



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRIA EN CONTABILIDAD MENCION TRIBUTACIÓN

TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL
DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS
VINOCANCHON DE SAN JERONIMO, PERIODO 2024.**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**

AUTOR:

Br. NICE NUÑEZ SANCHEZ

ASESOR:

Dr. JORGE WASHINTON GUILLERMO

ESPINOZA

CODIGO ORCID: N° 0000-0003-4806-3169

CUSCO – PERÚ

2026



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Dr. JORGE WASHINGTON GUILLERMO ESPINOZA quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: "CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS VINOCAÑON DE SAN JERÓNIMO, PERIODO 2024"

Presentado por: NICE NUÑEZ SANCHEZ DNI N° 46987727 ;

presentado por: DNI N°:

Para optar el título Profesional/Grado Académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCION TRIBUTACION

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 28 de Marzo de 2026

Firma

Post firma JORGE WASHINGTON GUILLERMO ESPINOZA

Nro. de DNI 23951083

ORCID del Asesor N° 0000 - 0003 - 4806 - 3169

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:571984620

Nice Nuñez Sanchez

CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS VINOCANCHON DE...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:571984620

Fecha de entrega

27 mar 2026, 8:18 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

27 mar 2026, 8:33 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABA....docx

Tamaño del archivo

1.1 MB

117 páginas

22.615 palabras

130.970 caracteres

9% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr. TITO LIVIO PAREDES GORDON, Director (e) de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS VINOCANCHON DE SAN JERONIMO, PERIODO 2024** de la Br. NICE NUÑEZ SANCHEZ. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **QUINCE DE ENERO DE 2026**.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN.

Cusco, 27 de Marzo del 2026

Mg. RUTH DELGADO CERECEDA
Primer Replicante

Mg. BERNABE AMANCA HUAMAN
Segundo Replicante

Dr. FREDY LOATZA MANRIQUE
Primer Dictaminante

Mg. JUAN CARLOS MEDINA DELGADO
Segundo Dictaminante

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En concordancia al Reglamento de Grados de la Escuela de Posgrado y con la finalidad de optar al Grado Académico de Magister en Contabilidad con mención en Tributación, pongo a consideración del jurado el presente trabajo de investigación titulado: “CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS VINOCANCHON DE SAN JERONIMO, PERIODO 2024”, El presente estudio, se ha desarrollado teniendo en cuenta las líneas de la metodología de investigación, avances científicos y tecnológicos respecto al tema de investigación.

DEDICATORIA

A Dios por haber permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre ELENA por poner en mi toda su fe y su confianza de ver este sueño hecho realidad.

A mi padre VIDAL por darme el ejemplo de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me han influenciado siempre por el valor mostrado para salir adelante.

A mi hijo JEFF JORDAN ADRIANO por ser mi motivo y darme las fuerzas para lograr y seguir mejorando mis logros.

A la UNIVERSIDAD por permitirme lograr un paso más hacia el éxito. Por convertirme a seguir mejorando en el ámbito profesional competitiva, llena de conocimientos y expectativas.

NICE NUÑEZ SANCHEZ

AGRADECIMIENTO

Em primer lugar, agradezco nuevamente A Dios a nuestro creador por regalarme el don de vida y guiarme constantemente en este gran transcurso y llenarme de sabiduría y fortaleza para poder encaminarme hacia este logro tan anhelado de cumplir mis objetivos y metas.

Seguidamente agradecer a mi familia, en particular a mis padres, hermanas, A mi querido y apreciado hijo.

Así mismo a los Docentes de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAB DEL CUSCO, y también de la Escuela de Posgrado especialmente al **DR. JORGE WASHINTON GUILLERMO ESPINOZA**, por el asesoramiento continuo en mi trabajo de investigación muchísimas gracias por todo.

NICE NUÑEZ SANCHEZ

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE FÍGURAS.....	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
a) Problema General.....	3
b) Problemas Específicos	3
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.3.1 Justificación Practica	3
1.3.2 Justificación Teórica.....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
a) Objetivo General.....	4
b) Objetivos Específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	5
2.1 BASES TEÓRICAS.....	5
2.1.1. Cultura Tributaria.....	5
2.1.2. Crecimiento Empresarial	16
2.2. MARCO CONCEPTUAL (PALABRAS CLAVES).....	22
2.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE)	
27	
2.3.1 Antecedentes Internacionales	27
2.3.2 Antecedentes Nacionales	28
2.3.3 Antecedentes Locales	32
2.4 HIPÓTESIS	34
a) Hipótesis General.....	34
b) Hipótesis Específicos	34

2.5 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES	34
Variable Independiente.....	34
Variable Dependiente	34
2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	35
CAPITULO III: METODOLOGÍA	39
3.1 ÁMBITO DE ESTUDIO: LOCALIZACIÓN POLÍTICA Y GEOGRÁFICA.....	39
3.2 TIPO Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	40
ENFOQUE DE INVESTIGACION.....	40
NIVEL DE INVESTIGACIÓN	40
Nivel descriptivo.....	41
Nivel Correlacional.....	41
3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS.....	41
3.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO	42
3.5. TAMAÑO DE MUESTRA	42
3.6. TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE MUESTRA.....	42
3.7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	42
Encuesta43	
Búsqueda de información bibliográfica.....	43
INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	43
Cuestionario.....	43
3.8. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN	43
3.9. TÉCNICAS PARA DEMOSTRAR LA VERDAD O FALSEDAD DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS.....	44
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	45
Encuesta – realizada de acuerdo a las variables	45
4.2 PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	84
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
VI: BIBLIOGRAFIA BIBLIOGRÁFICAS	90
ANEXOS	94
ANEXO N° 01	94
MATRIZ DE CONSISTENCIA	94

ANEXO N° 02	96
ENCUESTA N° 01	96
ANEXO N° 03	98
ENCUESTA N° 02	98
ANEXO N° 04: Matriz de Instrumentos de la variable 01 – Cultura Tributaria	100
ANEXO N° 05: Matriz de Instrumentos de la variable 02 – Crecimiento Empresarial	101
ANEXO N° 06	102
MATRIZ DE VALIDACIÓN.....	102
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS MEDIANTE CRITERIO DE EXPERTOS EN LA ESPECIALIDAD.	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicador: <i>Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales</i>	45
Tabla 2 Indicador: <i>Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.</i>	47
Tabla 3 Indicador: <i>Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos</i>	49
Tabla 4 Indicador: <i>Registro legal y tributario</i>	51
Tabla 5 Indicador: <i>Participación en talleres tributarios</i>	53
Tabla 6 Indicador: <i>Actualización en cambios normativos tributarios</i>	55
Tabla 7 Indicador: <i>Nivel de comprensión de documentos tributarios</i>	57
Tabla 8 Indicador: <i>Valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial.</i>	59
Tabla 9 Indicador: <i>Conciencia del impacto social positivo de la tributación</i>	61
Tabla 10 Indicador: <i>Conciencia cívica y ética empresarial.</i>	63
Tabla 11 Indicador: <i>Incremento en el volumen de ventas.</i>	66
Tabla 12 Indicador: <i>Ampliación del número de clientes o puestos.</i>	68
Tabla 13 Indicador: <i>Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.</i>	70
Tabla 14 Indicador: <i>Utilidad neta sobre ventas.</i>	72
Tabla 15 Indicador: <i>Incremento de utilidades en el periodo.</i>	74
Tabla 16 Indicador: <i>Capacidad de reinversión de utilidades.</i>	76
Tabla 17 Indicador: <i>Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones</i>	78
Tabla 18 Indicador: <i>Desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo</i>	80
Tabla 19 Indicador: <i>Acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas).</i>	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Plano Mercado de abastos Vinocanchón</i>	39
Figura 2 Indicador: <i>Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales</i>	46
Figura 3 Indicador: <i>Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma</i>	48
Figura 4 Indicador: <i>Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos</i>	49
Figura 5 Indicador <i>Registro legal y tributario</i>	52
Figura 6 Indicador: <i>Participación en talleres tributarios</i>	54
Figura 7 Indicador: <i>Actualización en cambios normativos tributarios</i>	56
Figura 8 indicador: <i>Nivel de comprensión de documentos tributarios</i>	58
Figura 9 Indicador: <i>Valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial</i>	60
Figura 10 Indicador: <i>Conciencia del impacto social positivo de la tributación</i>	62
Figura 11 Indicador: <i>Conciencia cívica y ética empresarial</i>	64
Figura 12 Indicador: <i>Incremento en el volumen de ventas</i>	66
Figura 13 Indicador: <i>Ampliación del número de clientes o puestos</i>	68
Figura 14 Indicador: <i>Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas</i>	70
Figura 15 Indicador: <i>Utilidad neta sobre ventas</i>	72
Figura 16 Indicador: <i>Incremento de utilidades en el periodo</i>	74
Figura 17 Indicador: <i>Capacidad de reinversión de utilidades</i>	76
Figura 18 Indicador: <i>Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones</i>	78
Figura 19 Indicador: <i>Desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo</i>	80
Figura 20 Indicador: <i>Acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas</i>	82

RESUMEN

La investigación titulada “Cultura Tributaria y el Crecimiento Empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchón de San Jerónimo, periodo 2024” tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la cultura tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPEs del mencionado mercado. El estudio fue de tipo aplicado, con un nivel descriptivo-correlacional. La población estuvo conformada por 80 MYPEs y la muestra por 45 unidades empresariales. Para la recolección de datos se empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, compuesto por 19 preguntas relacionadas con las variables de estudio, además de la técnica de análisis documental. El procesamiento de la información se realizó mediante el software SPSS, utilizando tablas y gráficos estadísticos. Los resultados permitieron concluir que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPEs, evidenciándose que aquellas que cumplen con sus obligaciones fiscales, mantienen un adecuado registro contable y valoran la importancia social del pago de tributos presentan mayores oportunidades de formalización, acceso al financiamiento y confianza por parte de sus clientes, favoreciendo su expansión y sostenibilidad. Por el contrario, una débil cultura tributaria limita el desarrollo y consolidación de las MYPEs en el mercado.

Palabras claves: Cultutra tributaria , Crecimiento empresarial , Rentabilidad , Formalización y Mypes

ABSTRACT

The research entitled “Tax Culture and Business Growth of MSEs in the Vinocanchón Wholesale Market of San Jerónimo, period 2024” aimed to determine the relationship between tax culture and business growth of micro and small enterprises (MSEs) in the Vinocanchón market. The study was applied in nature, with a descriptive-correlational research design. The population consisted of 80 MSEs, from which a sample of 45 enterprises was selected. Data were collected using a survey technique and a questionnaire as the research instrument, comprising 19 questions related to the study variables, along with documentary analysis. The collected data were processed using SPSS software, organizing the information through statistical tables and graphs. The findings indicate the existence of a significant relationship between tax culture and business growth. MSEs that comply with tax obligations, maintain adequate accounting records, and recognize the social importance of tax payments show greater opportunities for formalization, access to financing, and customer trust, which positively impacts their expansion and sustainability. Conversely, weak tax culture represents an obstacle to the consolidation and growth of MSEs in the market.

