

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**“Análisis del nivel de cultura tributaria de los comerciantes del
Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR: Aquino Jara, Lili Jenny

ASESORA: Sinche Anaya, Aiichira Yelma

HUÁNUCO – PERÚ

2026

U

D

H



TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión de la teoría contable

AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Economía y Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Contador Público

Código del Programa: P12

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 43759319

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 22703493

Grado/Título: Maestra en educación con mención en docencia, currículo e investigación

Código ORCID: 0000-0002-5300-377X

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Espinoza Chavez, Lucy Janet	Maestra en ciencias contables con mención en: "auditoria y tributación"	22507319	0000-0001-9096-3967
2	Huerto Orizano, Diana	Maestra en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003-1634-6674
3	Cuenca Perez, Fernando	Maestro en gestión pública	22415550	0000-0002-6421-4791



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **11:00 horas del día 23 del mes de junio del año 2026**, en el Auditorio "San Juan Pablo II" de la Facultad de Ciencias Empresariales, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron la sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtra. Lucy Janet Espinoza Chavez

(Presidente)

Mtra. Diana Huerto Orizano

(Secretaria)

Mtro. Fernando Cuenca Perez

(Vocal)

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 788-2024-D-FCOMP-PACF-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: "**ÁNÁLISIS DEL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA DE PUELLES –HUÁNUCO 2023**", presentada por la Bachiller, **AQUINO JARA, Lili Jenny**; para optar el **título Profesional de Contadora Pública**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola **APROBADA** con el calificativo cuantitativo de **14 (CATORCE)** y cualitativo de **SUFICIENTE** (Art.47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **12:00** horas del día **23 del mes de junio del año 2026**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

Mg. Lucy Janet Espinoza Chávez

N° DNI 22507319

Código ORCID: 0000-0001-9096-3967

PRESIDENTE

Mtra. Diana Huerto Orizano

DNI: 40530605

Código ORCID: 0000-0003-1634-6674

SECRETARIA

Mtro. Fernando Cuenca Perez

N° DNI 22415550

Código ORCID: 0000-0002-6421-4791

VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: LILÍ JENNY AQUINO JARA, de la investigación titulada "ÁNÁLISIS DEL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA DE PUELLES - HUÁNUCO 2023", con asesor(a) AIICHIKA YELMA SINCHÉ ANAYA, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 619-2023-D-FCOMP-PACF-UDH del P. A. de CONTABILIDAD Y FINANZAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 17 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 22 de abril de 2026



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

70. LILÍ JENNY AQUINO JARA.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%	17%	10%	7%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.udh.edu.pe	6%
	Fuente de Internet	
2	repositorio.uladech.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.upn.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
4	cultura.sunat.gob.pe	1%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.unap.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
6	repositorio.upse.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.ucsg.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
8	hdl.handle.net	1%
	Fuente de Internet	



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre Eudalina Jara Rivera, quien fue un gran ejemplo en mi vida, por su apoyo y sacrificio.

A mi esposo Diego y mis amados hijos Fabricio, Rafael y Yurisami.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a mi familia, mi madre Eudalina, mi esposo Diego y mis hijos por su apoyo constante en la culminación de mis estudios profesionales.

Agradezco a la Universidad de Huánuco, alma mater para mi formación profesional.

Agradezco a mi asesora la Mtra. Aiichira Yelma Sinche Anaya, por su orientación para el desarrollo de mi investigación, a los docentes del P.A. de Contabilidad y Finanzas por brindarme sus conocimientos y compañeros de estudio.

A la Asociación de comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles por permitirme desarrollar mi trabajo de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRAC	IX
INTRODUCCIÓN	X
CAPÍTULO I.....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2.1 PROBLEMA GENERAL.....	14
1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	14
1.3 OBJETIVOS	15
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	15
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
1.4 JUSTIFICACIÓN	15
1.4.1 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	15
1.4.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	15
1.4.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	16
1.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.6 VIABILIDAD	16
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO	17
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	17
2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES.....	17
2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES	19
2.2 BASES TEÓRICAS.....	20
2.2.1 CULTURA.....	20
2.2.2 CULTURA TRIBUTARIA.....	20

2.2.3	DIMENSIONES.....	21
2.2.4	FACTORES QUE AFECTAN LA CULTURA TRIBUTARIA.....	24
2.3	DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	25
2.4	HIPÓTESIS	26
2.5	VARIABLES	27
2.5.1	VARIABLE ÚNICA	27
2.6	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	27
CAPÍTULO III		28
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		28
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
3.1.1	ENFOQUE	28
3.1.2	ALCANCE O NIVEL	28
3.1.3	DISEÑO	28
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	29
3.2.1	POBLACIÓN	29
3.2.2	MUESTRA	29
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	29
3.3.1	TÉCNICA	29
3.3.2	INSTRUMENTOS	30
3.4	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	30
CAPÍTULO IV.....		31
RESULTADOS.....		31
4.1	PROCESAMIENTO DE DATOS	31
CAPÍTULO V.....		44
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		44
CONCLUSIONES		47
RECOMENDACIONES.....		49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		51
ANEXOS.....		54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Está usted registrado como contribuyente ante la SUNAT?	31
Tabla 2 En caso de no estar registrado ante la SUNAT, indique el motivo	32
Tabla 3 ¿Cómo definiría la tributación?	33
Tabla 4 Para usted que es el tributo	34
Tabla 5 De los siguientes regímenes tributarios cuál de ellos conoce usted	35
Tabla 6 Según su opinión la evasión tributaria se debe a:	36
Tabla 7 ¿Cree que la formalización de su actividad económica le brindaría algún beneficio?	37
Tabla 8 Según su opinión a donde se destina los impuestos recaudados:...	38
Tabla 9 Según su percepción el Estado Peruano ejecuta el gasto público con:	39
Tabla 10 ¿Usted conoce que es presupuesto general de la Republica?	40
Tabla 11 ¿Usted ha recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones tributarias?	41
Tabla 12 Para usted el pago de la obligación tributaria es:	42
Tabla 13 Usted cumple con el pago de sus obligaciones tributarias.....	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Está usted registrado como contribuyente ante la SUNAT?.....	31
Figura 2 En caso de no estar registrado ante la SUNAT, indique el motivo	32
Figura 3 ¿Cómo definiría la tributación?	33
Figura 4 Para usted que es el tributo	34
Figura 5 De los siguientes regímenes tributarios cuál de ellos conoce usted	35
Figura 6 Según su opinión la evasión tributaria se debe a:	36
Figura 7 ¿Cree que la formalización de su actividad económica le brindaría algún beneficio?	37
Figura 8 Según su opinión a donde se destina los impuestos recaudados:	38
Figura 9 Según su percepción el Estado Peruano ejecuta el gasto público con:	39
Figura 10 ¿Usted conoce que es presupuesto general de la Republica?	40
Figura 11 ¿Usted ha recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones tributarias?	41
Figura 12 Para usted el pago de la obligación tributaria es:	42
Figura 13 Usted cumple con el pago de sus obligaciones tributarias	43

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo general analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023. La metodología empleada desarrollo una investigación de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, el diseño fue no experimental de corte transversal, la población de estudio estuvo conformada por 200 asociados, se empleó el muestro probabilístico con una muestra de 80; la técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta, con un cuestionario de 13 preguntas. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles poseen ciertos conocimientos sobre la tributación como se puede apreciar en la Tabla 3, donde un 62.5% indica que se refiere al acto de pagar impuestos al Estado, asimismo saben que este pago es obligatorio 63.3% (Tabla 4). El 32.5% percibe que los impuestos recaudados por el Estado se pierden en la corrupción. En ese sentido son conscientes que tienen que pagar sus impuestos, pero solo el 6.3% no lo hace (Tabla 13). Se concluye que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles esta se caracteriza por presentar un conocimiento básico sobre conceptos tributarios y cierto reconocimiento de la obligación fiscal; sin embargo, existe una marcada debilidad en su internalización práctica y en la confianza hacia el sistema.

Palabras claves: cultura tributaria, conocimientos, tributación, evasión, corrupción.

ABSTRAC

The general objective of this study was to analyze the tax culture of merchants at the Puelles Wholesale Market in Huánuco in 2023. The methodology employed was applied research with a quantitative approach and a descriptive level. The design was non-experimental and cross-sectional. The study population consisted of 200 members, and probabilistic sampling was used with a sample of 80. The data collection technique was a survey using a 13-question questionnaire. According to the results obtained, it can be concluded that the merchants at the Puelles Wholesale Market possess some knowledge about taxation, as shown in Table 3, where 62.5% indicated that it refers to the act of paying taxes to the State. Furthermore, 63.3% know that this payment is mandatory (Table 4). 32.5% perceive those taxes collected by the State are lost to corruption. In this sense, they are aware that they have to pay their taxes, but only 6.3% do not (Table 13). It is concluded that the tax culture of the merchants at the Puelles Wholesale Market is characterized by a basic understanding of tax concepts and some recognition of their tax obligations; however, there is a marked weakness in its practical application and in trust in the system.

Keywords: tax culture, knowledge, taxation, evasion, corruption.

INTRODUCCIÓN

En el contexto económico local, la informalidad comercial constituye uno de los principales desafíos para el fortalecimiento de la recaudación fiscal y el desarrollo sostenible. En el Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco se evidencia que, si bien los comerciantes poseen nociones básicas sobre tributación y reconocen que el pago de impuestos es una obligación ciudadana, persisten percepciones negativas respecto al destino de los tributos, asociándolos en gran medida con corrupción e ineficiencia del gasto público. Asimismo, se observa un limitado conocimiento sobre el Presupuesto General de la República y una brecha significativa entre la actitud favorable hacia el cumplimiento tributario y la práctica real de pago. Esta situación refleja debilidades en la cultura tributaria, entendida como el conjunto de conocimientos, valores y conductas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones fiscales, lo que repercute en los niveles de formalización y en la sostenibilidad del sistema tributario.

La investigación se justifica en el ámbito teórico porque aporta evidencia empírica sobre la cultura tributaria en un sector comercial específico, contribuyendo al análisis de la relación entre conocimiento, percepción y conducta tributaria. En el ámbito práctico, los resultados permitirán proponer estrategias orientadas a fortalecer la educación fiscal y mejorar la percepción sobre la gestión pública, promoviendo mayores niveles de cumplimiento y formalización. En el ámbito social, el estudio resulta relevante porque el fortalecimiento de la cultura tributaria contribuye al desarrollo local mediante una mayor recaudación y mejor provisión de servicios públicos. El estudio de investigación tuvo como objetivo general analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023. Para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, así como los demás documentos normativos.

Metodológicamente, el estudio se enmarcó en un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por los comerciantes del

Mercado Mayorista de Puelles, a quienes se aplicó un cuestionario estructurado con escala tipo Likert para medir las dimensiones de conocimiento, percepción y conducta tributaria. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes para el análisis e interpretación de los resultados.

La investigación está desarrollada en cinco capítulos, de la siguiente manera:

Capítulo I, que corresponde al planteamiento del problema y comprende la descripción del problema, luego los problemas y objetivos de investigación, seguidamente la justificación, las limitaciones que enfrenta la investigación y finalmente la viabilidad.

Capítulo II, corresponde al marco teórico y comprende los antecedentes de la investigación, luego está la base teórica, las definiciones conceptuales y la operacionalización de la variable.

