, incremento patrimonial no justificado u otros.

FACTORES INTERVINIENTES EN EL AUMENTO DE INGRESOS TRIBUTARIOS RECAUDADOS POR LA SUNAT	
Comiso de Bienes	49%
La evaluación de los costos y beneficios de las prácticas de evasión tributaria	23%
Las variables de índole económica	20%
Incremento Patrimonial No Justificado	6%
Otros	2%
Total	100%

Figura 06: Factores Intervinientes en el aumento de ingresos tributarios

Fuente: Revista - Factores intervinientes de la recaudación tributaria en el sector Agroindustrial Fecha: Julio, 2016

Cada uno de los factores descritos forma parte importantes en el proceso estudiado, ya que dichos comerciantes al existir un tercer personaje que aparece en el proceso llamado Interviniente , se queda desprotegido del patrimonio adquirido a lo largo ya que no tiene como sustentar dichas adquisiciones .

Asimismo, el comiso de bienes ha sido un factor muy importante, ya que al trasladar la mercadería hacia las empresas llevan consigo documentación de un contribuyente que no declara sus impuestos, asimismo llevan el comprobante de venta, pero no cuentan con un comprobante que acredite la propiedad del mismo, llevando a que se les comise dicho producto y no teniendo la propiedad del mismo, obtienen grandes pérdidas.

4.1.2 Evaluar la informalidad en el sector agroindustrial y sus efectos en el proceso de comercialización de frutas

Actualmente existe una alta preocupación sobre el estado de la informalidad en el mundo, la economía informal prevalece en muchos contextos, apareciendo de diferentes maneras, en una economía informal no solo existen empresas o unidades productivas informales sino, también, trabajadores que laboran en condiciones de informalidad; por ello se expresa generalmente en términos de producción informal y empleo informal.

Durante el evento industrial Interpoma, el gerente comercial de frutas de Supermercados Peruanos, Samuel Laura, dijo que los supermercados representaban alrededor del 70% de las frutas y verduras frescas vendidas en el país.

Los mercados tradicionales de los barrios y en las zonas rurales representan el 30%, y ese mercado es muy informal. (Agroforum.pe, 2016). Teniendo en cuenta que en el Perú se consumen un promedio de 31,353.60 toneladas de frutas y verduras al año.

El Instituto de economía y desarrollo empresarial de la cámara de comercio de Lima determinó que en sector Agroindustrial a nivel Nacional el empleo informal llega a los 72.60 % del total de productores activamente laborando.

Sector Agroindustrial - Nivel Nacional		
CLASIFICACIÓN	2018	
Empleo Informal	11'978,142	72.60%
Empleo Formal	4532.842	27.40%
Activamente Laborando	16'510.984	100%

Figura 07: Porcentaje de empleo informal y formal en el sector Agroindustrial

Fuente: Instituto de economía y desarrollo empresarial de la cámara de comercio de Lima

Fecha: Abril, 2019

Proceso de Comercialización en el sector enfocado la investigación

Se realizó la observación de todo el proceso y se determinó de la siguiente manera

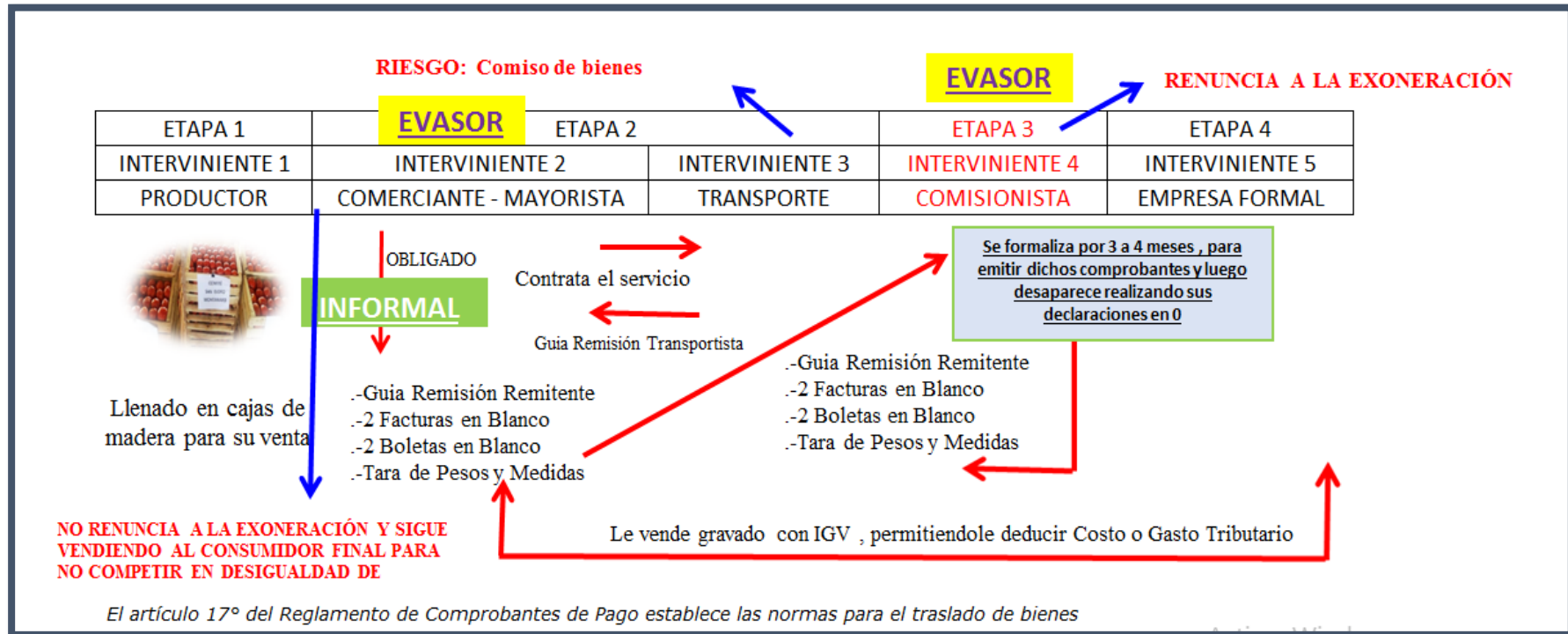


Figura 08: Proceso de comercialización, factores intervinientes

Elaboración Propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

A continuación, se explica a detalle cada proceso, así como también los intervinientes en los mismos:

ETAPA 1: Productor

Proceso de Producción del Tomate

La primera fase del proceso de producción corresponde a la preparación del terreno, arar, anivelar, agregar materia orgánica, surcar, etc.