Keywords: Tax Culture, Business Growth, Profitability, Formalization, SMEs.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado: **“CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS VINOCANCHON DE SAN JERONIMO, PERIODO 2024”**, investigación que tiene como objetivo principal “Determinar la relación entre la cultura tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPES en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024”.

Para llegar a solucionar la problemática, cumplir y contrastar los objetivos e hipótesis planteadas respectivamente en el trabajo de investigación, se desarrolló los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: planteamiento del problema. - En este capítulo se expone: Situación Problemática, Formulación del Problema, Problema General, Problemas Específicos, Justificación de la investigación, Objetivos de la Investigación, Objetivo General y Objetivos Específicos. (Reglamento EPG UNSAAC, 2022).

CAPÍTULO II: Marco Teórico Conceptual. - Este capítulo comprende: Bases Teóricas, Marco Conceptual (palabras claves) y Antecedentes empíricos de la investigación. (Reglamento EPG UNSAAC, 2022)

CAPÍTULO III: Hipótesis General y Variables. - Este capítulo comprende: Hipótesis general, Hipótesis específicas, Identificación de variables e indicadores y Operacionalización de variables. (Reglamento EPG UNSAAC, 2022)

CAPÍTULO IV: Diseño Metodológico. - Este capítulo comprende: Ámbito de estudio: localización política y geográfica, Tipo y nivel de Investigación, Unidad de análisis, Población de estudio, Tamaño de muestra, Técnicas de selección de muestra, Técnicas de recolección de

información, Técnicas de análisis e interpretación de la información y Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas. (Reglamento EPG UNSAAC, 2022)

CAPITULO V: Resultados y Discusión. - Este capítulo comprende: Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados, Pruebas de hipótesis y Presentación de resultados. (Reglamento EPG UNSAAC, 2022)

Conclusiones y Recomendaciones. - Se establece las conclusiones y recomendaciones propuestas a la presente investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) constituyen más del 95% de las unidades empresariales y generan un importante porcentaje de empleo formal e informal, siendo reconocidas como un motor esencial para el desarrollo económico y social del país. Estas organizaciones, que operan en distintos sectores, tienen una presencia significativa en los mercados de abastos, donde cumplen un rol clave en el abastecimiento de alimentos, productos de primera necesidad y otros bienes de consumo para la población.

Sin embargo, a pesar de su relevancia, muchas MYPES enfrentan serias limitaciones para lograr un crecimiento sostenido y competitivo. Entre los factores más relevantes que dificultan su consolidación se encuentra la débil cultura tributaria de sus propietarios y trabajadores. La cultura tributaria, entendida como el conjunto de conocimientos, actitudes y prácticas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones fiscales, suele ser insuficiente en este sector. Esto se traduce en desconocimiento de regímenes tributarios, evasión parcial o total de impuestos, falta de registros contables adecuados y poca disposición hacia la formalización.

El mercado de abastos de Vinocanchón, en el distrito de San Jerónimo, constituye uno de los principales centros de comercialización del Cusco. En este espacio confluyen cientos de comerciantes y microempresarios que, con su actividad diaria, dinamizan la economía local y regional. No obstante, se evidencia que gran parte de estas MYPES operan bajo esquemas de informalidad o con un cumplimiento tributario deficiente. Esto repercute directamente en su acceso a servicios financieros como créditos, programas de apoyo empresarial, participación en licitaciones y la posibilidad de expandir sus negocios hacia nuevos mercados.

La problemática no solo afecta al desarrollo de las propias MYPES, sino también a la economía nacional en su conjunto. El incumplimiento tributario genera una reducción en la recaudación fiscal, limitando la capacidad del Estado para invertir en infraestructura, seguridad, educación y servicios públicos que podrían, a su vez, beneficiar a estos comerciantes. A ello se suma la percepción negativa de los impuestos, la desconfianza hacia las entidades públicas y la escasa implementación de programas de capacitación y sensibilización en materia tributaria, lo que contribuye a reforzar patrones de evasión y resistencia a la formalización.

En este escenario, resulta de suma importancia analizar cómo la cultura tributaria influye en el crecimiento empresarial de las MYPES del mercado de abastos Vinocanchón. Entender esta relación permitirá identificar no solo las barreras que enfrentan los comerciantes para integrarse a la economía formal, sino también las oportunidades de mejora a través de políticas públicas, estrategias de capacitación y fortalecimiento institucional que promuevan la formalidad y el desarrollo empresarial sostenible.

La relevancia de este estudio radica en que sus resultados no solo aportarán evidencia empírica sobre la situación tributaria de las MYPES en este importante centro de abastos, sino que también constituirán una base para la formulación de propuestas orientadas a optimizar la recaudación fiscal, incentivar la formalización y potenciar el rol de estas empresas como actores clave en la dinamización económica y social del país.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

a) Problema General

¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?

b) Problemas Específicos

a) ¿De qué manera el conocimiento y cumplimiento tributario se relacionan con la Expansión Comercial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?

b) ¿De qué manera la Educación y Capacitación se relacionan con la rentabilidad de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?

c) ¿De qué manera la actitud hacia la cultura tributaria se relaciona con la Gestión empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Justificación Practica

Esta investigación La investigación es práctica porque permitirá que los comerciantes del mercado de abastos Vinocanchon comprendan la importancia de la cultura tributaria como medio para acceder a créditos, programas de apoyo y mayor competitividad. Además, fortalecer la formalización de las MYPEs contribuye al incremento de la recaudación fiscal y, con ello, a más inversiones estatales en beneficio de la comunidad. Asimismo, los resultados servirán de base a instituciones como la SUNAT y gobiernos locales para diseñar programas de educación tributaria más efectivos, orientados a promover la formalización y el crecimiento sostenible de las MYPEs.

1.3.2 Justificación Teórica

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se fundamenta en la relación entre cultura tributaria y crecimiento empresarial. La cultura tributaria, entendida como el conjunto de valores, conocimientos y prácticas sobre el cumplimiento fiscal, se relacionan directamente con la formalización y sostenibilidad de las MYPEs.

En el caso del mercado de abastos Vinocanchon, la baja cultura tributaria restringe la formalización, acceso a créditos y competitividad de las MYPEs. Por ello, es necesario analizar cómo fortalecerla para impulsar un crecimiento empresarial sostenible.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

a) Objetivo General

Determinar la relación entre la cultura tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

b) Objetivos Específicos

Determinar la relación entre el conocimiento y cumplimiento tributario con la Expansión Comercial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

Determinar la relación entre la Educación y Capacitación con la rentabilidad de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

Determinar la relación entre la actitud hacia la cultura tributaria y la gestión empresarial a las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 BASES TEÓRICAS

Se desarrollan los siguientes aspectos que son de suma importancia para la realización de nuestro trabajo de investigación.

2.1.1. Cultura Tributaria

La cultura tributaria se refiere al conjunto de conocimientos, percepciones, hábitos, valores, actitudes y comportamientos que una sociedad tiene respecto a la tributación y el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Esta cultura está basada en una comprensión del sistema tributario, el reconocimiento de que los tributos son recursos que el Estado administra para prestar servicios públicos, y en valores éticos como la responsabilidad ciudadana, el respeto a la ley y la solidaridad. (Cabrera Mendoza , Zevallos Echevarria, & Izquierdo Paucar , 2020)

Se entiende como el conjunto de acciones que los contribuyentes realizan en materia tributaria para dar cumplimiento a las normas y leyes vigentes. Cuando la sociedad confía en que los impuestos recaudados por el Estado se destinan al beneficio directo de la población, se fortalece la disposición de las personas a cumplir con sus obligaciones fiscales, lo que contribuye a consolidar una adecuada cultura tributaria. (Guerrero Flores, 2024)

La cultura tributaria se entiende como el conjunto de conocimientos y actitudes relacionadas con los tributos, vinculada al nivel de conciencia fiscal que posee cada contribuyente, esta busca que los ciudadanos asuman que cumplir con los impuestos es un deber tanto cívico como ciudadano, ya que a través de su aporte se dota al Estado de los recursos necesarios para garantizar servicios públicos eficientes y de calidad a la sociedad. (Cabrera Mendoza , Zevallos Echevarria, & Izquierdo Paucar , 2020).

2.1.1.1 Conocimiento y cumplimiento Tributario.

El conocimiento tributario es el nivel de comprensión o conciencia que tienen los contribuyentes sobre la legislación tributaria, el proceso de tributación y otros aspectos relacionados con los impuestos. Este conocimiento incluye tanto aspectos declarativos (saber qué es) como procedimentales (saber cómo hacerlo) relacionados con el cumplimiento de las obligaciones fiscales. A mayor conocimiento tributario, generalmente hay un mayor cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, pues se comprende mejor el sistema tributario, las leyes y la importancia del pago de impuestos para el desarrollo social. (Gomez Melgar, Orellano Torres, & Pozo Pillaca, 2023)

El cumplimiento tributario se refiere a la realización efectiva y consciente de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes, como la presentación de declaraciones y el pago puntual de tributos. Se ha encontrado una correlación positiva significativa entre el conocimiento tributario y el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo que implica que educar y aumentar el conocimiento de los contribuyentes puede mejorar el cumplimiento fiscal. (Gomez Melgar, Orellano Torres, & Pozo Pillaca, 2023)

2.1.1.1.1 Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales.

El conocimiento de beneficios o incentivos fiscales se refiere a la comprensión que tienen los contribuyentes sobre las ventajas tributarias que pueden aprovechar para reducir su carga impositiva o acceder a estímulos que fomenten la inversión y el desarrollo económico. Estos incentivos son herramientas que el Estado ofrece para promover actividades específicas, como la innovación tecnológica, la exportación, las energías renovables, o el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas (PYMEs). (Gomez Melgar, Orellano Torres, & Pozo Pillaca, 2023).

2.1.1.1.2 Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.

La declaración y pago de impuestos en tiempo y forma implica cumplir con las obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos por la SUNAT y con la información correcta. En Perú, la presentación de la declaración anual generalmente debe realizarse en un periodo que inicia a finales de marzo y puede extenderse hasta principios de abril, según el último dígito del RUC del contribuyente. Este cronograma es crucial para evitar multas y sanciones por presentación fuera de plazo o con errores. (Cabrera Mendoza , Zevallos Echevarria, & Izquierdo Paucar , 2020)

2.1.1.1.3. Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos.