Capítulo III, corresponde a la metodología, que comprende el tipo, el enfoque, nivel y diseño de la investigación, luego la población de estudio, la muestra, seguido del método de recolección de datos y las técnicas de procesamiento.

Capítulo IV, corresponde a los resultados, donde se analizó de acuerdo a cada dimensión.

En el capítulo V, corresponde a la discusión de resultados, donde comparamos los resultados de la investigación con los antecedentes.

Luego se determinó las conclusiones y las recomendaciones.

La última parte se encuentra las referencias bibliográficas, anexos compuestos por el cuestionario y la matriz de consistencia.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los conocimientos, actitudes y valores compartidos por una sociedad sobre los impuestos y el cumplimiento de las normas que los rigen se denominan "cultura fiscal". Como resultado, tanto los contribuyentes como los empleados de las distintas administraciones tributarias cumplen de forma coherente y voluntaria sus obligaciones fiscales basándose en la justificación, la confianza y la afirmación de los ideales de ética individual, respeto de la ley, responsabilidad cívica y solidaridad social. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2020).

La baja cultura tributaria puede afectar negativamente una región de varias maneras, entre ellas: escasez de recursos para la provisión de servicios públicos: Cuando la cultura tributaria es baja, la recaudación de impuestos es insuficiente para financiar la provisión de servicios públicos, como educación, salud, seguridad, transporte, entre otros. Esto puede generar un déficit en la oferta de servicios, lo que puede afectar negativamente el bienestar y la calidad de vida de la población.

Una alta cultura tributaria puede afectar positivamente una región de varias maneras, entre ellas: Mayor recaudación de impuestos: Cuando la cultura tributaria es alta, los ciudadanos tienen una actitud más proactiva hacia la observancia de sus obligaciones tributarias, lo que conduce en una mayor recaudación de impuestos. Esto permite que el gobierno tenga más recursos para invertir en servicios públicos y en programas de desarrollo para la región.

Espino (2019) afirma que Chile tiene una alta cultura tributaria como resultado de los programas patrocinados por el Estado que ofrece a sus ciudadanos. Además, las culturas tributarias de México, Colombia y Perú comparten rasgos como el incumplimiento de las obligaciones, la evasión fiscal y la desconfianza en el uso previsto del dinero recaudado.

La cultura tributaria en el Perú ha ido evolucionando en las últimas décadas y aunque aún hay muchos desafíos por superar, se han registrado avances importantes. En general, se puede decir que existe una conciencia creciente sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del país, así como una mayor disposición a contribuir con el pago de impuestos.

Sin embargo, la cultura tributaria en el Perú también se ve afectada por varios factores que limitan su desarrollo. Uno de los principales problemas es la alta informalidad en la economía, que dificulta el control y la recaudación de impuestos. También hay una complejidad excesiva en el sistema tributario, lo que hace que el cumplimiento de las obligaciones fiscales sea más difícil y costoso para los contribuyentes.

La SUNAT se ha enfocado principalmente en estudiantes e instructores de educación básica regular, estudiantes de educación superior, emprendedores y MYPE porque considera fundamental difundir la cultura tributaria y las tradiciones entre todos los habitantes de nuestro país. Las principales iniciativas llevadas a cabo en el 2022 son, entre otras: el curso virtual para docentes de EBR, las visitas escolares de la SUNAT, el Qhapaq an del joven emprendedor, la Semana de la Educación Tributaria, la lucha contra el contrabando y los Núcleos de Apoyo Contable y Tributario (NAF).

El PBI de la Región Huánuco se contrajo en 2,9% en el 2021 respecto al 2019, quedando por debajo del país en su conjunto (0,9%). Las tres industrias con mayor impacto en la economía de Huánuco, según el INEI, son la agricultura (que representa el 21,0% del PBI de la región), el comercio (10,5%) y la construcción (9,3%). AHORA (2022). Estas cifras nos son muy alentadoras para la recaudación de impuestos. Huánuco tuvo ingresos en el 2021 por recaudación de impuestos la cifra de 155.2 millones y en el 2022 170.6 millones. (AHORA, 2022) Sin embargo Huánuco sigue siendo uno de los departamentos mas pobres del Perú y como mayor índice de informalidad según el ultimo estudio de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), ocupa el segundo lugar de informalidad con un 89.9 %.

En la región Huánuco la actividad comercial y de servicios constituye la principal actividad económica, las mismas que se desarrollan en dos niveles: formal e informal. Entre las actividades comerciales que se desarrollan en la ciudad, se encuentran los mercados, estos son muy importantes ya que fortalecen el proceso de comercialización asegurando el ingreso a los comerciantes y por ende los ingresos familiares. El distrito de Huánuco cuenta con 8 mercados, de los cuales 7 son minoristas (Las Moras, Modelo Privado, Viejo, San Pablo, Andino Amazónico, Mercadillo, San Luis) y 1 mayorista (Puelles). Ministerio de Vivienda (s.f).

El mercado mayorista de Puelles ubicado en Prolongación Av. Alameda de la Republica cuadra 4 y 5, inicio sus actividades en el año 1990. Inicialmente era un centro de acopio y con el paso de los años los comerciantes se agruparon hasta convertirse en mercado mayorista. Cuenta con 451 puestos fijos, así como alumbrado eléctrico, agua potable, servicio de alcantarillado. Ministerio de Vivienda (s.f).

Los 451 puestos de venta agrupan alrededor de mil 500 trabajadores que atienden desde las 04:00 a.m hasta las 20:00 p.m. a diario se estima que venden alrededor de 40 mil kilos de papa de toda variedad, generando un movimiento económico de medio millón de soles. Abastecen a los mercados de Lima, Pucallpa, Iquitos y San Martín. Es en este sentido que la investigación tiene por objetivo analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo es el conocimiento sobre tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023?

¿Cuál es la percepción de tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023?

¿Cuáles son las actitudes y prácticas de conducta de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar el conocimiento sobre tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023.

Analizar la percepción de tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023.

Analizar las actitudes y prácticas de conducta de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023.

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La presente investigación nos permitió analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles, y de acuerdo con los resultados se generará información que se usará para proponer estrategias de recaudación tributaria.

1.4.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El estudio de investigación planteada se desarrolló mediante la aplicación de teorías incrementar los conocimientos y conceptos sobre la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles, los cuales permitirán conocer la importancia de pagar sus

impuestos de forma oportuna y los beneficios que podrían obtener.

1.4.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para lograr los objetivos planteados en la investigación se utilizó el método científico, se usó la encuesta como técnica de recolección de datos y como instrumento un cuestionario que se aplicó a los comerciales del Mercado Mayorista de Puelles. Los resultados obtenidos servirán como antecedentes para futuros trabajos de investigación relacionados con el tema.

1.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La limitación más importante fue la fidelidad y veracidad de las respuestas de los encuestados que, por cuestiones de desconocimiento, tiempo o poco interés. En ese sentido se hicieron campañas de sensibilización con la finalidad de dar a conocer el tema de estudio.

Otra limitación lo constituye la poca disponibilidad de los encuestados para responder las preguntas por sus horarios de trabajo. Para poder superar esa limitación se aplicó la encuesta en sus horarios de descanso.

1.6 VIABILIDAD

La investigación fue viable porque se contó con la disponibilidad de recursos materiales, económicos, financieros y humanos; así como el de tiempo y conocimiento necesario para abordar el tema

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Según Ortiz (2020), en su trabajo de investigación titulado: “Cultura Tributaria de los Comerciantes del Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas”. Tuvo como objetivo analizar el nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes del Canton Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas, utilizo la metodología de tipo cuantitativo y cualitativo, de corte descriptivo, su muestra estuvo constituida por 101 comerciantes, se aplicó, el método inductivo. El método de recolección de datos que utilizó fue la encuesta. Los resultados demostraron que los contribuyentes, incluso los de formación académica intermedia, carecen de cultura fiscal debido a diversas cuestiones, entre ellas la falta de tiempo y dinero.

Paredes y Garcia (2021), su investigación tuvo como objetivo determinar las causas principales por las cuales los ciudadanos que realizan actividades economicas (contribuyentes) tratan de eludir y/o evadir sus responsabilidades en los concerniente al pago de impuestos en el Ecuador. Utilizó el método analítico-sintético para el fundamento científico, utilizo la encuesta y entrevistas. Entre los resultados obtenidos destaca que la mayor parte de los entrevistados aseguran no cumplir con su obligación tributaria por desconocimiento; además se determinó que, en la ciudad predominan dos tipos de evasión tributaria: la informalidad y la no emisión de comprobantes de venta al momento de realizar una transacción económica.

2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES

Bayona (2020) en su investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de cultura tributaria en la evasión de impuestos de Mercado

Modelo, Chilcayo, 2018. La metodología empleada fue descriptiva, cuantitativa – no experimental. La población fueron los comerciantes que trabajan en el Mercado Modelo, que estuvo integrada por 300 emprendedores, cuya muestra fue de 168. La investigación concluye que la cultura tributaria es bastante reducida, esto ocasiona un incumplimiento de pago de tributos demasiado alto, en razón que una gran cantidad de microempresarios desconocen tanto sus derechos como sus obligaciones, solo unos pocos cumplen.

Según Quispe y Silva (2021) en su investigación titulada: “Nivel de Cultura Tributaria en los Empresarios del Sector Manufactura, Rubro Fabricación de Muebles de Madera, Ciudad de Cajamarca, 2021”, para optar el grado de maestro, realizada en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca. La investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria en los empresarios sector manufactura rubro Fabricación de muebles de madera en la ciudad de Cajamarca 2021. La investigación fue de tipo básica, de nivel descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal. La población de estudio estuvo constituida por 47 empresas del rubro fabricación de muebles de madera de la ciudad de Cajamarca. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta, con un cuestionario de 21 preguntas. Se examinaron la conciencia fiscal, los conocimientos fiscales, los valores fiscales y la educación fiscal. Se concluyó que el nivel de cultura tributaria de los fabricantes del sector de fabricación de muebles de madera de la ciudad de Cajamarca al 2021 es alto.

Guzman y Merejildo (2023), en su investigación tuvo como objetivo general determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Santa Rosa – Trujillo, 2023. El enfoque del estudio es cuantitativo, el nivel de la investigación se ha considerado de nivel descriptivo correlacional. El estudio se realizó aplicando como técnica de la encuesta aplicando 20 preguntas en una muestra de un total de 100 comerciantes dentro del mercado Santa Rosa. El estudio concluye que

la cultura tributaria, la conciencia y el conocimiento tributarios han mantenido una tendencia de nivel medio, con representaciones del 75.00%, 72.00% y 68.00%, respectivamente. Estos aspectos son fundamentales para fortalecer el sistema fiscal y promover una visión positiva hacia la tributación. Por otro lado, el cumplimiento de las obligaciones tributarias, las formales y sustanciales, ha mantenido una tendencia de nivel medio, con representaciones del 78.00%, 72.00% y 66.00%, respectivamente. Esto demuestra el compromiso de los comerciantes con el marco legal y su contribución a las finanzas públicas, fortaleciendo la estructura económica y la distribución equitativa de la carga fiscal en el mercado.