Figura 09: Primer fase de la etapa de Producción

Elaboración Propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

La segunda fase del proceso de producción corresponde a siembra del tomate, realizar el trasplante del plantin el cual es obtenido en Trujillo en almacigón, se realiza la fumigación, se agrega el polvillo con lacnate y azúcar para el gusano, seguidamente se pasa el raizador , se agrega otra vez abono, calcio y sodio , se riega el terreno y la yunta para el aporque.



Figura 10: Segunda fase de la etapa de Producción

Elaboración Propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

La tercera fase del proceso de producción corresponde al cuidado de la chacra hasta la cosecha y posteriormente la cosecha y se deja en acopio para la selección

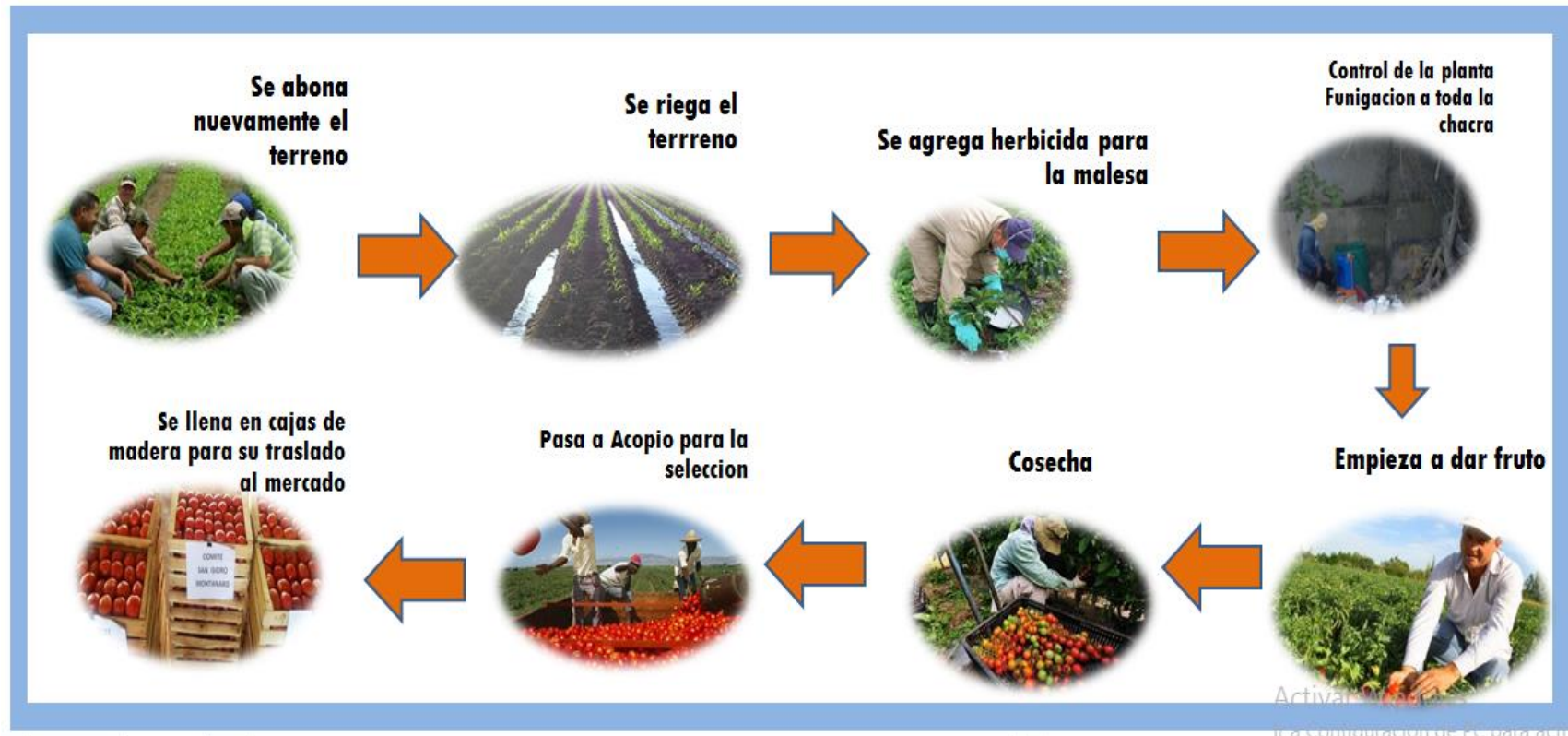


Figura 11: Tercera fase de la etapa de Producción

Elaboración Propia: Alvarez Sánchez Mariely

Fecha: 2019

De acuerdo a la normativa vigente y teniendo como ejemplo el proyecto de Ley N° 1849/2017 – CR; Proyecto de Ley que declara de Interés Nacional y necesidad pública la modificación el apéndice I de la ley del Impuesto General a las Ventas , principalmente basado en que el Apéndice I del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por Decreto Supremo 055-99 EF que lista los productos que están exonerados, sin embargo ha incluido el tomate como producto de primera necesidad , pero no ha tomado en cuenta lo que hemos desarrollado en la explicación de las fases que dicho producto contiene bacterias, que son dañinas para la salud de quienes la consumen por lo que necesita ser curado varias veces con insecticidas, calcio y sodio altamente contaminantes, además para ser trasladado tiene que ser acopiado y separado en cajas de un tamaño establecido con material apto para su duración y maduración .

Además, visto desde términos económicos al tener vigente la exoneración del Impuesto General a las ventas para dicho producto, tiende a que la empresa Formal empoderada de la transacción obligue al Mayorista a renunciar a la exoneración.

Sin embargo para que el Mayorista no compita en desigualdad de condiciones frente a los que no renuncian a la exoneración y no pierda mercado, se ha visto en la necesidad de buscar un Interviniente quien se formaliza por un periodo corto , emite los comprobantes necesarios para completar la venta y sea quien realiza la renuncia a la exoneración.