El reporte formal y ordenado de libros contables y documentos implica cumplir con las normativas tributarias peruanas que exigen a los contribuyentes llevar registros contables claros, actualizados y organizados cronológicamente. La SUNAT establece que la obligación y el tipo de libros contables varían según el régimen tributario y nivel de ingresos del contribuyente, por ejemplo:

- En el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), no es obligatorio llevar libros contables, solo conservar comprobantes.
- En el Régimen MYPE Tributario (RMT), según ingresos, deben llevarse libros como Registro de Ventas y Compras, Libro Diario y Mayor, y Libro de Inventarios y Balances.
- En el Régimen General (RG), la contabilidad completa incluye Libro Caja y Bancos, Inventarios y Balances, Libro Diario, Mayor, Registro de Ventas y Compras, entre otros, según ingresos. (Gomez Melgar, Orellano Torres, & Pozo Pillaca, 2023)

Además, se debe mantener el orden cronológico y la legalización o validación de los libros en caso de ser requerido. En caso de pérdida, robo o destrucción de libros contables, es obligatorio

informar a la SUNAT con documentación como denuncia policial y detalles de los libros afectados dentro de plazos establecidos para evitar sanciones.

Asimismo, la SUNAT puede exigir la exhibición y verificación de libros, registros contables y documentos relacionados con operaciones tributarias para fiscalizaciones o controles, con el fin de corroborar el correcto cumplimiento tributario.

Los documentos originales deben conservarse por un plazo mínimo de cinco años, pudiendo estar respaldados digitalmente, para cumplir con exigencias legales y fiscales. Esto garantiza la transparencia y trazabilidad en la contabilidad empresarial. El reporte formal y ordenado de libros contables y documentos en Perú requiere cumplir las normativas de la SUNAT, que varían según el régimen tributario y nivel de ingresos. Los libros deben estar actualizados, organizados cronológicamente, y ser legalizados cuando corresponda. En resumen:

- En el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) solo se conservan comprobantes en orden cronológico.
- En el Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG), se llevan libros como Registro de Ventas y Compras, Libro Diario, Mayor, Inventarios y Balances, y más según ingresos.
- La SUNAT puede exigir la exhibición de libros y documentos para auditorías.
- En caso de pérdida o robo de libros, se debe denunciar y comunicar a SUNAT con detalle y documentación en plazos establecidos.
- Los documentos originales deben conservarse al menos cinco años, con opción de respaldo digital.

Estos requisitos garantizan la correcta gestión y transparencia contable, facilitando la fiscalización y cumplimiento tributario. (Gomez Melgar, Orellano Torres, & Pozo Pillaca, 2023)

2.1.1.1.4. Registro legal y tributario.

El proceso de formalización de un negocio en el Perú inicia con la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) ante la SUNAT, trámite obligatorio para toda persona natural o jurídica que desarrolle actividades empresariales, profesionales, de arrendamiento de bienes, entre otras.

Pasos para registrar un negocio

1. Contar con DNI (para personas naturales) o documentos de identidad correspondientes (para personas jurídicas).
2. Indicar la fecha de inicio de actividades económicas y el domicilio fiscal.
3. Seleccionar la actividad económica principal según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).
4. Elegir el régimen tributario más adecuado:
 - Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
 - Régimen Especial
 - Régimen MYPE Tributario
 - Régimen General

5. Realizar la inscripción de manera virtual (SUNAT Virtual o App Personas) o presencial, presentando los documentos necesarios (DNI, formularios, carta poder en caso de representación, entre otros).

Consideraciones adicionales

- Para personas jurídicas, además de la inscripción en SUNAT, se debe constituir formalmente la empresa ante SUNARP u otro registro público y, posteriormente, activar el RUC inactivo asignado al constituir la sociedad.
- La Clave SOL es indispensable para efectuar trámites electrónicos ante la SUNAT.
- El RUC identifica al contribuyente y se utiliza en todas las declaraciones y pagos de impuestos.
- Es fundamental mantener actualizado el domicilio fiscal y la información sobre la actividad económica. (SUNAT, 2025).

2.1.1.2. Educación y Capacitación.

La educación y capacitación de los comerciantes del Mercado Vinocanchón, ubicado en el distrito de San Jerónimo, Cusco, es un aspecto clave para mejorar la formalización, la cultura tributaria y la competitividad del mercado.

- Se determina que una buena educación tributaria influye positivamente en la formalización de los comerciantes del mercado, aumentando el cumplimiento de obligaciones fiscales y fomentando la conciencia tributaria.
- La capacitación incluye conocer los deberes tributarios, normas, y los beneficios que la formalización aporta a la sociedad y al comerciante.

Temas de Capacitación aplicados

- Prevención del delito y estrategias de seguridad, en colaboración con la Policía Nacional, para disminuir riesgos como extorsión, robos y violencia.
- Gestión empresarial, uso de herramientas tecnológicas, inocuidad alimentaria y atención al cliente, promovidos por entidades como PRODUCE y ONGs, con modalidades presenciales y virtuales. (Tintaya Orcchohurancca, 2017)

2.1.1.2.1. Participación en talleres/talleres tributarios.

La participación en talleres o talleres tributarios se refiere a la asistencia activa y el involucramiento de personas, como contribuyentes, emprendedores o comerciantes, en sesiones educativas diseñadas para impartir conocimientos prácticos y teóricos sobre el sistema tributario. Estos talleres buscan mejorar la comprensión de obligaciones fiscales, procedimientos para declarar y pagar impuestos, regímenes tributarios, y normas vigentes, facilitando así un cumplimiento tributario adecuado. (Cevallos Briones & Carreño Arteaga, 2025)

2.1.1.2.2. Actualización en cambios normativos tributarios.

La actualización en cambios normativos tributarios en Perú para 2025 implica conocer y aplicar las modificaciones recientes que afectan a la legislación tributaria, la administración fiscal y las obligaciones de los contribuyentes. Estos cambios buscan mejorar la eficiencia del sistema tributario, facilitar el cumplimiento, y fortalecer la fiscalización.

Cambios destacados en 2025

- Incremento de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) de S/ 5,150 a S/ 5,350, impactando bases imponibles, multas, sanciones y límites para beneficios tributarios.
- Modificaciones a leyes del Impuesto a la Renta, incluyendo nuevas reglas para pagos a cuenta y declaraciones de rentas de fuente extranjera y nómades digitales.

- Cambios en la tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) para algunos sectores, por ejemplo restaurantes, hoteles y turismo con tasas diferenciadas y prórrogas.
- Nuevas disposiciones sobre libros y registros contables electrónicos y actualización en procedimientos de fiscalización por SUNAT.
- Reglamentaciones sobre devolución del IGV, detracciones, responsabilidades tributarias, y régimen de gradualidad para infracciones.
- Actualización en normativas para micro y pequeñas empresas, incluyendo beneficios y nuevas obligaciones.
- Incorporación de nuevas obligaciones para entidades no supervisadas por la SMV y SBS en temas de reporte a la UIF-PERÚ.

Importancia

Estar actualizado en estos cambios es crucial para:

- Garantizar el correcto cumplimiento tributario.
- Evitar sanciones por desconocimiento o incumplimiento.
- Aprovechar adecuadamente los beneficios e incentivos fiscales vigentes.
- Adaptar la gestión contable y financiera a las nuevas disposiciones legales.

En síntesis, la actualización tributaria requiere revisar constantemente las publicaciones oficiales, decretos y resoluciones de SUNAT y el MEF para ajustar las prácticas empresariales y personales conforme a la normativa vigente de 2025. (TitoPeralta, 2025)

2.1.1.2.3 Nivel de comprensión de documentos tributarios.

El nivel de comprensión de documentos tributarios se refiere a la capacidad que tienen los contribuyentes para interpretar correctamente la información contenida en diversos documentos

relacionados con sus obligaciones fiscales, como declaraciones juradas, comprobantes de pago, registros contables, notificaciones y resoluciones emitidas por la SUNAT. (SUNAT, 2021)

Importancia del nivel de comprensión

Un nivel adecuado de comprensión de los documentos tributarios es clave para que los contribuyentes:

- Presenten declaraciones correctas y oportunas.
- Eviten errores y sanciones administrativas.
- Utilicen beneficios y deducciones fiscales aplicables.
- Reaccionen adecuadamente ante notificaciones o requerimientos de la SUNAT.

Aumenten la confianza y transparencia en sus relaciones con la administración tributaria. (SUNAT, 2021)

2.1.1.3. Actitud hacia la cultura tributaria.

La actitud hacia la cultura tributaria se refiere a la disposición, valores y creencias que tienen los miembros de una sociedad respecto al pago de impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Esta actitud puede influir de manera decisiva en el nivel de cumplimiento tributario y en la percepción que se tiene del sistema fiscal y del gobierno. (Zumaeta Julca, 2022)

Una actitud positiva hacia la cultura tributaria fomenta un mayor cumplimiento y reduce la evasión, lo que a su vez fortalece la recaudación y permite al Estado cumplir con sus responsabilidades sociales. Estudios muestran que una buena actitud está ligada a niveles medios o altos de cumplimiento tributario en Perú, especialmente cuando existe capacitación y sensibilización adecuada.

- Implica un sentido de responsabilidad y corresponsabilidad entre contribuyentes y Estado.

- Involucra valores éticos como integridad, transparencia, civismo, y respeto por la ley tributaria.
- Influye en que los contribuyentes paguen impuestos de manera voluntaria y oportuna.
- Puede variar según la confianza en las autoridades, sensación de justicia tributaria y percepción de beneficios recibidos a cambio del pago. (Zumaeta Julca, 2022).

2.1.1.3.1. Valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial.

La valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial es muy positiva y considerada esencial para el desarrollo sostenible, la competitividad y expansión de los negocios en Perú.

Beneficios clave de la formalización empresarial

- Protección del patrimonio personal: La formalización separa la responsabilidad financiera del negocio de la personal, resguardando los bienes individuales frente a deudas o contingencias.
- Acceso a nuevos mercados: Empresas formales gozan de mayor credibilidad, facilitando su entrada a mercados nacionales e internacionales y aumentando la demanda de sus productos y servicios.
- Beneficios tributarios y financieros: Permite aprovechar créditos fiscales (como el IGV), regímenes tributarios especiales, y acceder a financiamientos con mejores condiciones.
- Opciones de financiamiento: Las empresas formalizadas tienen más posibilidades de obtener créditos de bancos y entidades financieras para capital de trabajo o inversión.
- Alianzas estratégicas y participación en licitaciones públicas: La formalidad facilita asociaciones con otras empresas y la posibilidad de ser proveedor del Estado, abriendo nuevas vías de negocio y estabilidad.

- Capacitación y mejora continua: La formalización impulsa acceso a programas de capacitación y asesorías que fortalecen las capacidades del negocio y su personal. (SOSCIA, 2024)

2.1.1.3.2 Conciencia del impacto social positivo de la tributación.

La conciencia del impacto social positivo de la tributación radica en entender que los impuestos permiten al Estado contar con los recursos necesarios para financiar programas y servicios que benefician directamente a los sectores más vulnerables de la población, promoviendo así la justicia social y el bienestar común. Un sistema tributario bien diseñado fomenta la redistribución equitativa de la riqueza, sostiene programas sociales, garantiza servicios públicos y contribuye a la estabilidad económica y al desarrollo social de un país.