2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES

Según Osorez (2019), en su investigación titulada: “Nivel de Cultura Tributaria y Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado de Pio Pata del Distrito de el Tambo, Provincia de Huancayo en el 2018”, para optar su título profesional de Contador Público, realizada en la Universidad de Huánuco. La investigación tuvo como objetivo principal Analizar como la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018. El tipo de investigación fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo, de diseño correlacional, no experimental, de corte transversal y la población y muestra estuvo constituida por 58 comerciantes, a quienes se les aplico un cuestionario de 20 preguntas con 2 opciones de respuesta. Los resultados que obtuvo en su investigación que la cultura tributaria incide desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018, el 63.8% no tienen conocimiento sobre cultura tributaria, el 55.2% no sabe que es un tributo se determina que el nivel de conocimientos de cultura tributaria es bajo; el 53.4% manifiestan que no es importante pagar los impuestos, ya que el 62.1% de los comerciantes desconocen

el destino y uso de los impuestos, y también manifiestan su desconfianza en la Administración Pública. Esto indica el bajo nivel de valores personales que tienen los comerciantes; el 56.9% no efectuaría sus declaraciones y pagos sin control del Estado. Este resultado nos indica que los comerciantes no tienen conciencia tributaria.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 CULTURA

Según la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT, 2014), sostiene que cultura es el conjunto de saberes, creencias, costumbres, pautas de conducta y manifestaciones en que se expresa la vida de una sociedad, en un espacio y un periodo de tiempo determinados.

2.2.2 CULTURA TRIBUTARIA

Según la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT, 2014) (Estrada Farfan, 2014)², determina que la cultura tributaria se entiende como un conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta de una sociedad o de un grupo social respecto a la tributación.

Para Montiel et al. (2020) afirman que la cultura tributaria, también conocida como cultura fiscal, es un concepto que vincula conceptos tributarios fundamentales como la justicia, la equidad y la solidaridad con el comportamiento y la transparencia del Estado como administrador y recaudador de impuestos. (p. 97)

Montiel et al. (2020) La cultura tributaria en palabras de (Benavides, 2001) es aquel estado interior del ciudadano que reconocía el derecho legal a la utilidad privada y, al mismo tiempo, valoraba el respeto, la devoción y la solidaridad, principio en el que se basa la fiscalidad.

La cultura tributaria se refiere a la actitud, percepciones, valores y comportamientos de la sociedad respecto al pago de impuestos y al

cumplimiento de las obligaciones tributarias. A continuación, se presentan algunas de las bases teóricas de la cultura tributaria:

Según Paredes y Narváez (2019), La cultura tributaria no es solo tener en cuenta cuáles son las obligaciones del fisco. Sino que se debe aplicar dichos entendimientos al realizar los deberes tributarios como buenos contribuyentes. En ese sentido la educación tributaria está dada por dos aspectos esenciales:

- **Aspecto legal**

se refiere al riesgo real de ser dirigido, obligado y castigado por desobedecer sus exigencias.

- **Aspecto ideológico**

Se refiere al nivel de satisfacción de la población respecto a lo que aporta en el sentido del uso correcto y que por lo menos una parte retorne a través de los servicios públicos.

2.2.3 DIMENSIONES

Según la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala (2014) la cultura tributaria consta de tres elementos; conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta, en consideración al hecho de tributar.

2.2.3.1 CONOCIMIENTOS

Conocer y entender los principales aspectos de la tributación forman parte de la cultura tributaria, pero solo son un componente de ella y no son suficientes para explicarla. El hecho de saber sobre tributación no significa que cultura tributaria. Si el saber no está acompañado del compromiso ético de cumplir y de la práctica habitual de hacerlo. (SAT, 2014 pag 21).

INDICADORES

- **TRIBUTACIÓN**, Según el SAT (2014), define la tributación como el acto de tributar o de pagar impuestos en un Estado o País, de conformidad con las leyes y normas que la rigen.
- **TRIBUTO.** - Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), el tributo es el pago obligatorio de una suma de dinero, establecido por ley, que se entrega al Estado para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines
- **TIPOS DE TRIBUTO.** - Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), de acuerdo a la clasificación del hace el Código Tributario, el tributo comprende el impuesto, la contribución y la tasa.
- **IMPUESTOS RECAUDADOS POR SUNAT.** – Según SUNAT. Los principales impuestos que recauda y administra la Sunat son: Impuesto a la renta (IR), impuesto general a las ventas (IGV), impuesto selectivo al consumidor, impuesto a las transacciones financieras, impuesto temporal a los activos netos, impuesto especial a la minería y los derechos arancelarios o *ad valorem*.
- **EVASIÓN TRIBUTARIA.** - Según la SUNAT, se refiere a la conducta del contribuyente (personas o empresas) por la cual evita el pago de impuestos por medios fraudulentos.

2.2.3.2 PERCEPCIONES

Se refiere a las sensaciones, ideas u opiniones en materia fiscal, y están relacionadas con la recaudación de los tributos, así como su utilización, es decir los fines a los que se destinan los recursos obtenidos por el Estado como producto de la tributación. El mejor promotor de la cultura tributaria es el buen gasto público, el mismo que debe ser ejecutado con eficiencia, racionalidad y transparencia. (SAT, 2014 pag 21)

INDICADORES

- **TIPOS DE BIENES Y SERVICIOS PÚBLICOS QUE SE FINANCIAN CON LOS IMPUESTOS.** – Según la SUNAT, la recaudación tributaria sustenta más de las dos terceras partes del presupuesto nacional. Estos sirven para financiar las diferentes obras y servicios públicos a nivel nacional, regional y local.
- **PRESUPUESTO GENERAL DE LA REPUBLICA.** – Según la SUNAT, se elabora anualmente el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y que debe ser aprobado por el Congreso de la Republica.

2.2.3.3 ACTITUDES Y PRÁCTICAS DE CONDUCTA

La cultura se manifiesta en formas concretas en relación al pensar y al sentir de sus miembros, y cuya reiteración la convierte en hábitos, costumbres o tradiciones. Para la cultura tributaria es similar, se expresa en la práctica y puede medirse por el grado de cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. No está limitado al saber, sino al hacer. En tal sentido las prácticas y actitudes proclives al incumplimiento, el fraude o la evasión son las que denotan una cultura adversa a tributar, mientras que las conductas orientadas al cumplimiento racional de las responsabilidades contributivas son las que conforman una cultura favorable de tributación. (SAT, 2014 pag 21)

INDICADORES

- **OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.** – Según la SUNAT, la obligación tributaria es una relación jurídica que tienen su inicio en la ley, por la cual el contribuyente (deudor tributario) está obligado con el Estado (acreedor tributario) al pago de una suma de dinero a partir de la verificación del hecho determinado por la ley.

- **CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO.** – Según SUNAT, es el acto de respetar y acatar las obligaciones tributarias del contribuyente, en otras palabras, es cumplir con presentar la declaración jurada de impuestos en los plazos previstos, consignando información completa y exacta, con el fin de determinar correctamente la obligación tributaria (obligación formal), así como pagar los tributos que le corresponden (obligación material).

2.2.4 FACTORES QUE AFECTAN LA CULTURA TRIBUTARIA

2.2.4.1 CONFIANZA EN LOS PODERES DEL ESTADO PERUANO

La confianza en las instituciones del Estado peruano está determinada por su desempeño en la provisión de servicios públicos y por la actuación de sus autoridades.

2.2.4.2 LA CORRUPCIÓN,

En muchas naciones, especialmente en las que están en vías de desarrollo, la corrupción es un mal social que hace que la gente dude de su gobierno y de cómo gasta el dinero que recibe en impuestos, lo que da a los individuos una excusa para no pagar sus impuestos. (Romero et al. 2022, p. 3283)

Para (Isaza, 2011) La corrupción se define como un acto que va en contra de las normas sociales, pone en peligro los recursos públicos y el bienestar general, y da lugar a un beneficio privado. Este beneficio puede ser monetario, posicional, político o implicar el acceso a información confidencial, entre otras cosas.; como lo menciona Montiel et al. (2020)

2.2.4.3 EL MAL GOBIERNO DE LA CLASE DIRIGENTE

Que lleva al mal uso de los recursos públicos se ve con frecuencia en la forma en que los funcionarios malgastan los fondos

obtenidos mediante la recaudación de impuestos, realizan proyectos que tardan más de lo debido, lo que resulta en un aumento de los costes, dejan proyectos sin terminar que perjudican la salud de la población o crean proyectos que se denominan "elefantes blancos" porque no benefician a la población. Estas son algunas de las situaciones que la población imagina y, como resultado, no cree que pagar sus impuestos sea suficiente. (Romero et al. 2022, p. 3283)

2.2.4.4 ESCASA FORMACIÓN EN DEBERES Y DERECHOS TRIBUTARIOS

Es evidente que el sistema educativo no ha hecho suficiente hincapié en los valores morales y la ética, además del aprendizaje cognitivo. En consecuencia, es necesario reforzar la educación integral para crear profesionales cualificados y ciudadanos aptos que conozcan sus derechos y deberes, incluidos los relacionados con los impuestos. (Romero et al. 2022, p. 3284)

2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

- 1. CIUDADANÍA:** Se refiere a la condición que otorga a una persona como miembro perteneciente a una comunidad política organizada. Por ende, conlleva una serie de obligaciones que cumplir y derechos que debe hacer respetar. SUNAT (2020).
- 2. CONCIENCIA TRIBUTARIA:** La actitud de las personas frente a las obligaciones tributarias está determinada por la ley, su comportamiento es voluntario, saben que su comportamiento beneficiará a toda la sociedad. SUNAT (2020)
- 3. CÓDIGO TRIBUTARIO:** Son las normas y reglamentos formales y estructurados que rigen la tributación en general. SUNAT (2020)
- 4. CONTRIBUCIÓN:** es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades

estatales. Norma II del Título Preliminar del Código Tributario. SUNAT (2020)

5. **CONTRIBUYENTE:** Es la ejecución o según el hecho que se produzca lo que da origen a la obligación tributaria. (SUNAT, 2020)
6. **EVASIÓN DE IMPUESTOS:** acto ilícito que radica en esconder, ocultar bienes o dinero con la finalidad de pagar menos impuestos. (Onofre, Aguirre y Murillo, 2017)
7. **IMPUESTO:** es un impuesto cuyo pago no se produce porque el Estado beneficie directamente al contribuyente. Un buen ejemplo es el impuesto sobre la renta. (SUNAT, s.f.)
8. **RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS:** Dado que la mayor parte de los ingresos públicos proceden del pago de impuestos, este procedimiento es esencial para la economía de prácticamente todas las naciones. La capacidad de un Estado para recaudar dinero mediante el cobro de impuestos le permite financiar diversos proyectos, mejorar el clima empresarial y fomentar el espíritu emprendedor y el crecimiento del empleo. (Calendario Tributario, s.f.)
9. **TASA:** impuesto pagado al Estado como compensación por la prestación efectiva de un servicio público exclusivo del contribuyente. (SUNAT, s.f.)
10. **TRIBUTO:** Beneficio monetario que el Estado busca para ejercer su derecho a gobernar basándose en la capacidad de pago de una persona según los términos de una ley y para pagar los costes asociados a la consecución de sus objetivos. (SUNAT, s.f.)

2.4 HIPÓTESIS

Según Hernández et al. (2014), las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son las que serán de alcance correlacional o explicativo, también las de alcance descriptivo, pero siempre en cuando intentan pronosticar una cifra o un hecho.