El sector de comercialización de tomate formal es muy bajo, ello se debe a las pocas políticas del estado para promover la formalización de estos comerciantes.

En ese sentido, la exoneración al impuesto tiene como objeto promover la oferta de los productos exonerados, pero no tiene en cuenta la realidad económica de cómo es que se comercializan los mismos.

ETAPA 2: Mayorista

En la siguiente etapa el mayorista ejecuta tres transacciones expresamente:

✓ **Contrata el servicio de transporte**

Actualmente el transporte de carga está representando el 26% de los costos en este tipo de transacciones , este sector gracias a La Ley N° 27181 (Ley General de Transporte y

Tránsito Terrestre) y el Reglamento Nacional de Administración del Transporte, aprobado por D.S. N° 017-2009-MTC, que regula el servicio de transporte privado de mercancías estableciendo las condiciones de acceso y permanencia de carácter técnico, legal y operacional que deben cumplir los operadores prestadores del servicio ha permitido lograr la completa formalización del sector y brindar mayor seguridad a los usuarios del mismo, promoviendo que reciban un servicio de calidad.

Además, por las constantes intervenciones de SUTRAN, el transportista emite la GUIA – REMISION TRANSPORTISTA para realizar dicha transacción. Pero además la normativa obliga que el mismo deberá contar con la GUIA REMISION REMITENTE que deberá ser otorgada por el Mayorista incluido sus comprobantes de pago exigidos como Facturas, Boletas de ventas y además la hoja de pesos y medidas.

✓ **Realiza un contrato interno para la venta a las Empresas Formales**

Al acordar la transacción de venta con el cliente hablando en termino de Empresa Formal, esta solicita a su proveedor es decir al Mayorista que renuncie a la exoneración a efectos de gozar del costo o gasto tributario.

Siendo el Mayorista quien contrata a un tercer personaje denominado el INTERVINIENTE para que este se formalice y sea quien renuncie a la exoneración y entregue los comprobantes de pago a estas empresas, sustentado en que, si la renuncia compite en desigualdad de condiciones frente a los otros comerciantes que no lo realizan, y así él poder seguir vendiendo al precio normal al consumidor final. Cabe recalcar que dicho Interviniente cobra 1.5 por cada caja, ya que asume los riesgos o contingencias tributarias que le puedan traer a él como persona natural.

El Interviniente entrega al Mayorista los comprobantes de pago exigidos para completar la transacción de venta, el mismo que los entrega al transportista para que traslade el producto hacia los principales supermercados, sin embargo en varias oportunidades los camiones han sido intervenidos y comisado los productos por errores en las guías, o porque ya SUNAT detectó que han pasado varios carros con guías de una persona Natural que no tributa o que realiza sus declaraciones en 0.

Cada vez que sucede esto, ya el Mayorista da como pérdida toda esa venta ya que no tiene los comprobantes exigidos por ley para sustentar la propiedad de ese producto. Cabe recalcar que dicho Interviniente, saca comprobantes para meses determinados no mayor a 4, entrega los comprobantes al Mayorista y desaparece del proceso.

De esta manera es como se realiza la transacción de venta a dichas empresas, tomando en cuenta que, si el producto no estuviera exonerado, el Mayorista no tendría que contratar a una tercera persona, sería el quien realice directamente la transacción, evitando correr los riesgos ya señalados con anterioridad.

Comiso de Bienes en productos como el tomate:

El comiso constituye una de las formas de sanciones no pecuniarias establecidas en el Código Tributario y consiste en la pérdida de la posesión de un determinado bien. Las infracciones sancionadas con comiso de bienes para la investigación las encontramos en el artículo 174 del Código Tributario.

Al momento de la intervención el fedatario fiscalizador emite un acta probatoria que contiene la identificación del sujeto intervenido, fecha de la intervención, infracción cometida, lugar, firmas, etc.,

En este caso por tratarse de un bien perecedero se da un plazo máximo de 2 días hábiles computados a partir del día siguiente de la fecha en la que se levantó el acta Probatoria, para que el dueño entendido el que figura en la guía remisión remitente se acerque con los medios probatorios que acrediten la propiedad del mismo.

Sin embargo, en la totalidad de las ocasiones el Mayorista da como pérdida y abandono el producto, ya que el Interviniente ya no está y además no tiene como probar, acarreado un desbalance considerable en sus ganancias. Se muestra los numerales 6, 8, 9 y 10 del artículo 174 que muestran el motivo de una infracción con sanción de comiso de bienes

Artículo 174°	Numeral 6	No obtener el comprador los comprobantes de pago u otros documentos complementarios a éstos, distintos a la guía de remisión, por las compras efectuadas, según las normas sobre la materia.
	Numeral 8	Remitir bienes sin el comprobante de pago, guía de remisión y/u otro documento previsto por las normas para sustentar la remisión; remitir bienes sin haberse emitido el comprobante de pago electrónico, la guía de remisión electrónica y/u otro documento emitido Electrónicamente previsto por las normas para sustentar la remisión, cuando el traslado lo realiza un sujeto distinto al remitente o no facilitar, a través de los medios señalados por la SUNAT, la información que permita identificar esos documentos emitidos electrónicamente, durante el traslado, cuando este es realizado por el remitente. (Items modificado por el art. 5 de la Ley N° 30296, publicado el 31.12.2014)
	Numeral 9	Remitir bienes portando documentos que no reúnan los requisitos y características para ser considerados como comprobantes de pago, guías de remisión y/u otro documento que carezca de validez o remitir bienes habiéndose emitido documentos que no reúnen los requisitos y características para ser considerados como comprobantes de pago electrónicos, guías de remisión electrónicas y/u otro documento emitido electrónicamente que carezca de validez. (Items modificado por el art. 5 de la Ley N° 30296, publicado el 31.12.2014)
	Numeral 10	Remitir bienes con comprobantes de pago, guías de remisión u otros documentos complementarios que no correspondan al régimen del deudor tributario o al tipo de operación realizada de conformidad con las normas sobre la materia.
	Numeral 11	Utilizar máquinas registradoras u otros sistemas de emisión no declarados o sin la autorización de la Administración Tributaria para emitir comprobantes de pago o documentos complementarios a éstos.
	Numeral 13	Usar maquinas automáticas para la transferencia de bienes o prestación de servicios que no cumplan con las disposiciones establecidas en el Reglamento de Comprobantes de Pago, excepto las referidas a la obligación de emitir y/u otorgar dichos documentos .
	Numeral 14	Remitir o poseer bienes sin los precintos adheridos a los productos o signos de control visible, según lo establecido en las normas tributarias.
	Numeral 15	No sustentar la posesión de bienes mediante los comprobantes de pago u otro documento previsto por las normas sobre la materia que permitan sustentar costo o gasto, que acrediten su adquisición.
Numeral 16	Sustentar la posesión de bienes con documentos que no reúnen los requisitos y características para ser considerados comprobantes de pago según las normas sobre la materia y/u otro documento que carezca de validez.	