2.1.1.3.3. Conciencia cívica y ética empresarial.

La conciencia cívica empresarial se refiere a que las empresas no son solo entidades para la generación de ganancias, sino que también deben reconocer y asumir su rol activo en el bien común, contribuyendo al bienestar social y ambiental. Esta conciencia implica que la organización tenga un propósito superior que movilice a toda la empresa para beneficiar a todos los involucrados: trabajadores, comunidades, clientes, proveedores y el medio ambiente, sin descuidar la rentabilidad. (FasterCapital, 1999)

La ética empresarial agrupa los principios morales, valores y normas que guían el actuar de una empresa, promoviendo la igualdad, responsabilidad, transparencia, respeto y solidaridad. Empresas éticas aseguran ambientes laborales justos, evitan abusos de poder y corrupción, y fomentan prácticas responsables tanto hacia los trabajadores como hacia los consumidores y la comunidad en general. La ética empresarial también implica cumplir con las leyes y normativas

vigentes, y promover la responsabilidad social corporativa para equilibrar aspectos económicos, sociales y ambientales. (FasterCapital, 1999)

- La ética empresarial fundamenta la toma de decisiones responsables y justas dentro de las organizaciones, lo cual fortalece la confianza de los colaboradores y la sociedad en general.
- La conciencia cívica incentiva la responsabilidad social y la participación activa para denunciar prácticas no éticas y promover normas industriales justas.
- Ambas fomentan el desarrollo de políticas empresariales conscientes que contribuyen a la sostenibilidad social, ambiental y económica, generando valor compartido para la sociedad y la empresa.

La conciencia cívica y la ética empresarial configuran un marco integrador para que las empresas actúen no solo como generadoras de riqueza, sino como agentes comprometidos con una sociedad justa y sostenible. (FasterCapital, 1999)

2.1.2. Crecimiento Empresarial

El crecimiento empresarial en las micro y pequeñas empresas (mypes) se refiere al proceso mediante el cual estas unidades incrementan su capacidad operativa, financiera y comercial para consolidarse y expandirse en el mercado. Las mypes, que son empresas con menos de 10 trabajadores y facturación relativamente baja.

Este crecimiento puede medirse en términos de expansión de la capacidad productiva, aumento de la cartera de clientes, mejora en la rentabilidad económica y financiera, así como la consolidación y estabilidad de la empresa en su sector. (Gonzales Centon , Chavez Cubas, & Berrio Huillcacuri , 2023)

2.1.2.1 Expansión Comercial.

La expansión comercial constituye un pilar clave en el ámbito empresarial, ya que se refiere al proceso mediante el cual una organización extiende su presencia hacia nuevos mercados, tanto dentro del país como en el extranjero. Este proceso resulta vital para el desarrollo y la permanencia de cualquier compañía, pues facilita el aprovechamiento de oportunidades de crecimiento, la diversificación de riesgos y la mejora de la rentabilidad. En este marco, se abordará la relevancia de implementar una estrategia de expansión comercial efectiva, orientada a potenciar las oportunidades de negocio de una empresa específica en el mercado. (DRV, 2023)

La expansión comercial se refiere a las estrategias y acciones que una empresa, incluyendo las MYPES, implementa para aumentar su presencia en el mercado, llegar a nuevos consumidores y regiones, y así crecer en ventas y participación de mercado. (DRV, 2023)

2.1.2.1.1. Incremento en el volumen de ventas.

El incremento en el volumen de ventas se refiere al aumento en la cantidad total de productos o servicios vendidos por una empresa durante un período específico. Es un indicador clave para medir el crecimiento y la salud comercial de un negocio.

Importancia del incremento del volumen de ventas

- Es un indicador fundamental para evaluar si las estrategias comerciales están logrando atraer más clientes y aumentar el consumo del producto o servicio.
- Permite detectar la eficacia de campañas de marketing y la productividad del equipo de ventas.
- Complementa otros indicadores financieros como las ventas totales y el beneficio bruto para entender tanto la cantidad vendida como el valor económico generado. (Duran Reyes, 2020)

2.1.2.1.2. Ampliación del número de clientes o puestos.

La ampliación del número de clientes o puestos se refiere a estrategias y métricas para aumentar la base de clientes o la cantidad de puntos comerciales (puestos) donde se ofrecen los productos o servicios de una empresa.

Indicadores para medir la ampliación de clientes o puestos:

- Tasa de crecimiento de clientes: mide el aumento porcentual del número de clientes nuevos en un periodo específico.
- Número total de clientes activos: cantidad de clientes que realizaron al menos una compra o interacción en un tiempo determinado.
- Satisfacción del cliente: nivel de satisfacción medido a través de encuestas o comentarios que influye en la fidelización y atracción de nuevos clientes.

Estrategias para ampliar clientes o puestos:

- Segmentación inteligente para dirigir mensajes personalizados y mejorar la efectividad de las campañas.
- Programas de referidos, incentivando a clientes actuales a traer nuevos clientes.
- Fortalecer la experiencia del cliente para fomentar recomendaciones y la lealtad. (ImpulsaPopular, 2023)

2.1.2.1.3. Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.

La organización del puesto de venta para mejorar la atención y las ventas es fundamental para maximizar la rentabilidad y la experiencia del cliente en el punto de compra.

Algunos aspectos clave para optimizar esta organización:

- Diseño y distribución del espacio
- Ubicar los productos de alta rotación en zonas calientes del establecimiento donde pasa más gente, manteniendo claridad y orden para facilitar la localización. (linkedin, 2024)

2.1.2.2. Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad que tiene una empresa para generar beneficios suficientes en relación con los recursos que utiliza, como ventas, activos o capital propio, permitiendo que la empresa sea sostenible y pueda crecer en el tiempo. En términos simples, es la relación entre lo que gana una empresa y lo que invierte para obtener esas ganancias. (Economipedia, 2025)

2.1.2.2.1. Utilidad neta sobre ventas.

La utilidad neta representa la ganancia real que perciben los propietarios de una empresa u organización. Este resultado contempla no solo los ingresos generados, sino también todos los costos en los que se incurrió para obtenerlos, junto con las obligaciones financieras y tributarias asumidas frente a terceros, como bancos u otras entidades. (Economipedia, 2025)

2.1.2.2.2. Incremento de utilidades en el periodo.

El Incremento de utilidades en el periodo es un indicador financiero que mide el aumento o disminución porcentual de las utilidades netas que una empresa genera de un periodo a otro, generalmente de un año a otro o de un trimestre a otro. Este indicador permite evaluar cómo ha evolucionado la rentabilidad de una empresa a lo largo del tiempo. (Contifico, 2025)

2.1.2.2.3. Capacidad de reinversión de utilidades.

La capacidad de reinversión de utilidades se refiere a la habilidad que tiene una empresa para destinar parte o la totalidad de sus ganancias netas obtenidas a la reinversión dentro del propio negocio, con el fin de financiar su desarrollo, crecimiento y mejora continua. Esta reinversión puede incluir la compra de nuevos activos, ampliación de operaciones, investigación y desarrollo, o contratación de personal.

Reinvertir utilidades permite fortalecer la estructura financiera, aumentar la competitividad, mejorar la capacidad productiva y, en consecuencia, aumentar el valor de la

empresa a largo plazo. Además, en muchos casos la reinversión puede tener beneficios fiscales o incentivos por parte de las autoridades tributarias.

Desde el punto de vista contable, la reinversión de utilidades se refleja en los estados financieros mediante un aumento en los activos y en el patrimonio de la empresa, y una reducción en la distribución de dividendos a los accionistas. (linkedin, 2025).

2.1.2.3. Gestión empresarial

La gestión empresarial es el conjunto de actividades y procesos que una organización realiza para alcanzar sus objetivos estratégicos, optimizar sus recursos y asegurar su crecimiento sostenible. En este contexto, la reinversión de utilidades es una práctica fundamental, ya que consiste en destinar parte o la totalidad de las ganancias netas generadas por la empresa para financiar su propio desarrollo y expansión. (ISIL, 2025)

2.1.2.3.1. Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones.

La capacidad para la planificación estratégica y la toma de decisiones se refiere a la habilidad de una organización para definir una visión clara y objetivos a largo plazo, analizar su entorno interno y externo, y diseñar planes de acción efectivos que guíen sus actividades para alcanzar dichas metas. Esta capacidad implica también evaluar constantemente el progreso y hacer ajustes oportunos según cambios del mercado o del contexto.

La planificación estratégica es un proceso estructurado que incluye:

- Definir visión, misión y objetivos concretos.
- Analizar el entorno y recursos disponibles.
- Establecer estrategias y planes de acción específicos.
- Monitorear resultados y adaptar las acciones.

Esta capacidad permite a los comerciantes anticiparse a riesgos, aprovechar oportunidades, asignar eficientemente recursos y tomar decisiones informadas que alinean las operaciones con la dirección estratégica deseada. Es una herramienta fundamental para el crecimiento sostenible y la competitividad. (Kaizen, 2024)

2.1.2.3.2. Desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo.

El desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo es fundamental para que los líderes puedan dirigir equipos, tomar decisiones estratégicas y adaptarse a entornos empresariales dinámicos. Estas habilidades incluyen la comunicación efectiva, toma de decisiones, resolución de problemas, inteligencia emocional, motivación, y capacidad para gestionar y desarrollar talento humano.

Las estrategias para desarrollarlas incluyen la formación continua mediante cursos y talleres, la mentoría y coaching personalizado, así como la práctica constante en contextos reales. Además, el liderazgo moderno enfatiza la autoridad basada en la influencia y asertividad, alejándose del liderazgo autoritario. Un líder efectivo inspira, motiva y comunica de forma que sea escuchado y respetado, promoviendo la innovación y el compromiso del equipo. (Galileo, 2024)

2.1.2.3.3. Acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas).

El acceso y uso de fuentes de financiamiento formal para empresas incluye opciones como créditos bancarios, microfinanzas, emisión de bonos, arrendamiento financiero y aumento de capital social. Estas fuentes están reguladas y estructuradas, facilitando a las empresas obtener recursos para inversión, crecimiento y operación.

1. **Créditos bancarios:** Préstamos con condiciones claras de plazo y tasa de interés que las empresas deben repagar.

2. Microfinanzas: Servicios financieros especializados dirigidos a pequeñas empresas o emprendedores con menor acceso al sistema bancario tradicional.
3. Emisión de bonos: Las empresas pueden emitir títulos de deuda para captar fondos de inversionistas.
4. Arrendamiento financiero (leasing): Método para adquirir activos pagando cuotas periódicas, con opción a compra al final del contrato.
5. Aumento de capital social: Las empresas pueden emitir nuevas acciones para obtener aportes de inversionistas, lo que fortalece la estructura financiera.