La investigación tiene como propósito describir propiedades, características sobre la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles por lo tanto no se planteó hipótesis.

2.5 VARIABLES

2.5.1 VARIABLE ÚNICA

Cultura tributaria

DIMENSIONES

- Conocimientos
- Percepciones
- Actitudes y prácticas de conducta

2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
Cultura tributaria	- Conocimientos	- Tributación	3
		- Tributo	4
		- Tipos de tributo	5
		- Impuestos recaudados por SUNAT	6
		- Evasión tributaria	7
	- Percepciones	- Tipos de bienes y servicios que se financian con los impuestos	8
		- Presupuesto general de la republica	9
		- Gasto publico	10
	- Actitudes y prácticas de conducta	- Obligación tributaria	11 y 12
		- Cumplimiento tributario	13

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de tipo aplicada o también llamada práctica, ya que busca la aplicación o utilización de los saberes que se adquieren. Estas investigaciones buscan verificar la teoría con la realidad. Quezada, (2019).

3.1.1 ENFOQUE

Cuantitativo, de acuerdo con esta estrategia de investigación, la ciencia debe unificarse, lo que incluiría utilizar una sola técnica que sea la misma tanto para las ciencias exactas como para las ciencias naturales (Hernández et al. 2014).

Debido a la naturaleza de este estudio, sus métodos principales son la medición y el cálculo.

3.1.2 ALCANCE O NIVEL

La investigación es de nivel descriptivo, según Quezada (2019) este nivel de investigación utiliza el análisis para caracterizar un objeto de de investigación o situación concreta, destacando sus rasgos y atributos. Combina criterios de clasificación y organiza, agrupa o sistematiza los objetos del proyecto de estudio.

La investigación analizó el comportamiento de la variable en estudio.

3.1.3 DISEÑO

La investigación es de diseño no experimental, estos estudios se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para ser analizados. (Hernández et al. 2014 p. 152)

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 POBLACIÓN

Está entendida como el total de los individuos que aportan información sobre el fenómeno que se estudia. Quezada, (2019). La población en estudio estuvo conformada por los comerciantes socios del Mercado Mayorista de Puelles.

Asociados de Mercado Mayorista de Puelles	
Item	Cantidad
Asociados	200

Nota: Padrón de asociados

3.2.2 MUESTRA

La muestra, es la selección al azar de una parte de la población, en otras palabras, es un subconjunto de la población, al cual se le evalúan características particulares, con el propósito de inferir dichas características en toda la población de estudio. (Quezada, 2019 pag 95).

El tipo de muestreo que se usó para la presente investigación es no probabilística o dirigida, que según Hernández y Mendoza (2018) está constituida por un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos de estudio depende de las características del investigador. Se encuestará solo a los asociados que laboran de forma permanente, que son 80. Estos asociados atienden en sus puestos todos los días y más de 8 horas.

Muestra: 80 asociados

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1 TÉCNICA

Para esta investigación se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos. Según Quezada (2019) se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas

acerca del problema en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, emitir conclusiones sobre los datos.

3.3.2 INSTRUMENTOS

Según Quezada (2109) el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Además, menciona que el contenido de las preguntas de un cuestionario puede ser tan variado como los aspectos que mida.

3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para facilitar la tarea de procesamiento y presentación de los datos, la investigación empleó el programa Word y Power Point. Para la tabulación de datos se empleará el Excel, y para el análisis se utilizó el software estadístico SPSS versión 26 para elaborar y presentar las tablas y figuras del informe final de la tesis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 PROCESAMIENTO DE DATOS

➤ DATOS GENERALES

Tabla 1

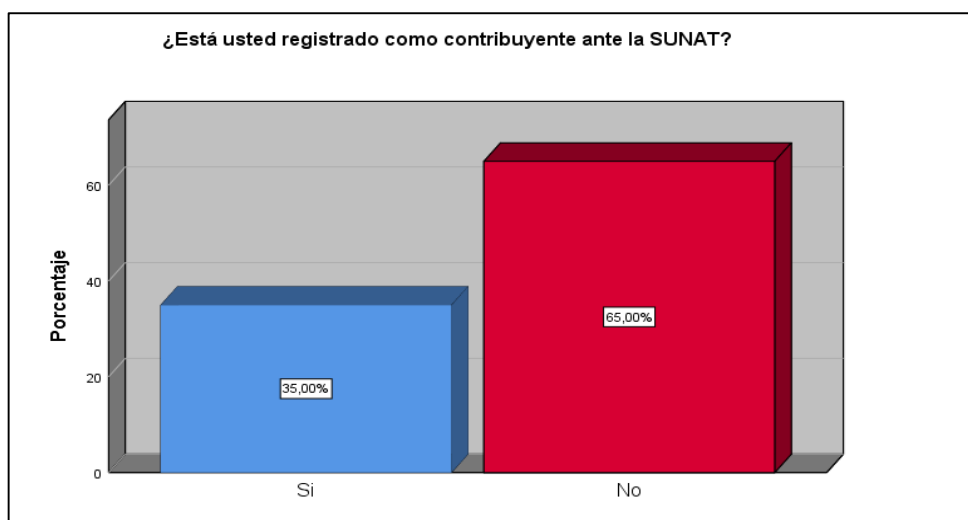
¿Está usted registrado como contribuyente ante la SUNAT?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	28	35,0
	No	52	65,0
Total		80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 1

¿Está usted registrado como contribuyente ante la SUNAT?



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se observa que el 65% de los comerciantes no se encuentra registrado en la SUNAT como contribuyente, y solo el 35% se encuentra registrado.

Existe una mayor proporción de comerciantes del mercado mayorista de Puelles trabajan de forma informal, los comerciantes por lo general solo se limitan a realizar sus transacciones comerciales y no emitir ningún comprobante de pago, evadiendo su responsabilidad como contribuyentes.

Tabla 2

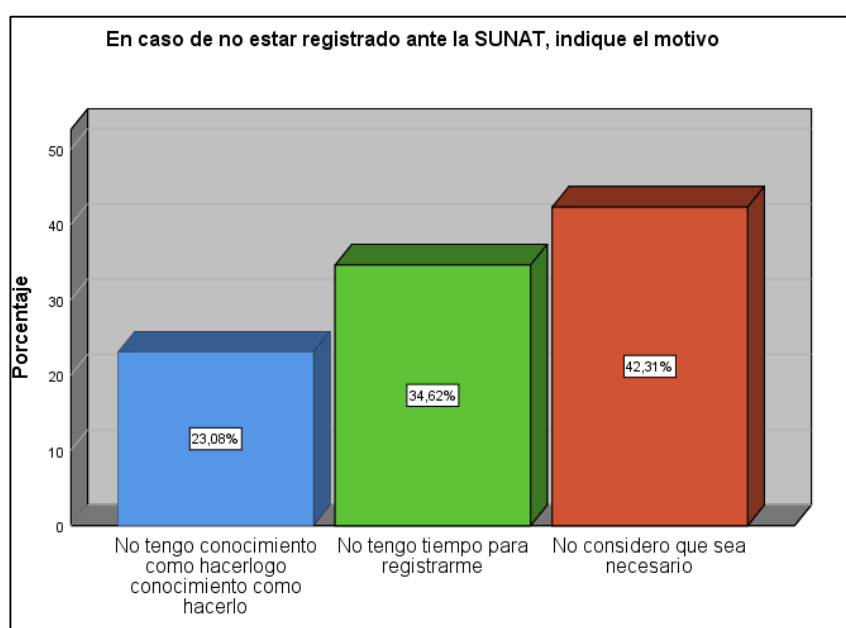
En caso de no estar registrado ante la SUNAT, indique el motivo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	No tengo conocimiento como hacerlo	12	23,1
	No tengo tiempo para registrarme	18	34,6
	No considero que sea necesario	22	42,3
	Total	52	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 2

En caso de no estar registrado ante la SUNAT, indique el motivo



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los comerciantes que no se encuentran registrados en SUNAT, el 42.3% indica que no se registró por qué no lo considera necesario, el 34.6% no se registra por que aduce no tener tiempo para hacerlo, el 23.1% no se registra debido a que no tiene conocimiento y no sabe cómo registrarse. De igual manera se puede apreciar que los comerciantes prefieren trabajar informalmente, saben que tienen la obligación de registrarse en la SUNAT, sin embargo, no lo hacen para evitar pagar impuestos. Es importante también destacar que un importante grupo desconoce que tiene que registrarse.

➤ CONOCIMIENTOS

Aspectos de tributación

Tabla 3

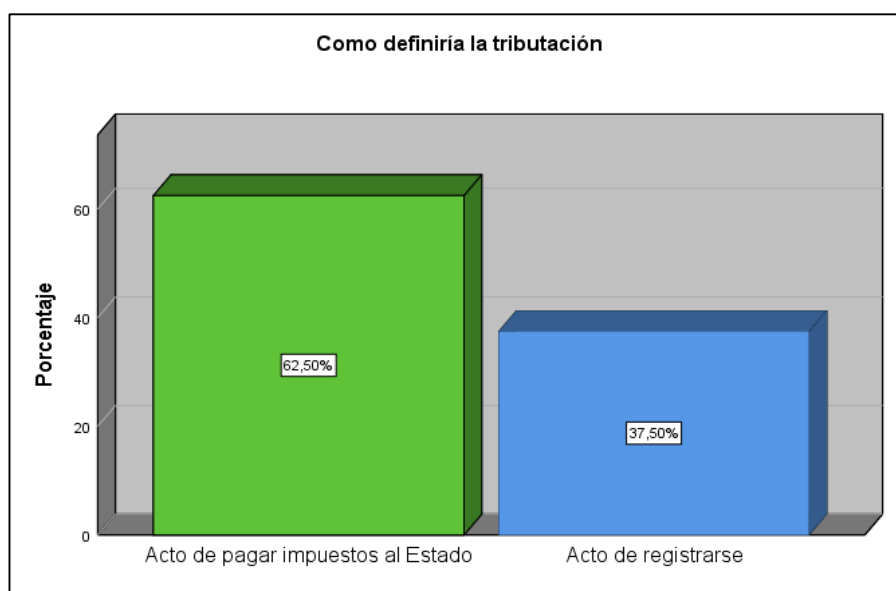
¿Cómo definiría la tributación?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Acto de pagar impuestos al Estado	50	62,5
	Acto de registrarse	30	37,5
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 3

¿Cómo definiría la tributación?



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A la pregunta si conoce como definir la tributación, el 62.50 de los comerciantes indica que es un acto de pagar impuesto al Estado, en tanto que el 37.50% entiende por tributación como el acto solo de registrarse. Los comerciantes saben que la tributación es el proceso que realiza el Estado para recaudar ingresos a través del pago de impuestos de acuerdo al régimen en el que se encuentran inscritos.