Figura 12: Infracciones sancionadas con comiso de bienes

Fuente: Código Tributario

Fecha: 2019

- ✓ Realiza la venta al consumidor final

El Comerciante realiza las ventas también a consumidores finales al precio de mercado, dejando las de tercera y cuarta calidad para ser vendidas a este determinado sector.

Después de haber descrito la situación real de cómo es que se realiza dichas transacciones, se cuantificó cual es el efecto tomando como base 700,000 cajas de tomate, hablando en términos de una producción mensual entre los 130 comerciantes, el estudio se realizó teniendo en cuenta al Interviniente.

En el siguiente cuadro se muestra el costo y precio de las 4 calidades entre ellas primera, segunda, tercera y cuarta o descarte de Tomate que se adquieren en una sola carga para posteriormente trasladarlo hasta el punto de venta.

Explicación del costo y precio unitario de la primera fase en base a las 4 calidades, considerando al sujeto intermediario.

PRIMERA FASE					
CALIDADES	COSTO UNIT		COSTO TOTAL	PRECIO UNITA	PRECIO TOTAL
PRIMERA CALIDAD	S/	8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 14.00	S/ 9,800,000.00
SEGUNDA CALIDAD	S/	8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 13.00	S/ 9,100,000.00
TERCERA CALIDAD	S/	8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 10.00	S/ 7,000,000.00
CUARTA CALIDAD	S/	8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 8.00	S/ 5,600,000.00
			S/ 23,520,000.00		S/ 31,500,000.00

Figura 13: Primera Fase considerando al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración Propia

Como primera fase se determinó que es Mayorista quien asume los costos hasta que el tomate este en acopio listo para la selección.

Explicación del costo y precio unitario de la segunda fase en base a las 4 calidades, considerando al sujeto intermediario.

SEGUNDA FASE								
CALIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TRANSPORTE		NUEVO COSTO	COSTO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
			COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL				
PRIMERA CALIDAD	S/ 14.00	S/ 9,800,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 15.20	S/ 10,640,000.00	S/ 20.00	S/ 14,000,000.00
SEGUNDA CALIDAD	S/ 13.00	S/ 9,100,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 14.20	S/ 9,940,000.00	S/ 17.00	S/ 11,900,000.00
TERCERA CALIDAD	S/ 10.00	S/ 7,000,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 11.20	S/ 7,840,000.00	S/ 15.00	S/ 10,500,000.00
CUARTA CALIDAD	S/ 8.00	S/ 5,600,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 9.20	S/ 6,440,000.00	S/ 12.00	S/ 8,400,000.00
		S/ 31,500,000.00		S/ 3,360,000.00		S/ 34,860,000.00		

Figura 14: Segunda Fase considerando al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

En el siguiente cuadro se muestra el costo del transporte desde el centro de acopio hasta el local de venta del mayorista, el costo unitario es por cada caja de tomate, dicho costo incluye el costo de carga y descarga.

Explicación del costo y precio unitario de la tercera fase en base a las 4 calidades, considerando al sujeto intermediario.

TERCERA FASE										
CALIDADES	COSTO		COMISIONES		NUEVO		PRECIO UNITARIO	Base Imponible	Impuesto General a las Ventas	Precio Total
	UNITARIO	COSTO TOTAL	UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO	COSTO TOTAL				
PRIMERA CALIDAD	S/ 20.00	S/ 14,000,000.00	S/ 1.50	S/ 1,050,000.00	S/ 21.50	S/ 15,050,000.00	S/ 25.00	S/ 14,830,508.47	S/ 2,669,491.53	S/ 17,500,000.00
SEGUNDA CALIDAD	S/ 17.00	S/ 11,900,000.00	S/ 1.50	S/ 1,050,000.00	S/ 18.50	S/ 12,950,000.00	S/ 20.00	S/ 11,864,406.78	S/ 2,135,593.22	S/ 14,000,000.00
TERCERA CALIDAD	S/ 15.00	S/ 10,500,000.00	S/ 1.50	S/ 1,050,000.00	S/ 16.50	S/ 11,550,000.00	S/ 18.00	S/ 10,677,966.10	S/ 1,922,033.90	S/ 12,600,000.00
CUARTA CALIDAD	S/ 12.00	S/ 8,400,000.00	S/ 1.50	S/ 1,050,000.00	S/ 13.50	S/ 9,450,000.00	S/ 15.00	S/ 8,898,305.08	S/ 1,601,694.92	S/ 10,500,000.00
		S/ 44,800,000.00		S/ 4,200,000.00		S/ 49,000,000.00		S/ 46,271,186.44	S/ 8,328,813.56	S/ 54,600,000.00

Figura 15: Tercera Fase considerando al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

En el siguiente cuadro se muestra el costo de comisión por cada caja de tomate, la misma que es cobrada por un “sujeto intermediario” quién toma la posición maquillada de comerciante para de esta manera emitir un comprobante a la empresa formal.

El intermediario emite sus boletas, facturas y guías de remisión figurando ser un contribuyente formal por unos meses para luego dar de baja su RUC y desaparecer como Persona Natural, sin aportar un sol al fisco.

Explicación del costo y precio unitario de la cuarta fase en base a las 4 calidades, considerando al sujeto intermediario.