El financiamiento formal aporta ventajas como mayor volumen de recursos, asesoría financiera y mejora en la reputación crediticia de la empresa. Aunque implica obligaciones contractuales, permite fortalecer la capacidad operativa y competitiva de las empresas. (Prosperas, 2024)

2.2. MARCO CONCEPTUAL (PALABRAS CLAVES)

a) **Capital:** Capital es un término clave en economía y finanzas que se refiere a los recursos, bienes durables o activos financieros que se utilizan para producir bienes y servicios. Puede incluir maquinaria, herramientas, edificios, dinero invertido, software, y también puede abarcar el capital humano, que es el valor económico del conocimiento, habilidades y experiencia de las personas. (Economipedia, 2025)

b) **Competitividad:** La competitividad es la capacidad que tiene una persona, empresa, organización o país para posicionarse por delante de sus competidores, logrando una mejor posición en el mercado o sector donde opera. Se basa en desarrollar ventajas competitivas que permitan diferenciarse y obtener resultados superiores frente a otros actores. (Economipedia, 2020)

c) Cultura tributaria: La cultura tributaria es el conjunto de valores, conocimientos, actitudes y comportamientos que tienen los ciudadanos de una sociedad respecto al sistema tributario y al cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Se basa en la conciencia y el reconocimiento de la importancia de pagar impuestos como un deber cívico que sostiene el funcionamiento del Estado y la provisión de servicios públicos. (Cabrera Mendoza , Zevallos Echevarria, & Izquierdo Paucar , 2020)

d) Crecimiento Empresarial: El crecimiento empresarial es el proceso mediante el cual una empresa aumenta su tamaño, rentabilidad, número de clientes y participación en el mercado para consolidar y expandir su posición competitiva. Este crecimiento implica tanto aspectos cuantitativos, como mayores ingresos y activos, como cualitativos, relacionados con la mejora de procesos, innovación y desarrollo organizacional. (Economipedia, 2020)

e) Emprendedores: Los emprendedores son personas que detectan una oportunidad de negocio y se atreven a convertirla en un proyecto empresarial concreto, asumiendo los riesgos económicos y personales que esto implica. Son los creadores y organizadores de nuevos negocios que aportan innovación, liderazgo y pasión para llevar adelante sus ideas. (Economipedia, 2025)

f) Ética empresarial: La ética empresarial es el conjunto de principios morales y normas que orientan las acciones, decisiones y comportamientos de una empresa, con el fin de actuar de manera responsable, justa y transparente tanto internamente como con sus grupos de interés externos. Es un marco de referencia que guía a las organizaciones para operar con integridad, respeto y responsabilidad social. (eipymes, 2021)

g) Expansión comercial: La expansión comercial es una estrategia que busca ampliar la presencia de una empresa en nuevos mercados o segmentos, aumentando sus ventas, clientes

y participación en el mercado. Esta expansión puede darse de forma geográfica, mediante diversificación de productos, alianzas o fusiones, y aprovecha nuevas oportunidades para crecer y consolidarse. (Esic, 2023)

h) Financiamiento: El financiamiento se refiere a los recursos económicos que una empresa obtiene para llevar a cabo sus actividades, inversiones o expansión. Puede provenir de diversas fuentes y adoptar diferentes formas, todas con el objetivo de aportar el capital necesario para mantener y crecer el negocio. (CEUPE, 2023)

i) Formalización: La formalización empresarial es el proceso mediante el cual una empresa obtiene su reconocimiento legal y cumple con las normativas y requisitos establecidos por el Estado para operar de forma legal y segura. Este proceso permite a la empresa acceder a beneficios como mercados formales, crédito, protección legal y programas estatales. (Gomez Melgar, Orellano Torres, & Pozo Pillaca, 2023)

j) Ganancias: Las ganancias se refieren a los ingresos netos que obtiene una empresa tras deducir todos sus gastos operativos, costos y obligaciones tributarias. (Cevallos Briones & Carreño Arteaga, 2025)

k) Gestión Empresarial: La gestión empresarial es el conjunto de prácticas, decisiones y herramientas que permiten organizar, dirigir y controlar eficientemente todos los recursos de una empresa para alcanzar sus objetivos de manera efectiva y sostenible. Incluye la coordinación de recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, así como la adaptación a cambios del entorno para mantener la competitividad. (ISIL, 2025)

l) Mypes: Las MYPES en Perú son las micro y pequeñas empresas que constituyen una parte fundamental del tejido productivo y económico del país, representan una fuente importante de generación de empleo y dinamización económica, contribuyendo

significativamente a la economía local y nacional en Perú. (Gonzales Centon , Chavez Cubas, & Berrio Huillcacuri , 2023)

m) Planificación estratégica: La planificación estratégica es un proceso fundamental que permite a una empresa definir su visión, objetivos a largo plazo y las acciones necesarias para alcanzarlos. Implica un análisis del entorno interno y externo, identificación de oportunidades y riesgos, y la creación de un plan de acción para guiar la toma de decisiones que alineen a toda la organización con sus metas estratégicas. (Vasquez Rivera, 2023)

n) Recursos: Los recursos empresariales son todos los elementos, tanto tangibles como intangibles, que una empresa utiliza para operar, producir bienes o servicios y alcanzar sus objetivos. Estos recursos son fundamentales para la gestión eficiente y el éxito sostenible del negocio. (Gonzales Centon , Chavez Cubas, & Berrio Huillcacuri , 2023)

o) Rentabilidad: La rentabilidad es una medida que indica la capacidad de una empresa para generar ganancias a partir de sus ingresos, considerando sus costos y gastos. Es fundamental para evaluar la eficiencia económica y financiera de un negocio, especialmente en micro y pequeñas empresas (MYPES), donde es clave para la continuidad y crecimiento. (Gonzales Centon , Chavez Cubas, & Berrio Huillcacuri , 2023)

p) Tributación: La tributación para las MYPES en Perú comprende un conjunto de obligaciones fiscales que estas empresas deben cumplir para operar legalmente y contribuir al desarrollo económico del país. (Calle Dominguez, 2021)

q) Utilidades: Las utilidades en el contexto empresarial en Perú son el porcentaje de las ganancias netas obtenidas por una empresa que se distribuye entre sus trabajadores, representando su participación directa en el éxito económico del negocio. (Guerrero Flores, 2024)

r) Utilidad neta: La utilidad neta es el beneficio económico efectivo que obtiene una empresa después de descontar todos sus costos, gastos operativos, impuestos y otros cargos financieros de los ingresos totales. Representa la ganancia final que queda disponible para los dueños o accionistas de la empresa, reflejando la verdadera rentabilidad del negocio. (Economipedia, 2020)

s) Ventas: Las ventas son la acción de ofrecer y entregar bienes o servicios a un cliente a cambio de un pago, que generalmente se realiza en dinero. Las ventas constituyen un pilar esencial dentro de toda economía. Cada transacción comercial impulsa la actividad económica, ya que los ingresos obtenidos hacen posible el pago de salarios, la reinversión en nuevos bienes o servicios, la cobertura de gastos y el crecimiento de las empresas. (Economipedia, 2025)

2.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE)

2.3.1 Antecedentes Internacionales

a) (Vasquez Rivera, 2023) en su estudio titulado: “Cultura tributaria en los deberes formales en las microempresas del cantón Buena Fe”, para optar el grado académico de magíster en Contabilidad y Auditoría, mención Gestión Tributaria de la Universidad Regional Autónoma de los andes “UNIANDES”, Ambato, Ecuador.

Resumen: La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la cultura tributaria en los deberes formales en las microempresas del Cantón Buena Fe. La metodología utilizada estuvo basada en un enfoque cuantitativo y cualitativo, con un alcance descriptivo. La técnica para obtener la información fue mediante encuestas con una muestra dirigida a 94 tributantes del cantón Buena Fe, tomada de la base de datos del catastro del Registro Único de Contribuyentes con Ruc activo del Servicio de Rentas Internas del periodo 2022; para lo cual, se utilizó un cuestionario estructurado por 11 preguntas. Uno de los resultados más relevantes refleja que los microempresarios carecen de cultura tributaria, desconocen las normas y obligaciones dando como consecuencia la necesidad de fortalecer los conocimientos tributarios por medio de capacitaciones para comprender los deberes, obligaciones y sanciones que los contribuyentes adquieren cuando son registrados ante el SRI. Se debe implementar estrategias que impulsen a los contribuyentes a cumplir con sus deberes formales, motivar a los microempresarios a recibir capacitaciones continuas para que logren tener una educación óptima en temas tributarios.) (Vasquez Rivera, 2023)

b) (Zuniga Alvarez & Aguilar Toledo, 2020) en su estudio titulado:” Impacto de las capacitaciones del S.A.R. en la cultura tributaria de San Pedro Sula. Para optar al título de Master en Dirección Empresarial, de la Universidad Tecnológica Centroamericana, Honduras.

Resumen: La presente investigación tuvo el objetivo de conocer el impacto de los conocimientos tributarios impartidos en la escuela de capacitación del SAR, que inciden en la construcción de una cultura que conlleven al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. El enfoque de esta investigación es mixto, debido que se evalúan datos cualitativos como cualitativos, es un estudio no experimental con diseño transversal, debido que se ambos tipos de datos se analizan al mismo tiempo, tiene un alcance descriptivo correlacional, utilizando el método analítico para presentar los resultados. La muestra es no probabilística y la técnica de recolección de datos es la encuesta. Basado en los datos recolectados con la encuesta, se rechaza la hipótesis de investigación, ya que media de los niveles de conocimientos es de 2.29, por lo que se acepta la hipótesis nula. Se recomienda al SAR reforzar las capacitaciones de pagos a cuentas, retenciones, régimen de facturación y aplicativo Det live.) (Zuniga Alvarez & Aguilar Toledo, 2020)

2.3.2 Antecedentes Nacionales

a) (Zumaeta Julca, 2022) en su estudio titulado "la Cultura Tributaria y la recaudación fiscal en las MYPES de Lima Metropolitana, año 2019-2021", para optar el grado académico de Doctora en Contabilidad, de la Universidad Nacional Federico Villareal - Lima.

Resumen: La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación fiscal de las MYPES en Lima Metropolitana durante el periodo 2019 – 2021. El estudio se desarrolló bajo un diseño transversal o transeccional de nivel correlacional. La población estuvo conformada por las MYPES de Lima Metropolitana, de las cuales se seleccionó una muestra de 226 personas. Para la recolección de datos se empleó un cuestionario, y el análisis estadístico se realizó mediante el programa SPSS. Finalmente la principal conclusión a la que se llegó permite indicar que se pudo determinar que la Cultura Tributaria

influye significativamente en la Recaudación Fiscal en las Mypes de Lima Metropolitana. (Zumaeta Julca, 2022)

b) (Guerrero Flores, 2024) en su tesis titulado: “Cultura Tributaria y su relación con la Evasión Tributaria de las mypes del distrito del agustino, año 2023”, para optar el grado académico de Maestro en Tributación, de la Universidad Nacional Federico Villareal - Lima.