Tabla 4

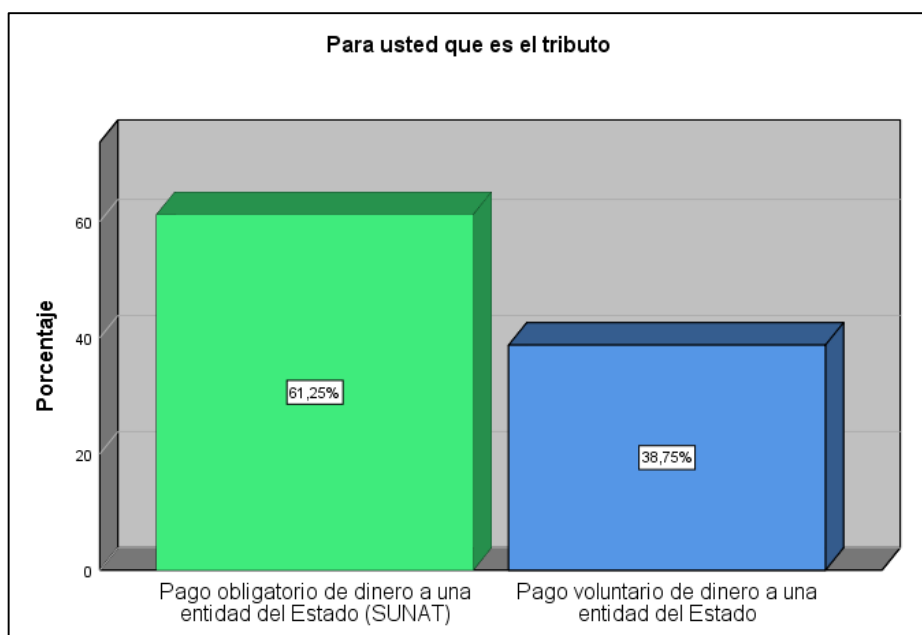
Para usted que es el tributo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pago obligatorio de dinero a una entidad del Estado (SUNAT)	49	61,3
	Pago voluntario de dinero a una entidad del Estado	31	38,8
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 4

Para usted que es el tributo



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado se puede observar que el 61.25% de los comerciantes considera que el tributo es el pago obligatorio de dinero a una entidad del Estado, en este caso la SUNAT, y el 38.75% considera que es el pago voluntario de dinero a una entidad del Estado. Como se puede apreciar los comerciantes tienen conocimiento que el tributo es el pago en dinero, que ha sido establecido mediante ley, la cual es entregada al Estado, con la finalidad de cumplir los fastos que demanda el cumplimiento de sus fines. Consideran es un pago obligatorio.

Tabla 5

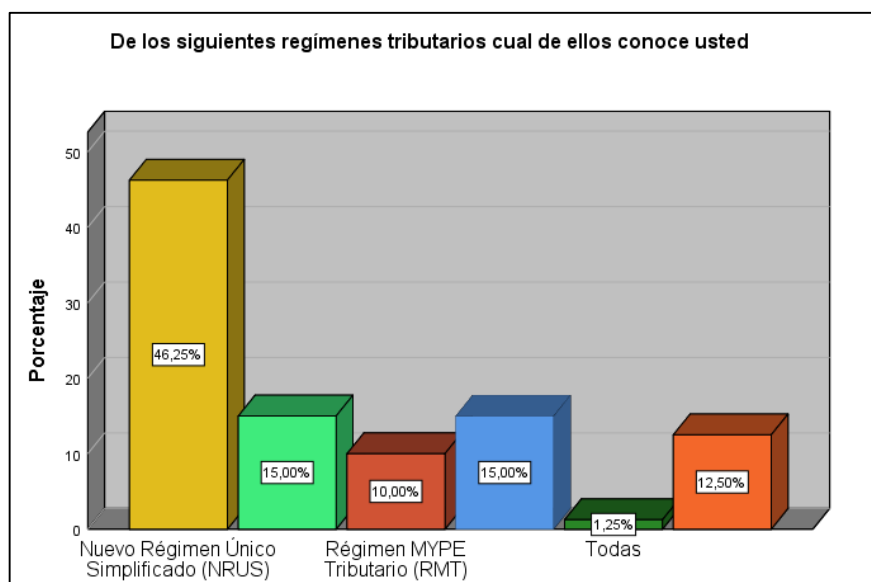
De los siguientes regímenes tributarios cuál de ellos conoce usted

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	37	46,3
	Régimen Especial de Renta (RER)	12	15,0
	Régimen MYPE Tributario (RMT)	8	10,0
	Régimen General (RG)	12	15,0
	Todas	1	1,3
	Ninguno	10	12,5
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 5

De los siguientes regímenes tributarios cuál de ellos conoce usted



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido se puede observar que los comerciantes conocen el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) con un 42.3%, el 15% conoce el Régimen Especial de la Renta (RER), así como otro 15% conoce el Régimen General y el 10% conoce el Régimen MYPE Tributario, el 12% de los comerciantes no conoce ningún régimen, y solo el 1.25% señala conocer todos los regímenes. El 42.3 %, conoce el régimen del Nuevo RUS, debido a que en este régimen se encuentran los pequeños comerciantes quienes pagan una cuota mensual fina de 20 soles si sus ventas no exceden de 5 000 soles y de 50 si sus ventas están entre más de 5 000 y

menos de 8 000 soles. A pesar de que el régimen Mype tributario ofrece muchos beneficios a los pequeños empresarios, estos no lo toman en cuenta cómo se puede visualizar en la figura 5.

Tabla 6

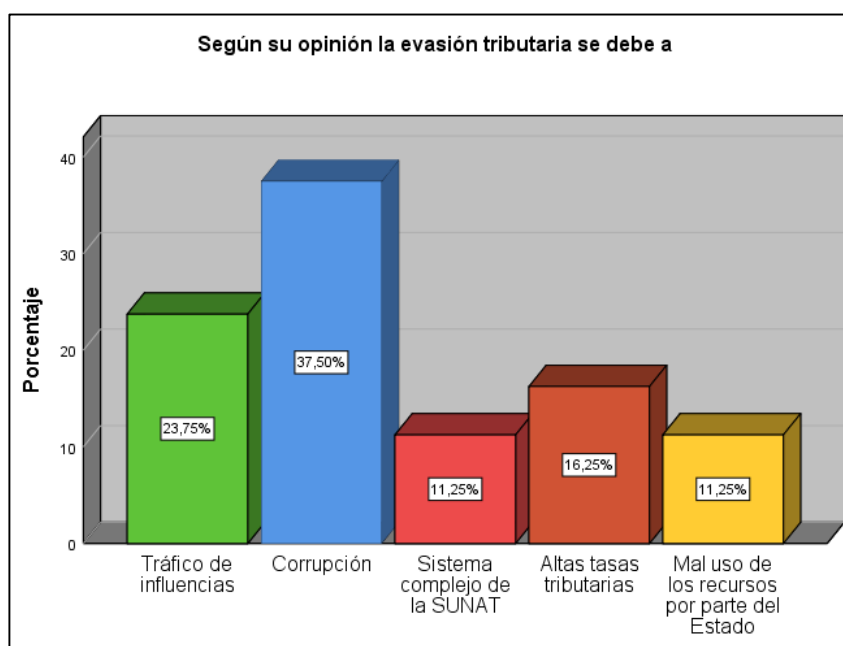
Según su opinión la evasión tributaria se debe a:

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Tráfico de influencias	19	23,8
	Corrupción	30	37,5
	Sistema complejo de la SUNAT	9	11,3
	Altas tasas tributarias	13	16,3
	Mal uso de los recursos por parte del Estado	9	11,3
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 6

Según su opinión la evasión tributaria se debe a:



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con respecto a la evasión de impuestos, un importante 37.50% de los comerciantes manifiesta que la evasión de impuestos es consecuencia de la corrupción, los comerciantes perciben que el gobierno está involucrado en muchos actos de corrupción, situación que se agravado en los últimos años. Un significativo 23.8% indica que la evasión de impuestos se debe al tráfico de influencias, que asociado a la corrupción el 16.3% considera que se debe

a las altas tasas tributarias, el 11.3% al mal uso de los recursos por parte del Estado, así como otro 11.25% al sistema complejo que tiene la SUNAT para el pago de los impuestos.

Tabla 7

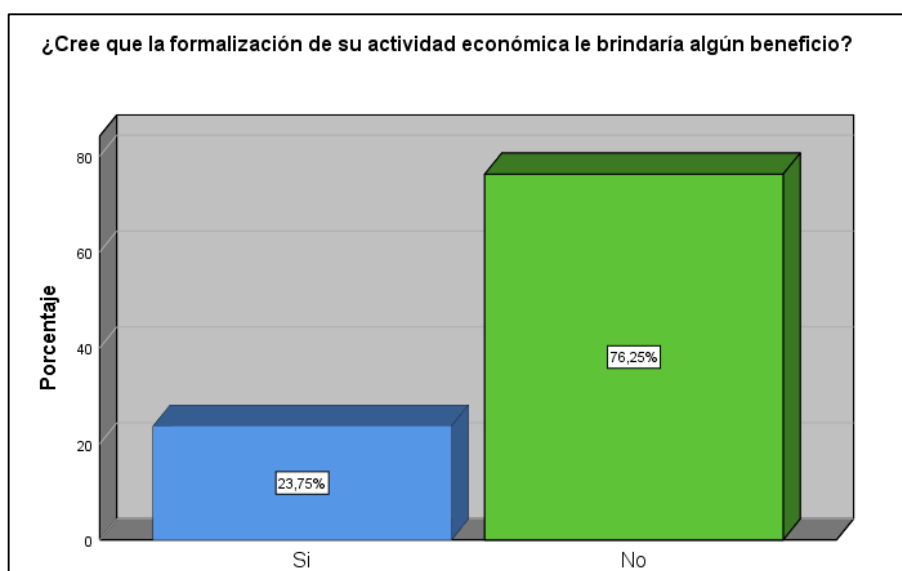
¿Cree que la formalización de su actividad económica le brindaría algún beneficio?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	19	23,8
	No	61	76,3
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 7

¿Cree que la formalización de su actividad económica le brindaría algún beneficio?



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 76.3 % de los comerciantes cree que la formalización no le brindará algún beneficio y el 23.8% cree que si le brindara beneficio formalizarse. Los comerciantes a pesar que conocen sobre la tributación consideran que estar formalizados no le va a generar ningún beneficio, por el contrario, consideran que están perdiendo al pagar impuestos. Solo un porcentaje pequeño sabe que al ser formal podría conseguir contratar con otras empresas, vender al Estado, acceder a créditos, mejores mecanismos de protección legal en caso de algún inconveniente, entre otros.