CUARTA FASE						
CALIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNITARIO	Base Imponible	Impuesto General a las Ventas	Precio Total
PRIMERA CALIDAD	S/ 25.00	S/ 17,500,000.00	S/ 32.00	S/ 18,983,050.85	S/ 3,416,949.15	S/ 22,400,000.00
SEGUNDA CALIDAD	S/ 20.00	S/ 14,000,000.00	S/ 28.00	S/ 16,610,169.49	S/ 2,989,830.51	S/ 19,600,000.00
TERCERA CALIDAD	S/ 18.00	S/ 12,600,000.00	S/ 25.00	S/ 14,830,508.47	S/ 2,669,491.53	S/ 17,500,000.00
CUARTA CALIDAD	S/ 15.00	S/ 10,500,000.00	S/ 20.00	S/ 11,864,406.78	S/ 2,135,593.22	S/ 14,000,000.00
		S/ 54,600,000.00		S/ 62,288,135.59	S/ 11,211,864.41	S/ 73,500,000.00

Figura 16: Cuarta Fase considerando al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

La empresa adquiere el tomate con el comprobante que le entrega el sujeto intermediario y utiliza dicho documento para sustentar costo o gasto tributario.

4.1.3 Identificar factores que determinen la viabilidad de la propuesta

Por lo tanto, por lo ya desarrollado en la investigación uno de los posibles factores que se plantea es eliminar al sujeto interviniente para ello se cuantificó cual es el efecto en el precio sin Interviniente, teniendo en cuenta que para que esto se realice se deberá eliminar la renuncia a la exoneración del Impuesto General a las ventas.

Explicación del costo y precio unitario de la primera fase en base a las 4 calidades, sin considerar al sujeto intermediario.

PRIMERA FASE					
CALIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
PRIMERA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 14.00	S/ 9,800,000.00	
SEGUNDA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 13.00	S/ 9,100,000.00	
TERCERA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 10.00	S/ 7,000,000.00	
CUARTA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 8.00	S/ 5,600,000.00	
		S/ 23,520,000.00		S/ 31,500,000.00	

Figura 17: Primera Fase sin considera al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

Como primera fase se determinó que es Mayorista quien asume los costos hasta que el tomate este en acopio listo para la selección.

Explicación del costo y precio unitario de la segunda fase en base a las 4 calidades, sin considerar al sujeto intermediario.

SEGUNDA FASE								
CALIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TRANSPORTE		NUEVO COSTO	COSTO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
			COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL				
PRIMERA CALIDAD	S/ 14.00	S/ 9,800,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 15.20	S/ 10,640,000.00	S/ 20.00	S/ 14,000,000.00
SEGUNDA CALIDAD	S/ 13.00	S/ 9,100,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 14.20	S/ 9,940,000.00	S/ 17.00	S/ 11,900,000.00
TERCERA CALIDAD	S/ 10.00	S/ 7,000,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 11.20	S/ 7,840,000.00	S/ 15.00	S/ 10,500,000.00
CUARTA CALIDAD	S/ 8.00	S/ 5,600,000.00	S/ 1.20	S/ 840,000.00	S/ 9.20	S/ 6,440,000.00	S/ 12.00	S/ 8,400,000.00
		S/ 31,500,000.00		S/ 3,360,000.00		S/ 34,860,000.00		

Figura 18: Segunda Fase sin considerar al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

En el siguiente cuadro se muestra el costo del transporte desde el centro de acopio hasta el local de venta del mayorista, el costo unitario es por cada caja de tomate, dicho costo incluye el costo de carga y descarga.

Explicación del costo y precio unitario de la tercera fase en base a las 4 calidades, sin considerar al sujeto intermediario.

TERCERA FASE						
CALIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNITARIO	B.I	IGV	PRECIO TOTAL
PRIMERA CALIDAD	S/ 20.00	S/ 14,000,000.00	S/ 32.00	S/ 18,983,050.85	S/ 3,416,949.15	S/ 22,400,000.00
SEGUNDA CALIDAD	S/ 17.00	S/ 11,900,000.00	S/ 28.00	S/ 16,610,169.49	S/ 2,989,830.51	S/ 19,600,000.00
TERCERA CALIDAD	S/ 15.00	S/ 10,500,000.00	S/ 25.00	S/ 14,830,508.47	S/ 2,669,491.53	S/ 17,500,000.00
CUARTA CALIDAD	S/ 12.00	S/ 8,400,000.00	S/ 20.00	S/ 11,864,406.78	S/ 2,135,593.22	S/ 14,000,000.00
		S/ 44,800,000.00		S/ 62,288,135.59	S/ 11,211,864.41	S/ 73,500,000.00

Figura 19: Tercera Fase sin considera al Interviniente

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

Considerando lo expuesto líneas arriba, la figura sería sin considerar el sujeto intermediario evitándose contingencias tributarias como el comiso de bienes cada vez que se interviene al transportista y Sunat verifica que con esas guías remitente ya han pasado consecutivamente carros, sin embargo, su declaración mensual de aquel contribuyente es 0. La empresa adquiere el tomate directamente al Mayorista y utiliza dicho documento para sustentar costo o gasto tributario

En este tipo de impuesto monofásico es mejor gravar en la primera etapa es decir en la dada por el Productor o Fabricante, ya que va permitir disminuir el número de contribuyentes y tener un mayor control por parte de la Administración Tributaria, asimismo contrarrestaría la posible evasión ya que por ser un impuesto que solo grava una etapa del proceso, al producirse dicha evasión acarrea la pérdida total del impuesto.

Por ende, otro de los posibles factores será poder gravar en la primera etapa y denominar como Agente de retención al Productor, de esta manera será más factible realizar un mayor control a los Mayoristas.

PRIMERA FASE						
CALIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	BASE IMPONIBLE
PRIMERA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 14.00	S/ 9,800,000.00	S/ 1,494,915.25	S/ 8,305,084.75
SEGUNDA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 13.00	S/ 9,100,000.00	S/ 1,388,135.59	S/ 7,711,864.41
TERCERA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 10.00	S/ 7,000,000.00	S/ 1,067,796.61	S/ 5,932,203.39
CUARTA CALIDAD	S/ 8.40	S/ 5,880,000.00	S/ 8.00	S/ 5,600,000.00	S/ 854,237.29	S/ 4,745,762.71
		S/ 23,520,000.00		S/ 31,500,000.00	S/ 4,805,084.75	S/ 26,694,915.25

Figura 20: Primera Fase en la que se gravaría y se determinará el agente de retención

Fuente: Recolección de datos – Entrevista a los comerciantes

Elaboración: Propia

Colocar como agente de retención al Productor tiene como finalidad asegurar parte de la recaudación del impuesto general a las ventas.