Resumen: La presente investigación tuvo como objetivo general establecer el vínculo dado entre la primera variable denominada cultura tributaria y una segunda variable denominada evasión tributaria de las MYPES en la localidad distrital del Agustino durante el periodo 2023. Se optó por respetar un diseño no experimental, de nivel correlacional, de tipo aplicado, la muestra y la respectiva población estuvo representada por 59 MYPES, finalmente se establece como conclusión que los niveles de significancia bilateral mostró un valor inferior a que se permite ($p=0.00 < 0.05$), razón por la cual no existe evidencia suficiente para proceder con la aceptación de la hipótesis alternativa, razón por la cual, se demuestra la existencia del vínculo significativo dado entre la cultura tributaria y la evasión tributaria de las MYPES en la localidad distrital del Agustino en el periodo 2023, por otra parte se cuenta con una inversa correlación equivalente a -0.727 , razón por la cual, se determina que cuando la cultura en materia de impuestos es superior, entonces la evasión tributaria resultará menor. (Guerrero Flores, 2024)

c) (Davirán Turín, 2022) en su tesis titulada: “La cultura tributaria y su relación en el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019-2020” para optar al grado académico de maestro en Administración y Gestión pública con mención en defensa nacional, de la escuela de posgrado del Centro de Altos Estudios Nacionales CAEN - Lima.

Resumen: El trabajo de investigación, titulado: “La cultura tributaria y su relación en el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019- 2020”, se planteó

como objetivo principal identificar la influencia de la cultura tributaria sobre el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019-2020, la investigación contó con un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación con que se trabajó fue básico, el método empleado fue el hipotético deductivo, de alcance correlacional, el diseño fue no experimental de corte transversal correlacional. La población existentes es de 1'038,939 personas en “San Juan de Lurigancho (S JL)” y cuenta con 444 comerciantes de los cuatro (04) grandes mercados; se trabajó con una muestra de 384 personas que fueron seleccionadas en forma aleatoria entre los comerciantes de los mercados de S JL, las fuentes de información fueron primarias; valiéndose de libros, artículos de revistas en PDF, tesis, las que tenían información original no abreviada ni traducida; se empleó las técnicas de la observación y la encuesta, y el instrumento fue un cuestionario estilo Likert. La investigación concluyó con un nivel significancia al 95%, identificando un coeficiente de correlación positiva alta entre “la cultura tributaria y el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019-2020”, la correlación de Spearman tuvo un valor de $r = 0,775$, resultado que confirma que el problema en el Perú no es la economía informal sino que recae en el Estado, por su incompetencia para satisfacer las necesidades fundamentales de los más pobres, como también se menciona que la legalidad solo es para los que tienen poder económico y político, y es por ello que las clases populares prefieren la ilegalidad. El sistema tributario es un mecanismo que favorece el cumplimiento voluntario de los contribuyentes, y para crear una consistente cultura tributaria se debe de formar una sólida conexión a través de los valores éticos y morales, recobrando con ello al individuo y a su conciencia, logrando con ello otorgar valores como ciudadanía, valoración del trabajo, responsabilidad, entre otros. (Davirán Turín, 2022)

d) (Risco Zamudio, 2021) en su tesis titulado : La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado modelo del distrito de Huaral , para optar el grado académico de maestro en contabilidad con mención en Tributación, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho.

Resumen: La presente Tesis tuvo como Objetivo general demostrar que la Cultura Tributaria influye de manera significativa en la Formalización de los Comerciantes del Mercado Modelo del Distrito de Huaral. Es una investigación aplicada, de diseño no experimental y tiene un enfoque cuantitativo. La Población estuvo conformada por 690 comerciantes del mercado modelo del Distrito de Huaral, la muestra estuvo constituida por 247 comerciantes, la misma fue determinada por el muestreo aleatorio simple. Los materiales y métodos que se utilizaron para la recolección de datos fueron la encuesta y el cuestionario que se aplicó en la muestra. Para el procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS y los estadísticos descriptivos y para la prueba de hipótesis la herramienta estadística no paramétrica Chi Cuadrada. Los resultados de la Tesis comprueban las hipótesis de estudio que se evidencia debido a que en la contrastación los valores prácticos de la Chi Cuadrado fueron mayores a los valores teóricos, por lo que se aceptaron las hipótesis planteadas y se rechazaron las hipótesis nulas lo que significa que la Cultura Tributaria influye de manera significativa en la Formalización de los Comerciantes del Mercado Modelo del Distrito de Huaral. (Risco Zamudio, 2021)

e) (Yauri Aquino, 2023) en su tesis titulado:” La cultura tributaria y la recaudación fiscal en del distrito de San Martín de Porres”, para optar el grado Académico de Magíster en Derecho con mención en Derecho Constitucional y Derechos Humanos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Lima.

Resumen: La presente investigación formulo como objetivo general determinar la relación entre las variables cultura tributaria y la recaudación fiscal, y su relación directa entre sus dimensiones e indicadores. La investigación es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de nivel descriptivo correlacional, de corte transversal. La población de estudio fue de 116 personas que realizan algún trámite tributario, la muestra fue de 90, con edad entre 23 y 65 años de edad, de los cuales 40 fueron hombres y 50 mujeres respectivamente. Dicho estudio concluye que existe correlación significativa positiva entre la cultura tributaria o variable independiente y la recaudación fiscal o variable dependiente, siendo el coeficiente de correlación de Spearman 0.481 (sig = 0,000). Esta relación de nivel medio se da debido al nivel medio predominantes de Cultura Tributaria de (87,8%) y el nivel de recaudación fiscal (63,3%) orientan la tendencia positiva de una relación entre ambas. A partir de los resultados de la investigación, podemos afirmar la significativa relación entre la cultura tributaria y la recaudación fiscal, siendo estos elementos relevantes para el gobierno local e indicadores de valoración para una construcción de cultura de contribución, y con ello una eficiente recaudación de la administración de estos recursos económicos. (Yauri Aquino, 2023)

2.3.3 Antecedentes Locales

a) (Mariño Loaiza, 2022) en su tesis titulado “Cultura tributaria e informalidad de los operadores turísticos en la región Cusco año 2015 a 2019” para optar el grado académico de Doctor en contabilidad, de la Universidad Andina del Cusco.

Resumen: La presente investigación tuvo como objetivo Determinar el grado de relación de la cultura tributaria con la informalidad de los operadores turísticos en la región Cusco en el periodo 2015 a 2019. El método fue de tipo básico, enfoque mixto, alcance descriptivo – correlacional, diseño no experimental, la población fue constituida por 1879 agencias de viajes, el

tamaño de muestra fue probabilística que es un total de 218 y la técnica fue la encuesta. Llegando a concluir: La cultura tributaria en los operadores turísticos de la región Cusco en el periodo 2015 a 2019, en cuanto a la conciencia tributaria en el 88,1% es alta; el 68,8% en cuanto a los valores ciudadanos relacionados a la tributación son regulares; se reflejó que la educación tributaria es alta en un 81,7% y el 67% de los prestadores de servicios reflejaron que su cultura tributaria es regular. La informalidad que evidencian los operadores turísticos en la región Cusco en el periodo 2015 a 2019, en las barreras burocráticas son altas en un 75,7%; para el 62,4% la política tributaria es alta; los costos de formalización para las agencias en un 92,7% son altos; para los prestadores de servicios la política laboral en el 90,4% son altos; en el caso de los reglamentos turísticos para el 79,4% es alto y como porcentaje general dio que el 92,2% de prestadores de servicios turísticos son altos en informalidad. El grado de relación de la cultura tributaria con la informalidad de los operadores turísticos en la región Cusco en el periodo 2015 a 2019 con una significancia de $p < 0,05$. (Mariño Loaiza, 2022)

2.4 HIPÓTESIS

a) Hipótesis General

La cultura tributaria se relaciona significativamente con el crecimiento empresarial de las de las mypes en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

b) Hipótesis Específicos

El conocimiento y cumplimiento tributario se relacionan significativamente con la Expansión Comercial de las mypes en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

La Educación y Capacitación se relacionan significativamente con la Gestión empresarial. de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

La actitud hacia la cultura tributaria se relaciona significativamente con la gestión empresarial a las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

2.5 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

Variable Independiente

X. CULTURA TRIBUTARIA

Variable Dependiente

Y. CRECIMIENTO EMPRESARIAL

2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable X CULTURA TRIBUTARIA	La cultura tributaria es el conjunto de valores, conocimientos, actitudes y prácticas que orientan la conducta de los ciudadanos frente al cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Implica no solo el conocimiento de las normas tributarias y sus beneficios, sino también la conciencia de que el pago de impuestos constituye un deber ciudadano que contribuye al sostenimiento del Estado y al desarrollo social y económico de un país. (SUNAT, 2021)	La cultura tributaria se medirá en los comerciantes de las MYPEs del mercado de abastos Vinocanchon a través de dimensiones e indicadores específicos que permitan identificar su nivel de conocimiento, percepción y cumplimiento tributario. (SUNAT, 2021)	<p>X1: Conocimiento y X2: Educación</p> <p>Y Capacitación: El conocimiento tributario es el nivel de información y comprensión que tienen los contribuyentes sobre el sistema fiscal, sus obligaciones, derechos y beneficios.</p> <p>La educación tributaria es el proceso formativo orientado a transmitir conocimientos, valores y actitudes sobre la importancia de los tributos, con el fin de promover una conciencia ciudadana responsable y un cumplimiento</p>	<p>X.1.1. Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales.</p> <p>X.1.2. Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.</p> <p>X.1.3. Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos.</p> <p>X.1.4 Registro legal y tributario</p> <p>X.2.1. Participación en talleres tributarios.</p> <p>X.2.2. Actualización en cambios normativos tributarios</p> <p>X.2.3. Nivel de comprensión de documentos tributarios.</p>

voluntario de las obligaciones
fiscales

X.3.1 Valoración de la
X3: Actitud hacia la cultura tributaria: formalización como oportunidad
Los valores en la de crecimiento empresarial.
cultura tributaria son principios X.3.2 Conciencia del impacto
éticos y morales que orientan el social positivo de la tributación.
comportamiento de los X.3.3 Conciencia cívica y ética
contribuyentes frente a sus empresarial.
deberes fiscales.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL	El crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) se entiende como el proceso de expansión sostenida en sus capacidades financieras, comerciales y organizacionales, que les permite incrementar su rentabilidad, competitividad y permanencia en el mercado. Implica no solo el aumento en ventas y utilidades, sino también la mejora en su formalización, acceso a	El crecimiento empresarial se define como el incremento observable y medible en la capacidad productiva, ventas, rentabilidad y formalización de una micro o pequeña empresa en un periodo determinado. (Calle Dominguez, 2021)	Y1: Expansión Comercial: La expansión comercial es el proceso mediante el cual una empresa amplía su presencia en el mercado, ya sea incrementando su número de clientes, diversificando productos o servicios, abriendo nuevos puntos de venta o ingresando a nuevos segmentos y territorios.	La Y.1.1. Incremento en el volumen de ventas. Y.1.2. Ampliación del número de clientes o puestos. Y.1.3. Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.
			Y2: Rentabilidad: La rentabilidad es la capacidad que tiene una empresa para generar utilidades en relación con los recursos que emplea, como activos o patrimonio.	Y.2.1. Utilidad neta sobre ventas. Y.2.2. Incremento de utilidades en el periodo. Y.2.3. Capacidad de reinversión de utilidades.
			Y3: Gestión empresarial: Es el proceso mediante el cual una MYPE adquiere un	Y.3.1. Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones

financiamiento y
capacidad de generar
empleo. (Calle
Dominguez, 2021)