➤ PERCEPCIONES

Opiniones sobre materia fiscal

Tabla 8

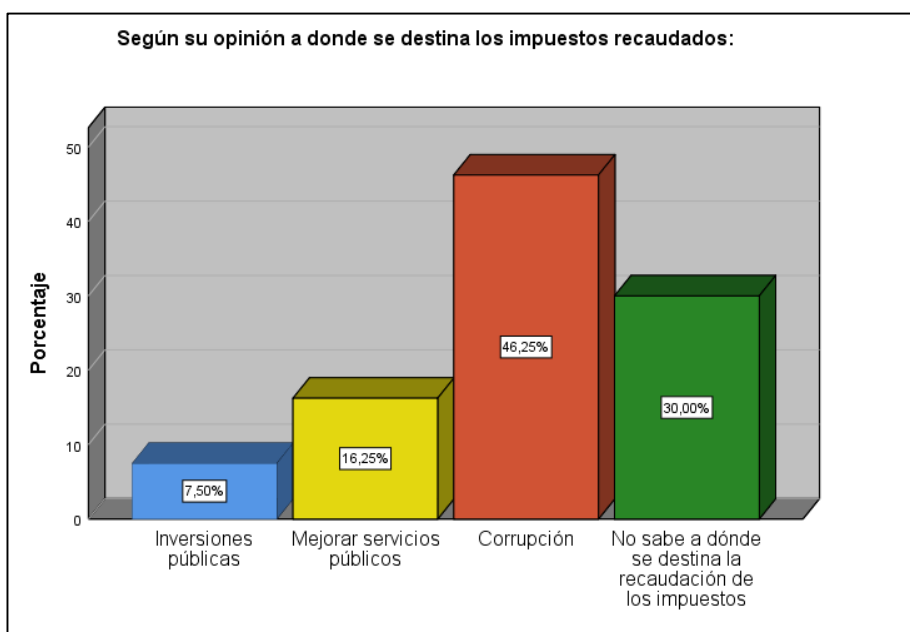
Según su opinión a donde se destina los impuestos recaudados:

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Inversiones públicas	6	7,5
	Mejorar servicios públicos	13	16,3
	Corrupción	37	46,3
	No sabe a dónde se destina la recaudación de los impuestos	24	30,0
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT

Figura 8

Según su opinión a donde se destina los impuestos recaudados:



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 46.3% de los comerciantes considera que los impuestos recaudados se pierden en la corrupción, esta situación es preocupante ya que esta práctica de inconducta funcional ha generado pérdidas por más S/ 24 268 millones en el año 2023, de acuerdo con la Contraloría General de la Republica. El 16.3% de los comerciantes considera que los impuestos se destinan a mejorar los servicios públicos como

son el mantenimiento del Estado: pensiones, educación, seguridad, etc. el 7.5% en inversiones públicas, un importante 30% no sabe a dónde se destina los impuestos.

Tabla 9

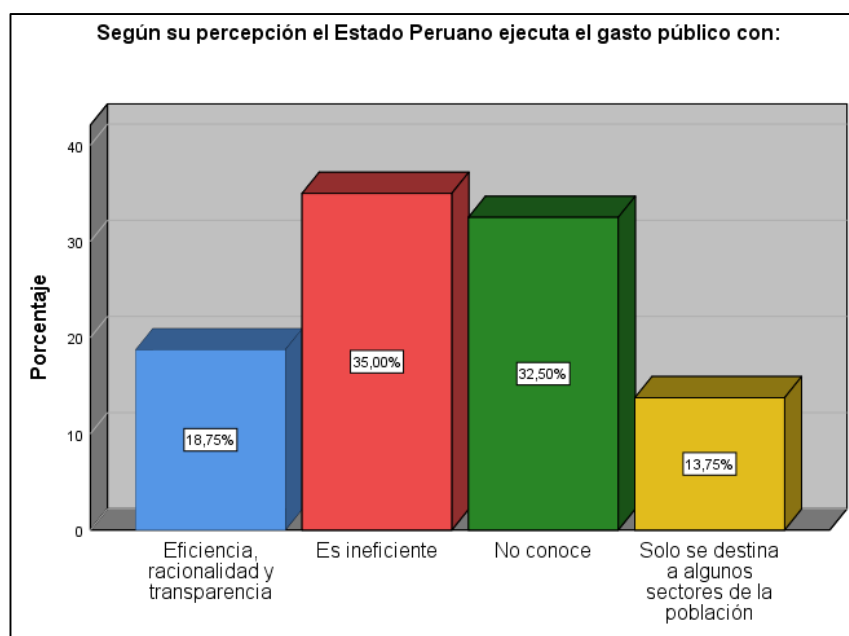
Según su percepción el Estado Peruano ejecuta el gasto público con:

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Eficiencia, racionalidad y transparencia	15	18,8
	Es ineficiente	28	35,0
	No conoce	26	32,5
	Solo se destina a algunos sectores de la población	11	13,8
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 9

Según su percepción el Estado Peruano ejecuta el gasto público con:



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 35% de los comerciantes considera que el Estado peruano ejecuta el gasto público de forma ineficiente, por considerarlo un mal administrador de los impuestos, la tercera parte de los encuestados (32.50%) manifiesta no conocer sobre como el Estado efectúa el gasto público, el 18.8% considera que, si efectivamente el Estado realiza un gasto eficiente, racional y transparente, pero un 13.8% indica que

el gasto solo se destina a algunos sectores de la población, dejando de lado a la población mas vulnerable que necesita de mas apoyo del Estado.

Tabla 10

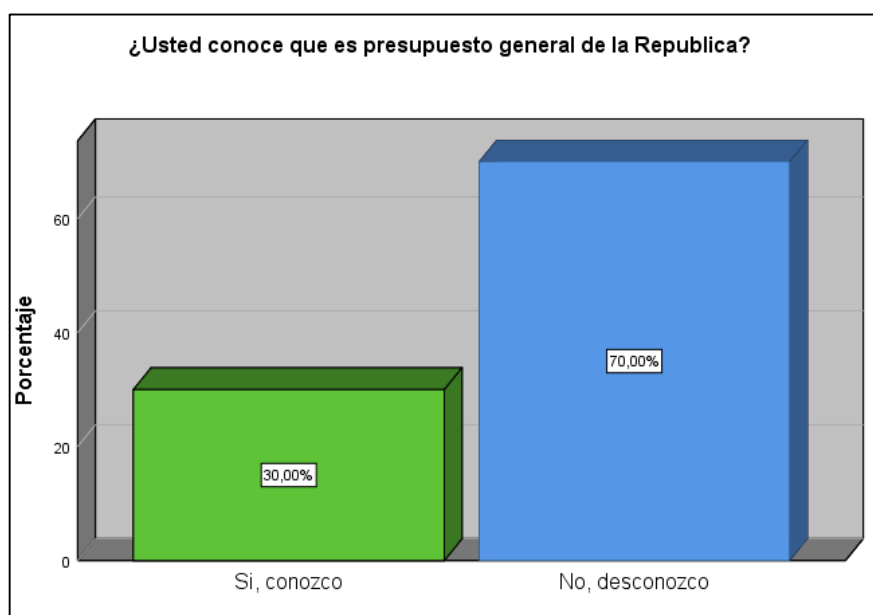
¿Usted conoce que es presupuesto general de la Republica?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si, conozco	24	30,0
	No, desconozco	56	70,0
Total		80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 10

¿Usted conoce que es presupuesto general de la Republica?



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 70% de los comerciantes no conoce en que consiste el presupuesto general de la república, existe muy poca difusión sobre la inversión que realizar el Estado en los diferentes sectores, los gobernantes de turno solo lo indican cada 28 de julio en su discurso por fiestas patrias, y esto hace que tanto la población como los comerciantes sean indiferentes de cómo se ejecuta el presupuesto; en tanto que un 30% manifiesta si conocer.

➤ ACTITUDES Y PRACTICAS DE CONDUCTA

Obligación tributaria (grado de cumplimiento voluntario)

Tabla 11

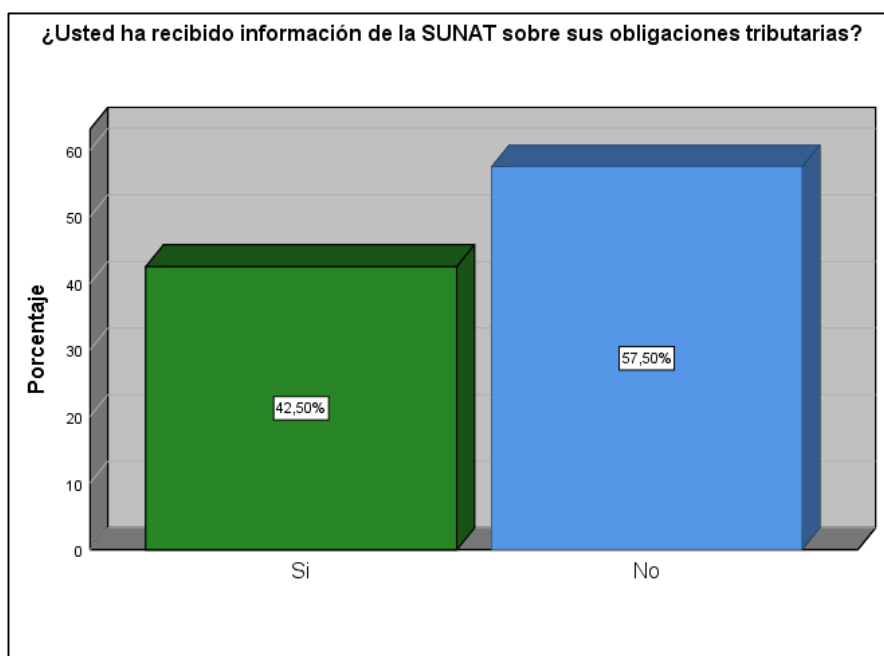
¿Usted ha recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	34	42,5
	No	46	57,5
Total		80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 11

¿Usted ha recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones tributarias?



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 57.50 % de los comerciantes indica no haber recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones tributarias, no sabe que beneficios u obligaciones tienen como pequeños empresarios y trabajan de forma informal, pero un importante 42.50% indica que, si recibió información sobre el pago de impuestos, pero sin embargo muchos de ellos no cumplen con sus obligaciones.

Tabla 12

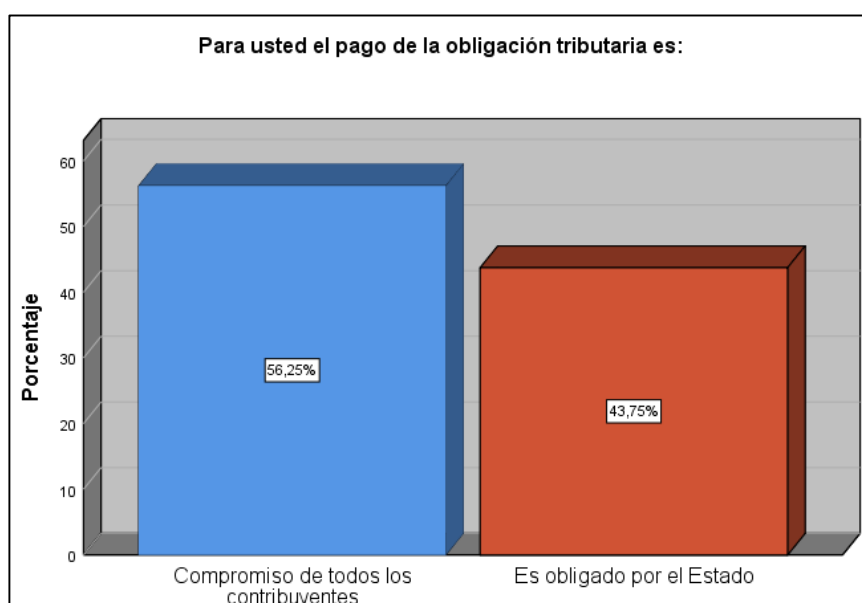
Para usted el pago de la obligación tributaria es:

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Compromiso de todos los contribuyentes	45	56,3
	Es obligado por el Estado	35	43,8
Total		80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 12

Para usted el pago de la obligación tributaria es:



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 56.25 % de los comerciantes indica que el pago de una obligación tributaria es compromiso de todos los contribuyentes, este resultado es importante ya que muestra el interés y preocupación por parte de los comerciantes sobre el pago de impuestos; y el 43.75% tiene la certeza que es un pago obligatorio que el contribuyente tiene que hacer cuando realiza una actividad económica.