Considerando que el Impuesto Selectivo al consumo, que es un impuesto monofásico, si ha tenido acogida y representa uno de los ingresos de recaudación tributaria.

INGRESOS DEL GOBIERNO CENTRAL CONSOLIDADO (Millones de Soles)									
Concepto		2013	2014	2015	2016	2017	2018	may-19	%
Impuesto General a las Ventas	Plurifásico	47,819.3	50,351.7	51,668.3	52,692.5	54,642.8	60,666.1	26,194.0	87%
Impuesto Selectivo al Consumo	Monofásico	5,479.8	5,134.7	5,494.7	5,901.6	6,315.2	6,859.8	3,327.2	13%
A la Producción y Consumo		53,417.1	55,613.4	57,307.2	58,766.7	61,132.4	67,719.0	29,604.1	1.00

FUENTE : Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)

Figura 20: Ingresos del Gobierno Central – Impuesto Selectivo al consumo

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

4.2 Discusión

Se realizó el análisis de acuerdo a la normativa vigente y teniendo como ejemplo el proyecto de Ley N° 1849/ 2017 – CR; Proyecto de Ley que declara de Interés Nacional y necesidad pública la modificación el apéndice I de la ley del Impuesto General a las Ventas , principalmente basado en que el Apéndice I del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por Decreto Supremo 055-99 EF que lista los productos que están exonerados, sin embargo ha incluido el tomate como producto de primera necesidad , pero no ha tomado en cuenta lo que hemos desarrollado en la explicación de las fases que dicho producto contiene bacterias, que son dañinas para la salud de quienes la consumen por lo que necesita ser curado varias veces con insecticidas, calcio y sodio altamente contaminantes, además para ser trasladado tiene que ser acopiado y separado en cajas de un tamaño establecido con material apto para su duración y maduración.

Además, visto desde términos económicos al tener vigente la exoneración del Impuesto General a las ventas para dicho producto, tiende a que la empresa Formal empoderada de la transacción obligue al Mayorista a renunciar a la exoneración.

Sin embargo, para que el Mayorista no compita en desigualdad de condiciones frente a los que no renuncian a la exoneración y no pierda mercado, se ha visto en la necesidad de buscar un Interviniente quien se formaliza por un periodo corto, emite los comprobantes necesarios para completar la venta y sea quien realiza la renuncia a la exoneración.

Lo rescatable de esta investigación es que no se contrapone a la Constitución Política del Perú, sino que muestra la realidad de un proceso donde se mueve una cantidad monetaria considerable, en la cual hay beneficiarios desprotegidos, corriendo riesgos alto hablando en términos de Empresa o como persona natural, y lo que se quiere es seguir promoviendo el consumo y comercialización de tomate aptas para la salud.

V. Conclusiones

1. La aplicación del Impuesto General a las ventas Monofásico en el Perú para las operaciones de comercialización de frutas si es posible, permite aminorar significativas brechas de incumplimiento tributario de los comerciantes.
2. En el Perú la mayor parte de las transacciones se rigen bajo la modalidad del *Impuesto Plurifásico*, sin embargo, también se encuentra vigente, aunque en menor proporción el *Impuesto Monofásico*. Existen porcentajes importantes de recaudación del impuesto monofásico, el ISC interno (creció 89,8%) a setiembre del presente año en comparación del 2018, mientras que el impuesto general a las ventas representó un incremento de 4,7% en términos reales respecto de setiembre 2018
3. Los mercados tradicionales de los minoristas y en las zonas rurales representan el 30%, y ese mercado es muy informal, teniendo en cuenta que en el Perú se consumen un promedio de 31,353.60 toneladas de frutas y verduras al año, el sector Agroindustrial a nivel Nacional en empleo informal llega a los 72.60 % del total de productores activamente laborando, en el proceso se detectó un agente intermediario que se formaliza para emitir los comprobantes de pago establecidos en forma y sustancia, facilitar el transporte de la mercadería sin riesgos tributarios y realiza la entrega a la empresa formal sin problemas, el agente intermediario que aparece en el proceso su permanencia no es mayor a 6 meses.
4. Los factores propuestos permiten la viabilidad de la propuesta, (Denominar como Agente de retención al Productor ya que en el Impuesto de tipo monofásico la evasión en caso producirse acarrea la pérdida total del impuesto)

VI. Recomendaciones

1. Debería realizarse la modificación del Apéndice I de la ley del Impuesto General a las ventas eliminando la exoneración del Impuesto para las operaciones de comercialización de Tomate y gravar con el impuesto monofásico.
2. Gravar el impuesto en la primera etapa del proceso a Nivel Productor, ya que en este tipo de impuesto monofásico se grava solo una etapa y de producirse la evasión se acarrea la pérdida total del mismo.
3. La Administración Tributaria debe reforzar la conciencia tributaria en los comerciantes mediante charlas dirigidas para sensibilizarlos con la problemática e informar sobre los riesgos tributarios a los que están sujetos.
4. Tener un mayor control por parte de la Administración tributaria hacia los sectores vistos económicamente débiles.

VII. Lista De Referencias

Actualidad Empresarial. (3 de Mayo de 2013). *Actualidad Empresarial*. Recuperado el 3 de Junio de 2018, de Pautas para entender el ISC: a propósito de la modificación de las tasas a los licores: <http://aempresarial.com/web/index.php#&panel1-1>

Agroforum.pe. (12 de Diciembre de 2016). *Agroforum.pe*. Obtenido de <http://www.agroforum.pe/agro-noticias/supermercados-peruanos-luchan-contra-informalidad-de-mercados-abiertos-10579/>

Alva Matteucci, M. (2013). *Análisis para la aplicación del crédito fiscal del IGV*. Lima: Pacifico Editores.

Arias, F. (2008). *El proyecto de la Investigacion Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Texto, c.a.