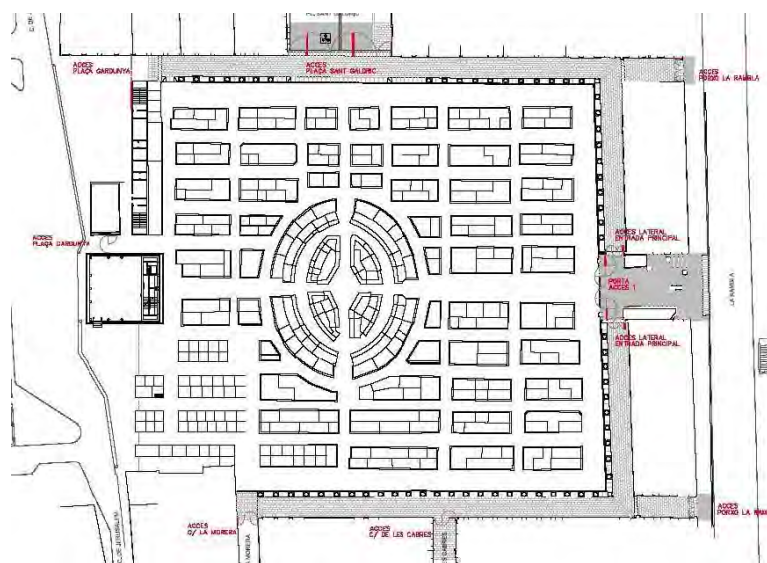
reconocimiento legal y administrativo Y.3.2. Desarrollo de habilidades
frente al Estado, cumpliendo con gerenciales y liderazgo.
requisitos como inscripción en registros Y.3.3 Acceso y uso de fuentes de
públicos, obtención de RUC, licencias financiamiento formal (créditos,
municipales y obligaciones tributarias y microfinanzas).
laborales.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1 ÁMBITO DE ESTUDIO: LOCALIZACIÓN POLÍTICA Y GEOGRÁFICA

En el distrito de San Jerónimo, el mercado de abastos de Vinocanchón es un eje central de la economía local y regional, al reunir a numerosas micro y pequeñas empresas (MYPEs) que generan empleo, dinamizan el comercio y aseguran el abastecimiento de productos básicos para la población cusqueña. Su rol estratégico se refleja en la distribución de alimentos frescos, insumos agrícolas y bienes de consumo esenciales, consolidándose como uno de los principales centros de intercambio económico del Cusco.

Figura 1
Plano Mercado de abastos Vinocanchón



Nota: Plano Mercado de abastos Vinocanchón - Cusco

Este mercado se caracteriza por ofrecer precios competitivos, variedad de productos y una atención cercana, lo que fortalece la confianza de los consumidores y mantiene el vínculo directo entre productores y clientes. Asimismo, su capacidad de adaptación frente a la creciente demanda lo convierte en un motor de desarrollo económico y de integración social, además de un espacio clave para la sostenibilidad del comercio regional.

3.2 TIPO Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación hemos aplicado la investigación aplicada. La investigación aplicada se explora con el fin de hacer, actuar, construir y modificar, con el objetivo de conocer la realidad económica, cultural, política y social de un área determinado, proponiendo soluciones fáciles y reales, necesarias a los problemas identificados.

El presente trabajo es de tipo aplicada ya que su objetivo es resolver problemas prácticos para satisfacer las necesidades de la sociedad, estudiando hechos y fenómenos de utilidad práctica, el problema está establecido y es conocido por el investigador (Hernández Sampieri, 2014).

ENFOQUE DE INVESTIGACION

La siguiente investigación está bajo el enfoque cuantitativo, con un nivel de investigación descriptivo y correlacional.

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio cada etapa precede a la siguiente y no se puede saltar pasos. El orden es riguroso; parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones (Hernández Sampieri, 2014).

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La siguiente investigación está bajo el enfoque cuantitativo, con un nivel de investigación descriptivo y correlacional.

Nivel descriptivo

El nivel descriptivo en la investigación, según Sampieri, busca detallar características, propiedades o comportamientos de un fenómeno o situación específica. Su objetivo principal es observar, registrar y representar lo que ocurre de manera sistemática, sin manipular las variables (Hernández Sampieri, 2014).

Orientada al descubrimiento de las propiedades particulares del hecho o situación problemática y también a la determinación de la frecuencia con que ocurre el hecho o situación problemática (Dueñas, 2013) .

La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población (Hernández Sampieri, 2014).

Nivel Correlacional

El nivel correlacional se orienta a analizar la presencia y la intensidad de la relación entre dos o más variables, sin que ello suponga necesariamente una conexión de causa-efecto. A diferencia del nivel descriptivo, este enfoque permite determinar el grado de asociación existente, ya sea positiva, negativa o nula. Su propósito es identificar cómo las variables se manifiestan de manera conjunta, reconociendo patrones de comportamiento que, aunque no explican causalidad, ofrecen pistas valiosas para realizar predicciones y comprender de forma preliminar las dinámicas compartidas entre los fenómenos estudiados. (Hernández Sampieri, 2018)

3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis está conformada por MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon del Distrito de San Jerónimo periodo 2024.

3.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO

La población (también llamada universo) se refiere al conjunto total de individuos, objetos o elementos que comparten características comunes y que son el objeto de estudio en una investigación. Es decir, incluye a todos los posibles casos que podrían ser considerados para recolectar datos y responder las preguntas de investigación (Hernández Sampieri, 2014).

La población de este estudio estará compuesta por 80 MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon del Distrito de San Jerónimo periodo 2024. se aplicará una encuesta dirigida al representante.

3.5. TAMAÑO DE MUESTRA

La muestra será de tipo no probabilístico intencional por conveniencia y estará conformada por 45 MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon del Distrito de San Jerónimo periodo 2024, seleccionadas debido a la disponibilidad limitada de participantes y las restricciones de tiempo y recursos para la realización del estudio.

3.6. TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE MUESTRA

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Hernández Sampieri, 2014).

3.7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta o del vaciado de datos que nos permitirá obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias y análisis cuantitativo del contenido de datos.

Encuesta

Según Sampieri, una encuesta es un método de recolección de datos que consiste en aplicar un cuestionario estructurado a una muestra de individuos seleccionados para obtener información específica sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos o características (Hernández Sampieri, 2014).

Búsqueda de información bibliográfica

El objetivo de esta técnica es proporcionar información y asesoramiento a sus usuarios facilitando la localización, el acceso y la utilización de los recursos documentales existentes, facilitando la obtención de referencias bibliográficas sobre cualquier tema de interés (Hernández Sampieri, 2014).

INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

El instrumento utilizado es:

Cuestionario

Un cuestionario es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados.

El cuestionario es un instrumento de investigación que, mediante un procedimiento estandarizado de interrogación, permite obtener mediciones cuantitativas comparables sobre diversos aspectos, tanto objetivos como sujetos (Garcia Fernando, 1977).

3.8. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

“La estadística inferencial nos permite dar respuestas a preguntas (hipótesis) sobre poblaciones grandes a partir de datos de grupos pequeños o muestras” Los cuestionarios son un plan formal para recabar información y alcanzar los objetivos de la investigación, el cuestionario nos permite uniformizar y estandariza la información recopilada. Se va aplicar procesamiento

estadístico elemental, para cuantificar las frecuencias de respuesta y porcentajes que representan éstas; así como Estadígrafos o gráficas estadísticas, para facilitar la observación y la comparación de resultados ya matematizados para ello utilizaremos el programa Microsoft Excel. (Hernandez Sampieri, 2018)

3.9. TÉCNICAS PARA DEMOSTRAR LA VERDAD O FALSEDAD DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS

Utilizando el programa estadístico SPSS, “se demostrará la hipótesis mediante la técnica de la hipótesis nula que es la afirmación que se pondrá a prueba. Y mediante intervalos de confianza que es un método de comprobación de hipótesis, y se basa en una estimación de los parámetros de la misma. En este tipo de prueba, la fórmula consiste en encontrar la media de la muestra y se compara con el error estándar para determinar cuál es mayor y aceptar la hipótesis nula. En otras palabras, esto se aproxima a cuán seguro (o convencido) se está de la hipótesis y el nivel de confianza” (Hernandez Sampieri, 2018).

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Encuesta – realizada de acuerdo a las variables

Variable: Sistema de Cultura Tributaria

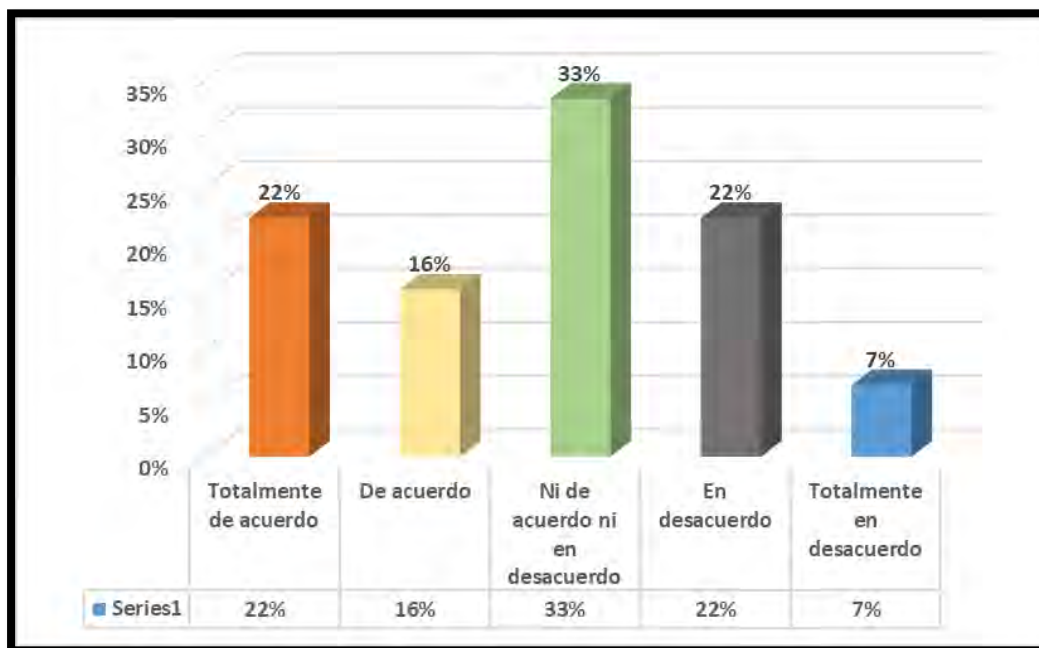
Item 1 ¿Conozco los beneficios o incentivos fiscales que ofrece el Estado?