Tabla 13

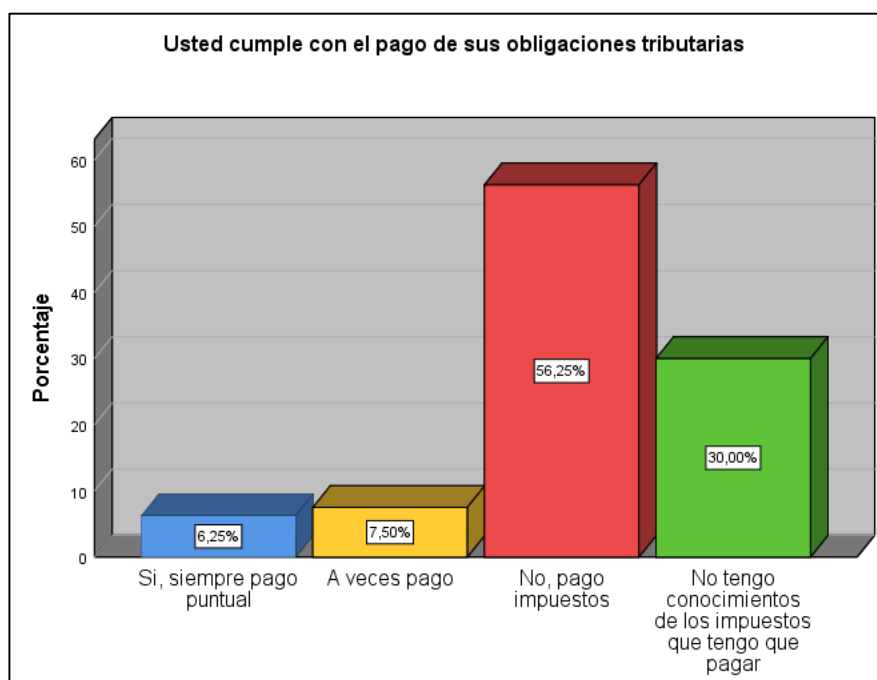
Usted cumple con el pago de sus obligaciones tributarias

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si, siempre pago puntual	5	6,3
	A veces pago	6	7,5
	No, pago impuestos	45	56,3
	No tengo conocimientos de los impuestos que tengo que pagar	24	30,0
	Total	80	100,0

Nota. La Tabla muestra información recolectada de la ENCT.

Figura 13

Usted cumple con el pago de sus obligaciones tributarias



Nota. La figura muestra información recolectada de la ENCT

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el resultado obtenido el 56.3% dice que no paga sus impuestos, porque lo considera innecesario y que lo que paga no se distribuye adecuadamente en beneficio de la población; 30% de los comerciantes manifiestan que no tiene conocimientos sobre los impuestos que tiene que pagar y que por lo tanto no lo hace, un porcentaje muy pequeño que corresponde al 6.3% dice que, si paga y que lo hace forma puntual, como es puede apreciar esto es bastante bajo; el 7.50% indica que solo a veces paga sus impuestos.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con el objetivo general analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles, se obtuvo los siguientes resultados los encuestados tienen, existe una marcada debilidad en su internalización práctica y en la confianza hacia el sistema. Predomina una percepción negativa respecto al destino de los impuestos y a la eficiencia del gasto público un conocimiento básico sobre conceptos tributarios y cierto reconocimiento de la obligación fiscal. Este resultado se asemeja a lo señalado por Ortiz (2020) en su trabajo: “Cultura tributaria de los comerciantes del Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas, que señala que los contribuyentes incluyendo lo que tienen formación académica intermedia, carecen de cultura fiscal por diversas razones, entre las que más destaca la falta de tiempo y dinero. La coincidencia entre ambos estudios radica en que el déficit no se limita únicamente al desconocimiento, sino que responde a una combinación de factores estructurales, percepciones negativas y barreras prácticas que dificultan el cumplimiento tributario. En ese sentido, los resultados del presente estudio refuerzan la idea de que la cultura tributaria no se construye exclusivamente a partir de la información, sino que requiere fortalecer la confianza en la administración pública, transparentar el uso de los recursos y generar incentivos reales para la formalización.

De acuerdo al objetivo específico analizar el conocimiento sobre tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco, los comerciantes conocen que la tributación es el acto de pagar impuestos al Estado 62.5% ,del mismo modo conocen que el tributo es el pago obligatorio de dinero a una entidad del Estado (SUNAT) 61.3%, la mayoría conoce el Nuevo Régimen Único Simplificado 46.3%, consideran que la evasión tributaria se debe a la corrupción 37.5%, por lo tanto consideran que si se formalizan no obtendrán ningún beneficio 76.25%. Según estos resultados se observa un nivel inicial de comprensión sobre las obligaciones fiscales del sector comercial, sin embargo, cuando se hace un análisis más detallado el porcentaje disminuye, lo que evidencia limitaciones en la comprensión de los

mecanismos de formalización dirigidos a los pequeños contribuyentes. Este resultado guarda relación con lo indicado por Quispe y Silva (2021), quienes evaluaron la conciencia fiscal, los conocimientos fiscales, los valores fiscales y la educación fiscal, llegando a la conclusión que el nivel de cultura tributaria de los fabricantes del sector muebles de madera de la ciudad de Cajamarca es alto. Ambos estudios coinciden en la presencia de un nivel de conocimientos sobre aspectos tributarios. Se puede inferir que la cultura tributaria no solo depende del conocimiento técnico del sistema fiscal, sino también de factores como la confianza en las instituciones y la percepción de equidad y transparencia en la gestión de los tributos.

De acuerdo al objetivo específico analizar la percepción de tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco, los resultados indican que los comerciantes consideran que los impuestos recaudados se pierden la corrupción 46.3%, el 30% no sabe a dónde se destina lo recaudado, solo el 16.3% considera que ayuda a mejorar los servicios públicos y un pequeño grupo de 7.5% considera que se destina a inversiones públicas (Tabla 8). Con respecto al gasto público el 35% considera que es ineficiente, el 32.5% no conoce, el 13.8% indica se el gasto solo se destina a algunos sectores, y el 18.8% considera que si hay una manejo eficiente, racional y transparente (Tabla 9). Los comerciantes no conocen que es el presupuesto general de la Republica 70% (Tabla 10). Este resultado guarda semejanza a lo manifestado por Osores (2019) en su investigación “Nivel de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado de Pio Pata del Distrito de el Tambo”, donde el 63.8% no tiene conocimiento sobre cultura tributaria, el 55.2% no sabe que es un tributo, el 53.4% manifiesta que no es importante pagar los impuestos, el 62.1% desconoce el destino y uso de los impuestos. Así mismo indica el bajo nivel de valores personales, ya que el 56.9% no efectuaría sus declaraciones y pagos son control del Estado, este resultado indica que lo comerciantes no tienen conciencia tributaria.

De acuerdo al objetivo específico analizar las actitudes y prácticas de conducta de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco,

los resultados indican que el 57,5% de los comerciantes recibió información de la SUNAT sobre obligaciones tributarias, el 56,3% percibe que el pago de la obligación tributaria es compromiso de todos los contribuyentes, sin embargo, el 56,3 no paga impuestos, este resultado guarda relación con lo indicado por Arias (2021) quien indica que los factores determinantes que afectan la cultura tributaria son la deficiente educación en valores éticos y la corrupción del rol del Estado. La investigación concluye que los factores explican el 81.4% de los cambios esperados en la Cultura Tributaria, con un nivel de confianza del 95%. En ambos estudios se muestran que, aunque los comerciantes reciben información y reconocen la importancia del cumplimiento tributario, la falta de confianza en las instituciones y la débil formación de valores cívicos determina en que dicho conocimiento no se traduzca en prácticas concretas de pago. Por lo tanto, se reafirma que el fortalecimiento de la cultura tributaria requiere de estrategias informativas, así como de acciones orientadas a promover valores ciudadanos, transparencia institucionas y credibilidad en la gestión pública.

CONCLUSIONES

Se concluye que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles esta se caracteriza por presentar un conocimiento básico sobre conceptos tributarios y cierto reconocimiento de la obligación fiscal; sin embargo, existe una marcada debilidad en su internalización práctica y en la confianza hacia el sistema. Predomina una percepción negativa respecto al destino de los impuestos y a la eficiencia del gasto público, acompañada de un significativo desconocimiento del Presupuesto General de la República, lo que evidencia una limitada cultura fiscal. Además, aunque muchos comerciantes reconocen que el pago de impuestos es un deber de todos, una proporción similar no cumple con esta obligación, reflejando una brecha entre conocimiento, actitud y conducta. En conjunto, estos hallazgos demuestran que la cultura tributaria en el mercado estudiado es incipiente y requiere fortalecimiento tanto en el ámbito formativo como en el institucional para promover mayor formalización y cumplimiento tributario.

Se concluye que los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco poseen un conocimiento básico sobre la tributación y las obligaciones fiscales; sin embargo, presentan un limitado conocimiento sobre los regímenes tributarios específicos y mantienen percepciones negativas respecto al sistema, asociando la evasión con la corrupción y considerando que la formalización no les genera beneficios. Esta situación evidencia que el problema no radica únicamente en la falta de información, sino también en la escasa percepción de ventajas económicas y sociales derivadas del cumplimiento tributario, lo cual constituye un obstáculo significativo para la formalización y el fortalecimiento de la cultura tributaria en el sector.

Se concluye que la percepción tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco, es predominantemente negativa y poseen un bajo nivel de conocimiento respecto al destino y gestión de los recursos públicos. Una proporción significativa del 46.3% considera que los impuestos recaudados se pierden debido a la corrupción y el 30% manifiesta no saber a dónde se destinan dichos recursos, lo que revela un marcado nivel de desconfianza e incertidumbre frente a la administración pública. Solo el

16.3% asocia la recaudación tributaria con la mejora de los servicios públicos y un reducido 7.5% la vincula con inversiones públicas, lo que demuestra una limitada comprensión del rol redistributivo y social del sistema tributario. Perciben el gasto público como ineficiente 35% y el 32.5% desconoce su funcionamiento, mientras que únicamente el 18.8% considera que existe un manejo eficiente, racional y transparente. La mayoría desconoce el Presupuesto General de la República (70%). En conjunto, estos hallazgos permiten concluir que la percepción tributaria de los comerciantes está fuertemente influenciada por la desconfianza institucional y el desconocimiento sobre el funcionamiento del sistema presupuestario y del gasto público, factores que pueden incidir negativamente en la disposición al cumplimiento tributario y en los procesos de formalización.

En relación con el objetivo específico de analizar las actitudes y prácticas de conducta de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco, se concluye que existe una discrepancia significativa entre el conocimiento y la práctica tributaria. Si bien más de la mitad de los comerciantes (57,5%) ha recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones y el 56,3% reconoce que el pago de impuestos es un compromiso de todos los contribuyentes, un porcentaje equivalente (56,3%) manifiesta no cumplir con el pago de sus tributos. Estos resultados evidencian que, aunque se cuenta con cierto nivel de información y conciencia sobre la responsabilidad fiscal, ello no se traduce en una conducta efectiva de cumplimiento, lo que refleja debilidades en la cultura tributaria y en la internalización del deber fiscal.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los dirigentes del Mercado Mayorista de Puelles diseñar e implementar un programa integral de fortalecimiento de la cultura tributaria dirigido a los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco, que articule capacitación continua, orientación personalizada y acciones de sensibilización sobre los beneficios de la formalización y el destino de los recursos públicos. Asimismo, es fundamental que estas estrategias se complementen con mecanismos de transparencia institucional y acompañamiento permanente, a fin de reducir la desconfianza, mejorar la percepción sobre el gasto público y promover la coherencia entre el conocimiento, la actitud y el cumplimiento efectivo de las obligaciones tributarias.