Armack Bravo, J. (2017). *Fundamentos de Derecho Tributario*. Brasil.

Basallo Vasquez, R. (2008). *Técnicas e instrumentos en las investigaciones científicas*. L.Editor.

Cosciani, C. (2017). *Teoría de la decisión tributaria*. Lima: SUNAT.

El Comercio. (15 de Marzo de 2018). *El comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/informalidad-laboral-crece-9-2017-respecto-2016-noticia-504727>

Estratégico, C. N. (2016). Economía Informal en Perú : Situación Actual y Perspectivas. *Avance de Investigación N° 8*, 56.

Gestión. (27 de Setiembre de 2016). *Gestión.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/tottus-asocia-350-agricultores-adquirir-frutas-verduras-147929>

Gestion.org. (s/f). *¿Qué es el transporte? Conoce cuáles son los tipos de transporte más habituales en las empresas.* Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <https://www.gestion.org/que-es-el-transporte/>

Gestiopolis. (4 de junio de 2018). *gestiopolis.com*. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

Herhard y Alfred Mulier Armack (2017). *noegasystems.com*. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <https://www.noegasystems.com/blog/logistica/logistica-y-cadena-de-suministro>

López Huaman, L., & Nuñez Velasquez, E. (2016). *Impacto de la informalidad en la recaudación tributaria de las empresas comercializadoras de granos de la banca pequeña empresa del Banco Interbank, distrito José Leonardo Ortiz - periodo 2014.* Chiclayo.

Mogollón Diáz, V. (2014). *Nivel de cutura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la region - Chiclayo, Peru.* Chiclayo.

MÖLLER, A. Z. (8 de Julio de 2013). *Instituto Peruano de Derecho Tributario*. Recuperado el 3 de Junio de 2018, de Instituto Peruano de Derecho Tributario: http://www.ipdt.org/editor/docs/02_Rev05_AZM.pdf

Rodolfo Balbi, G. (2012). *La aplicación del principio de igualdad tributaria.* España. Real Academia Española. (22 de Mayo de 2018). RAE. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/803/1/SALIRROSAS_CARMEN_HABITUALIDAD_OPERACIONES_VENTAS.pdf

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2016). *SUNAR - ORIENTACION*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas>

SUNAT. (3 de junio de 2018). *Concepto del Impuesto Selectivo al Consumo*. Obtenido de [orientacion.sunat.gob.pe: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-selectivo-al-consumo-empresas](http://orientacion.sunat.gob.pe:orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-selectivo-al-consumo-empresas)

Vicente Soriano, M. (2015). *Incumplimiento tributario de pequeñas empresas del mercado Moshoqueque*. Chiclayo

Wolters Aguiar, N. (2018). *Tributación y contabilidad - Una perspectiva histórica y derecho comparado*. Brasil: Ruiz Olaza.

Zeballos (2017). *La metodología de la investigación (Fundamentos)*. Mestizo, E., Caicedo, J., & Grajales, A. (2012). *Creación de una empresa para la comercialización de productos agrícolas provenientes de la región de Magdalena centro de Cundinamarca a los tenderos de localidad de Suba en Bogota*. Bogota.

VIII. Anexos

Estrategias De Formalización En El Sector De Frutas Y Verduras.

Una buena herramienta para formalizar a los comerciantes agrícolas o comercializadores de frutas y verduras, son las alianzas estratégicas con empresas transnacionales.

Hipermercados Tottus se asoció con más de 350 agricultores de diversas partes del país para adquirir sus productos.

De esta manera, los productores nacionales del norte y sur del Perú que trabajan directamente con Tottus pueden acceder a un mejor precio por su mercadería.

Mediante un comunicado, la empresa indicó que esta alianza contribuye a la formalización de estos productores, que antes formaban parte de los 11 millones de peruanos que trabajan en el sector informal, sin acceso a derechos laborales fundamentales, según cifras de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

Rafael Rojas, asesor comercial de la Tottus manifestó que "trabajar con Tottus es trabajar con formalidad que corresponde y permite entender lo que es un proceso de calidad".

Según Tottus, es la primera vez que una empresa de retail gestiona un trato directo con agricultores y productores de diversas ciudades del Perú, quienes se ven beneficiados con la venta de sus frutas y verduras, mientras que los clientes adquieren productos de buena calidad, frescos y en óptimas condiciones.

TOTTUS trabaja y beneficia directamente a las asociaciones Aders, Forjando, Apromalpi, Yanachaga Chemillén y Anpro, con las cuales se recoge productos en ciudades como Catacaos, Sullana, Chiclayo, Casma, Cañete, Chincha, Ica, Arequipa y Oxapampa. (Gestión, 2016).

Proyecto de Ley N° 1849/ 2017 - CR

 CONGRESO REPÚBLICA	HORACIO ZEBALLOS PATRÓN "Decenio de las personas con discapacidad en el Perú" "Año del Buen Servicio al Ciudadano"
Proyecto de Ley N° <u>1849/2017-CR</u>	
CONGRESO DE LA REPÚBLICA ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO 07 SEP 2017 RECIBIDO Firma: <i>[Firma]</i> Hor: <i>[Hora]</i>	PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL Y NECESIDAD PÚBLICA LA MODIFICACIÓN DEL APÉNDICE I DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS
Los congresistas de la República que suscriben a iniciativa del Congresista HORACIO ZEBALLOS PATRÓN y los congresistas Richard Arce Cáceres, Mario Canzio Álvarez, Manuel Danmert Ego Aguirre, Marisa Glave Remy, Indira Huilca Flores, Edgar Ochoa Pezo, Tania Edith Pariona Tarqui y Alberto Quintanilla Chacón , ejerciendo el derecho que les confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y los artículos 74 y 75 del Reglamento del Congreso de la República, proponen la siguiente iniciativa legislativa:	
PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL Y NECESIDAD PÚBLICA LA MODIFICACIÓN DEL APÉNDICE I DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	

PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL Y NECESIDAD PÚBLICA LA MODIFICACIÓN DEL APÉNDICE I DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS
Artículo 1. Objeto

Declarase de interés nacional y necesidad pública la modificación de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo a efectos de promover el consumo y producción de la leche pasteurizada.

Artículo 2. Modificación del apéndice I del Texto Único Ordenado de la Ley de Impuesto General a las Ventas e Impuestos Selectivo al Consumo, aprobado por Decreto Supremo 055-99-EF.

Declarase de interés nacional y necesidad pública la modificación del Apéndice I del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por Decreto Supremo 055-99-EF y normas modificatorias en los siguientes términos:

"(*) Literal A) del Apéndice I sustituido por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 074-2001-EF, publicado el 26-04-2001, cuyo texto es el siguiente:

"A) Venta en el país o importación de los bienes siguientes:

PARTIDAS ARANCELARIAS	PRODUCTOS
"0106.00.90.00/0106.00.90.90" (*)	"Camélidos Sudamericanos" (*)
(*)Bien incluido por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 089-2001-EF, publicado el 05-05-2001.	
0301.10.00.00/0307.99.90.90	Pescados, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, excepto los destinados para uso industrial. (*)
(*)Modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 129-2001-EF publicado el 30-06-2001, en los términos siguientes: "Pescados, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, excepto pescados destinados al procesamiento de harina y aceite de pescado."	
0401.20.00.00	Leche cruda entera y leche pasteurizada .
0511.10.00.00(*)	"Semen de bovino" (*) (1)
(*)Bien incluido por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 089-2001-EF, publicado el 05-05-2001.	
(1)De conformidad con el Artículo 2 de la Ley N° 27614 publicada el 29-12-2001, los bienes contenidos en el literal A) del Apéndice I estarán exonerados del Impuesto General a las Ventas sólo por la venta en el país, con la excepción de esta partida arancelaria, que estará exonerada del Impuesto General a las	

Ventas por la importación y la venta en el país. Esta Ley fue posteriormente derogada por el Artículo 2 de la Ley N° 27800, publicada el 27-07-2002.

0511.99.10.00 (*) "Cochinilla" (*)

(*) Bien incluido por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 089-2001-EF, publicado el 05-05-2001.

0601.10.00.00 (*) "Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas en reposo vegetativo". (*)

(*) Bien incluido por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 089-2001-EF, publicado el 05-05-2001.

0602.10.00.90 Los demás esquejes sin enraizar e injertos.

0701.10.00.00/0701.90.00.00 Papas frescas o refrigeradas.

0702.00.00.00 Tomates frescos o refrigerados.

0703.10.00.00/0703.90.00.00 Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados.

0704.10.00.00/0704.90.00.00 Coles, coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles similares del género brassica, frescos o refrigerados.

0705.11.00.00/0705.29.00.00 Lechugas y achicorias (comprendidas la escarola y endivia), frescas o refrigeradas.

0706.10.00.00/0706.90.00.00 Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifies, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados.

0707.00.00.00 Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.

0708.10.00.00 Arvejas o guisantes, incluso desvainados, frescos o refrigerados.

0708.20.00.00 Frijoles (frejoles, porotos, alubias), incluso desvainados, frescos o refrigerados.

0708.90.00.00 Las demás legumbres, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas.

PRIMERA DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA

Se declara de interés nacional y necesidad pública que el Estado a través de los programas sociales y otros promoverá la compra prioritariamente de leche a los pequeños ganaderos, para lo cual adecuará los procedimientos y registros para dicho fin.

SEGUNDA DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA

La presente ley será de aplicación desde el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial, El Peruano.



Horacio Zeballos Patrón
HORACIO ZEBALLOS PATRÓN
 Congresista de la República

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]
[Signature]
[Signature]

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

a. MARCO NORMATIVO

Artículo 59 de la Constitución, que indica que la iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura.

Al respecto, el Tribunal Constitucional en su sentencia sobre el Expediente N° 0008-2003-AI/TC, indica que la economía social de mercado es representativa de los valores constitucionales de la libertad y la justicia, y, por ende, es compatible con los fundamentos axiológicos y teleológicos que inspiran a un Estado social y democrático de derecho. En ésta imperan los principios de libertad y promoción de la igualdad material dentro de un orden democrático garantizado por el Estado. De allí que L. Herhård y Alfred Muller Armack afirmen que se trata de un orden "en donde se asegura la competencia, y al mismo tiempo, la transformación de la productividad individual en progreso social, beneficiando a todos, amén de estimular un diversificado sistema de protección social para los sectores económicamente débiles..." (*El orden del futuro. La economía social de mercado*. Universidad de Buenos Aires, 1981).

Por otro lado, añade que La seguridad jurídica y la igualdad ante la ley, a su vez, son condiciones necesarias para el funcionamiento del Estado social y democrático de derecho, y se configuran en un marco de condiciones vitales mínimas y de una posición estadual vigilante a través de órganos autónomos y transparentes que promuevan el desarrollo del país en un marco de libre competencia e, igualmente, velen por el respeto de la dignidad de las personas.

El Impuesto de tipo monofásico califica como un *"Impuesto sobre el volumen de ventas que grava éstas en un solo punto del proceso de producción y distribución"*¹⁵.

Un ejemplo de impuesto monofásico es el impuesto selectivo al consumo, como lo hemos mencionado líneas arriba, que es el tributo que *"... grava la venta en el país a nivel de productor y la importación de bienes tales como combustibles, vehículos, cervezas, cigarrillos, bebidas alcohólicas, agua gaseosa y mineral, otros artículos de lujo, combustibles, juegos de azar y apuestas"*¹⁶.

*Las tasas del impuesto fluctúan entre 0% y 50 %, según el tipo de bien o servicio gravado. En algunos casos se prevé el pago de sumas fijas dependiendo del producto o servicio gravado. Las tasas están consideradas en los Apéndices III y IV del Texto Único Ordenado de la ley del Impuesto General a las Ventas"*¹⁷.

En ese sentido, la exoneración al impuesto selectivo al consumo tiene como objetivo promover la oferta de los productos exonerados, pero no tendría sentido exonerar un producto que no puede ser comercializado puesto que tiene efectos negativos en la salud como es la leche cruda, por lo que el legislador al emitir una norma de esas características no tomó en cuenta lo desarrollado en la presente iniciativa legislativa, asimismo cabe resaltar que la leche pasteurizada en la leche entera pero al someterla al calor elimina las bacterias que son dañinas para la salud.