Se recomienda a los dirigentes del Mercado Mayorista de Puelles coordinar con la SUNAT y la municipalidad provincial la implementación de programas permanentes de capacitación y orientación tributaria enfocados en los pequeños comerciantes, dando prioridad a la difusión clara y práctica del Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), sus beneficios, obligaciones y facilidad administrativas. También gestionar capacitaciones que destaquen los beneficios concretos de la formalización, tales como el acceso a créditos financieros, participación en programas estatales, posibilidad de emitir comprobantes de pago y mayor seguridad jurídica.

Se recomienda a los dirigentes del Mercado Mayorista de Puelles coordinar la implementación de programas de educación y cultura tributaria dirigidos a los comerciantes, orientados a informar de manera clara y accesible sobre el destino de los impuestos, el funcionamiento del gasto público y el Presupuesto General de la República, a fin de fortalecer la confianza institucional y promover una percepción más favorable hacia el cumplimiento tributario.

Se recomienda a los dirigentes del Mercado Mayorista de Puelles coordinar capacitaciones para fortalecer las estrategias de acompañamiento y control tributario, combinando capacitaciones prácticas con mecanismos de

seguimiento y facilidades de pago, a fin de transformar el conocimiento y la actitud positiva hacia el cumplimiento en conductas efectivas de pago, promoviendo así una mayor coherencia entre responsabilidad tributaria y práctica real.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AHORA, D. (22 de marzo de 2022). ECONOMÍA DE HUÁNUCO AÚN 2.9% POR DEBAJO DEL NIVEL PREPANDEMIA. págs. [https://www.ipe.org.pe/portal/economia-de-huanuco-aun-2-9-por-debajo-del-nivel-prepandemia/#:~:text=En%202021%2C%20la%20econom%C3%ADa%20de,%25\)%20y%20construcci%C3%B3n%20\(9.3%25\).](https://www.ipe.org.pe/portal/economia-de-huanuco-aun-2-9-por-debajo-del-nivel-prepandemia/#:~:text=En%202021%2C%20la%20econom%C3%ADa%20de,%25)%20y%20construcci%C3%B3n%20(9.3%25).)
- Aliaga Lazo, E. & Chancasanampa Mayta, C. P. (2018). *Cultura tributaria y evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del Mercado Modelo de Chupaca*. Huancayo: https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5612/T010_43408942_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Arias Vascones, G. R. (2021). Factores que afectan la cultura tributaria. *Convergencia Empresarial*, 53 -60. Obtenido de <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/ce/article/view/647/646>
- Calendario Tributario. (s.f.). *Impuestos Nacionales*. Obtenido de Recaudación de impuestos: descubre qué es y por qué se realiza: <https://calendariotributario.org/ec/para-que-sirve-la-recaudacion-de-impuestos/>
- Estrada Farfan, S. (2014). *Superintendencia de Administración Tributaria*. Guatemala: Cultura Tributaria de la SAT.
- Gestión. (4 de Abril d.e0 2022). *Qué son los impuestos y para qué sirven*. Obtenido de Conoce la importancia del pago de los tributos y para que se utilizan: <https://gestion.pe/tu-dinero/que-son-los-impuestos-y-para-que-sirven-nnda-nnlt-noticia/>
- Gonzales, S. (2018). "Cultura Tributaria y Recaudación del Impuesto a la Renta Desde la Percepción de los Contribuyentes del Mercado Minorista de Pucallpa". *Revista Balance's*, 6, 1-8. Obtenido de [file:///C:/Users/Homer/Downloads/158-443-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Homer/Downloads/158-443-1-PB%20(1).pdf)
- Hernández, R. (2006). *Metodología de la Investigacion Cientifica*. México: MacGrawhill.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGran Hill.

- Ministerio de Vivienda, C. y. (s.f.). *Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Huánuco - Diagnostico*.
- Montiel, S. Peña, A. d. & Martínez, C. (2020). *Cultura Tributaria: Formas de Mejorarla*. Cartagena, Colombia: Universidad Libre.
- Neira Galván, M. I. (2019). La cultura tributaria en la recaudación de tributos. *Dialnet*, 203-212.
- Ortiz, C. (2020). *Cultura Tributaria de los Comerciantes del Cantón Eloy Alfaro de la Provincia De Esmeraldas*. [Tesis de Maestría. Pontifica Universidad Católica del Ecuador], Esmeralda. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2273>
- Osores, G. (2019). *"Nivel de Cultura Tributaria y Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado de Pio Pata del Distrito de el Tambo, Provincia de Huancayo en el 2018"*. Universidad de Huánuco.
- Paredes Tejada, R. & Narváez Valera, A. d. (2019). *Conocimientos básicos de tributación y cultura tributaria en el Peru*. Trujillo - Perú: Fondo Editorial de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- Quezada Lucio, N. (2019). *Metodología de la Investigación*. Lima - Perú: Macro.
- Quispe, Y. & Silva, Y. (2021). *"Nivel de Cultura Tributaria en los Empresarios del Sector Manufactura, Rubro Fabricación de Muebles de Madera, Ciudad De Cajamarca, 2021"*. UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO.
- Ramirez, B. Condezo, Y. & Valenzuela, Z. (2022). *La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de las Empresas Ferreteras en la Ciudad de Huánuco, periodo 2020*. Huánuco: [Tesis de Pregrado. Universidad Hermilio Valdizán]. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13080/7578>
- Romero-Carazas, R. Chambilla Choquecahua, M. Santivañez Villavicencio, Y. M. Santos Maldonado, A. B. & Ugarte Portuondo, W. A. (2022). La cultura y las obligaciones tributarias en una empresa peruana. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 3279-3292. doi:: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2833
- SUNAT. (s.f.). Obtenido de ABC Glosario de Términos sobre Cultura Tributaria y Aduanera.

- SUNAT. (s.f.). *¿Que entiende por tributo?* Recuperado el 28 de Mayo de 2023, de [https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entiede.html#:~:text=Es%20una%20prestaci%C3%B3n%20de%20dinero,de%20sus%20fines%20\(1\).](https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entiede.html#:~:text=Es%20una%20prestaci%C3%B3n%20de%20dinero,de%20sus%20fines%20(1).)
- SUNAT. (2020). *ABC - Glosario de términos sobre cultura tributaria y Aduanera*. Lima: Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera.
- SUNAT. (Octubre de 2020). *Glosario de Terminos sobre Cultura Tributaria y Aduanera*. Obtenido de <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- SUNAT. (s.f.). *Glosario de Términos sobre Cultura Tributaria y Aduanera*. SUNAT - <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>.
- Tributaria, S. N. (s.f.). *Libro de cultura tributaria y Aduanera*. Instituto Aduanero y Tributario - SUNAT.
- Zambrano, G. (2020). *"Aspectos de Cultura Tributaria que Afectan la Gestion del Impuesto de Industria y Comercio en el Municipio de Neiva"*. [Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Javeriana, Bogota. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.10554.47266>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Aquino Jara, L. (2026). *Análisis del nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “ÁNALISIS DEL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA DE PUELLES – HUÁNUCO 2023”

IDENTIFICACION DE PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
PROBLEMA GENERAL ¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023?	OBJETIVO GENERAL Analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023.	VARIABLE Cultura tributaria	TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS ¿Como es el conocimiento sobre tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023? ¿Cuál es la percepción de tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023? ¿Cuáles son las actitudes y prácticas de conducta de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS Analizar el conocimiento sobre tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023. Analizar la percepción de tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023. Analizar las actitudes y prácticas de conducta de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023.	DIMENSIONES - Nivel de conocimiento - Percepción de tributación - Actitudes y prácticas de conducta	NIVEL DE INVESTIGACIÓN Descriptiva DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN “no experimental”, Población: 200 Muestra: 80	Cuestionario Escala de Likert

ANEXO 2

CUESTIONARIO

Encuesta para determinar el nivel de cultura tributaria de los de los comerciantes del Mercado Mayorista de Puelles – Huánuco 2023

Estimado asociado estamos realizando un estudio con el objetivo de identificar su conocimiento sobre la cultura tributaria. La información que nos proporcione es muy importante y será utilizada de forma estrictamente confidencial, la cual se analizara con fines estadísticos y académicos, por lo que agradecemos responder con sinceridad.

Marcar con un (X), de acuerdo a su conocimiento:

DATOS GENERALES

1. ¿Está usted registrado como contribuyente ante la SUNAT?
 - a. Si
 - b. No
2. En caso de no estar registrado ante la SUNAT, indique la causa
 - a. No tengo conocimiento como hacerlo
 - b. No tengo tiempo para hacerlo
 - c. No considero que sea necesario
 - d. Otro.

Conocimientos

3. Como definiría la tributación:
 - a. Acto de pagar impuestos al Estado
 - b. Acto de registrarse
4. Para usted que es el tributo
 - a. Pago obligatorio de dinero a una entidad del Estado (SUNAT)
 - b. Pago voluntario de dinero a una entidad del Estado
5. De los siguientes regímenes tributarios cual de ellos conoce usted
 - a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) ...
 - b) Régimen Especial de Renta (RER) ...
 - c) Régimen MYPE Tributario (RMT) ...
 - d) Régimen General (RG)
 - e) Todas
 - f) Ninguno
6. Según su opinión la evasión tributaria se debe a:
 - a. Tráfico de influencias
 - b. Corrupción
 - c. Sistema complejo de la SUNAT
 - d. Altas tasas tributarias
 - e. Mal uso de los recursos por parte del Estado
7. ¿Cree que la formalización de su actividad económica le brindaría algún beneficio?
 - a. Si
 - b. No

Percepción tributaria

8. Según su opinión a donde se destina los impuestos recaudados:
 - a. Inversiones publicas
 - b. Mejorar los servicios públicos
 - c. Corrupción
 - d. No sabe a dónde se destina la recaudación de los impuestos

9. Según su percepción el Estado Peruano ejecuta el gasto público con:
- a. Eficiencia, racionalidad y transparencia
 - b. Es ineficiente
 - c. No conoce
 - d. Solo se destina a algunos sectores de la población
10. ¿Usted conoce que es presupuesto general de la Republica?
- a. Si, conozco
 - b. No, desconozco

Actitudes y prácticas de conducta

11. ¿Usted ha recibido información de la SUNAT sobre sus obligaciones tributarias?
- a. Si
 - b. No
12. Para usted el pago de la obligación tributaria es:
- a. Compromiso de todos los contribuyentes
 - b. Es obligado por el Estado
13. Usted cumple con el pago de sus obligaciones tributarias
- a. Si, siempre pago puntual
 - b. A veces pago
 - c. No, pago impuestos
 - d. No tengo conocimientos de los impuestos que tengo que pagar

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

GALERÍA FOTOGRÁFICA