Tabla 1

Indicador: *Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	10	22.00	22.00	22.00
De acuerdo	7	16.00	16.00	38.00
Ni de acuerdo ni en Valido desacuerdo	15	33.00	33.00	71.00
En desacuerdo	10	22.00	22.00	93.00
Totalmente en desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el conocimiento de beneficios o incentivos fiscales.

Figura 2Indicador: *Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales.*

Nota: La figura muestra el conocimiento de beneficios o incentivos fiscales

INTERPRETACION:

Como se aprecia en la Tabla N° 1 y la Figura N° 1, los resultados de la encuesta evidencian que un 22% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo en conocer los beneficios o incentivos fiscales que ofrece el Estado, mientras que un 16% señala estar de acuerdo. En tanto, un 33% mantiene una posición neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo). Por otro lado, un 22% expresa estar en desacuerdo y, finalmente, un 7% indica estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS

Los resultados evidencian una distribución desigual en el nivel de conocimiento sobre los beneficios fiscales. Si bien un 38% de los encuestados afirma conocerlos, esta cifra resulta insuficiente para generar un impacto positivo en la cultura tributaria, pues no alcanza a constituir

la mayoría. Este grupo informado representa un sector reducido que podría estar más vinculado con la formalidad o tener acceso a información especializada.

En contraste, un 29% reconoce explícitamente desconocer los beneficios, lo cual refleja un vacío informativo significativo. Este segmento muestra la falta de eficacia en las estrategias de comunicación del Estado respecto a los incentivos tributarios, situación que podría generar desinterés en la formalización.

Aún más revelador es el 33% que se mantiene neutral. Este porcentaje, siendo el más alto, sugiere que muchos contribuyentes tienen un conocimiento superficial o confuso, lo cual limita su capacidad para tomar decisiones conscientes sobre el cumplimiento fiscal. La neutralidad puede interpretarse como incertidumbre frente a la existencia, alcance o utilidad de los beneficios.

En suma, más del 60% de los encuestados carece de información clara o suficiente, lo que pone en evidencia la necesidad de fortalecer la educación y difusión tributaria. De no atenderse esta brecha, se corre el riesgo de que los incentivos fiscales pierdan su eficacia como herramientas para motivar la formalización y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Item 2: ¿Declaro y pago mis impuestos siempre en tiempo y forma, sin atraso?

Tabla 2

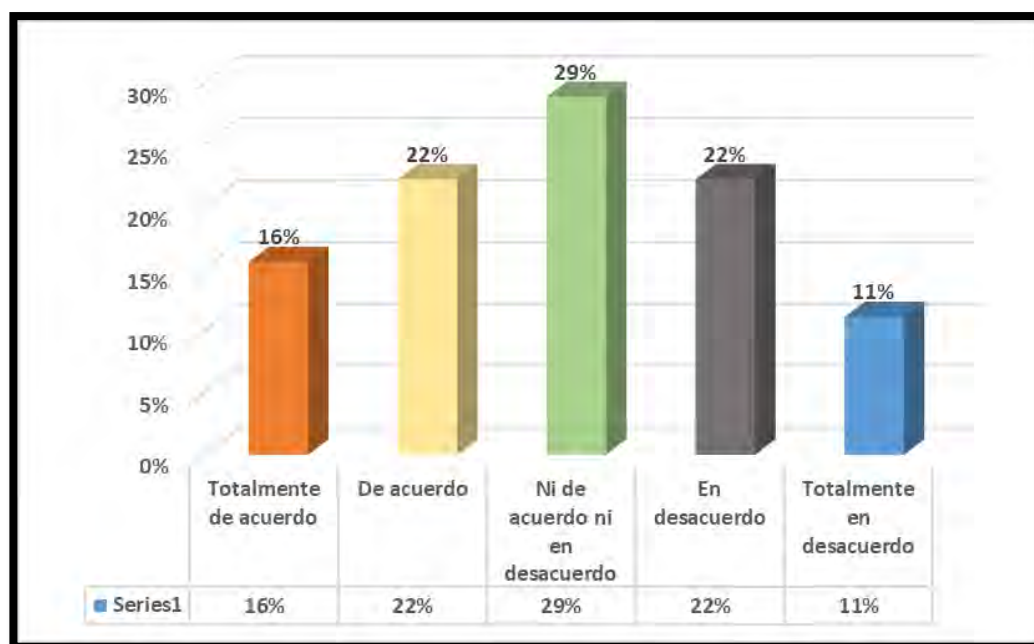
Indicador: *Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	7	16.00	16.00	16.00
	De acuerdo	10	22.00	22.00	38.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	29.00	29.00	67.00
	En desacuerdo	10	22.00	22.00	89.00
	Totalmente en desacuerdo	5	11.00	11.00	100.00
	TOTAL		45	100.00	100.00

Nota: La tabla muestra la declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.

Figura 3

Indicador: *Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.*



Nota: La figura muestra la declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.

INTERPRETACION:

Como se aprecia en la Tabla N° 2 y la Figura N° 2, el 16% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo con la afirmación 'declaro y pago mis impuestos siempre en tiempo y forma, sin atraso'; mientras que un 22% señala estar de acuerdo. Por otro lado, un 29% se mantiene neutral, un 22% está en desacuerdo y, finalmente, un 11% expresa estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Los datos muestran que el 38% de los encuestados (16% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo) afirma cumplir con la declaración y pago de sus impuestos en tiempo y forma, lo cual refleja un nivel de compromiso relativamente significativo, aunque no mayoritario, un 33% manifiesta algún nivel de incumplimiento (22% en desacuerdo y 11% totalmente en desacuerdo), lo que evidencia la existencia de un sector que reconoce dificultades o falta de hábito en el cumplimiento tributario.

Por su parte, el 29% restante mantiene una posición neutral, lo que puede interpretarse como desconocimiento, indiferencia o una falta de claridad respecto a su conducta frente al pago de impuestos.

Estos resultados evidencian que si bien existe un grupo considerable que cumple oportunamente con sus obligaciones tributarias, todavía se observa una proporción importante de contribuyentes que presenta actitudes de incumplimiento o indiferencia, lo cual podría estar asociado a factores como falta de cultura tributaria, desconocimiento normativo o desconfianza hacia la administración pública.

Item 3: ¿Mantengo un registro formal y ordenado de libros contables y documentos tributarios?

Tabla 3

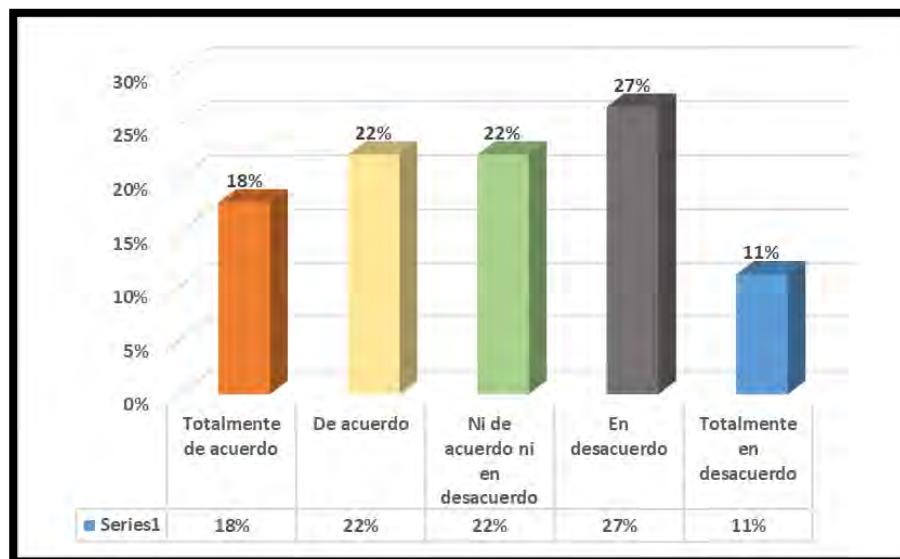
Indicador: *Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	8	18.00	18.00	18.00
	De acuerdo	10	22.00	22.00	40.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	22.00	22.00	62.00
	En desacuerdo	12	27.00	27.00	89.00
	Totalmente en desacuerdo	5	11.00	11.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el reporte formal y ordenado de libros contables y documentos.

Figura 4

Indicador: *Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos.*



Nota: La figura muestra el reporte formal y ordenado de libros contables y documentos.

INTERPRETACION:

Como se aprecia en la Tabla N.º 3 y la Figura N.º 3, el 18% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con mantener un registro formal y ordenado de sus libros contables y documentos tributarios, mientras que un 22% indicó estar de acuerdo. Por su parte, un 22% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 27% señaló estar en desacuerdo y, finalmente, un 11% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS

Los resultados de la encuesta muestran que únicamente el 40% de los encuestados (18% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo) afirma llevar un registro formal y ordenado de sus libros contables y documentos tributarios. Esta proporción, aunque significativa, revela que menos de la mitad de los participantes cumple de manera adecuada con esta práctica esencial para la gestión empresarial y tributaria. Por otro lado, el 38% manifiesta desacuerdo (27% en desacuerdo y 11% totalmente en desacuerdo), lo que evidencia que existe un grupo considerable de contribuyentes que no mantiene un registro contable adecuado. Este hallazgo es preocupante, ya que la ausencia

de un orden contable puede generar problemas en la declaración de impuestos, incumplimientos legales y limitaciones para acceder a financiamiento formal. El 22% restante se mantiene neutral, lo cual podría interpretarse como falta de conocimiento sobre la importancia de los registros contables, desconocimiento de la normativa, o una práctica irregular que no les permite posicionarse claramente.

Los resultados reflejan una situación dividida: si bien existe un sector que cumple con la formalidad contable, todavía predomina un alto porcentaje entre la neutralidad y el desacuerdo, lo que sugiere debilidades en la cultura contable y tributaria. Esto pone en evidencia la necesidad de implementar estrategias de capacitación, asesoría contable y fomento de la formalización, especialmente en las micro y pequeñas empresas, para fortalecer la transparencia y el cumplimiento tributario.

Item 4: ¿Mi negocio cuenta con un registro legal y tributario actualizado y vigente?

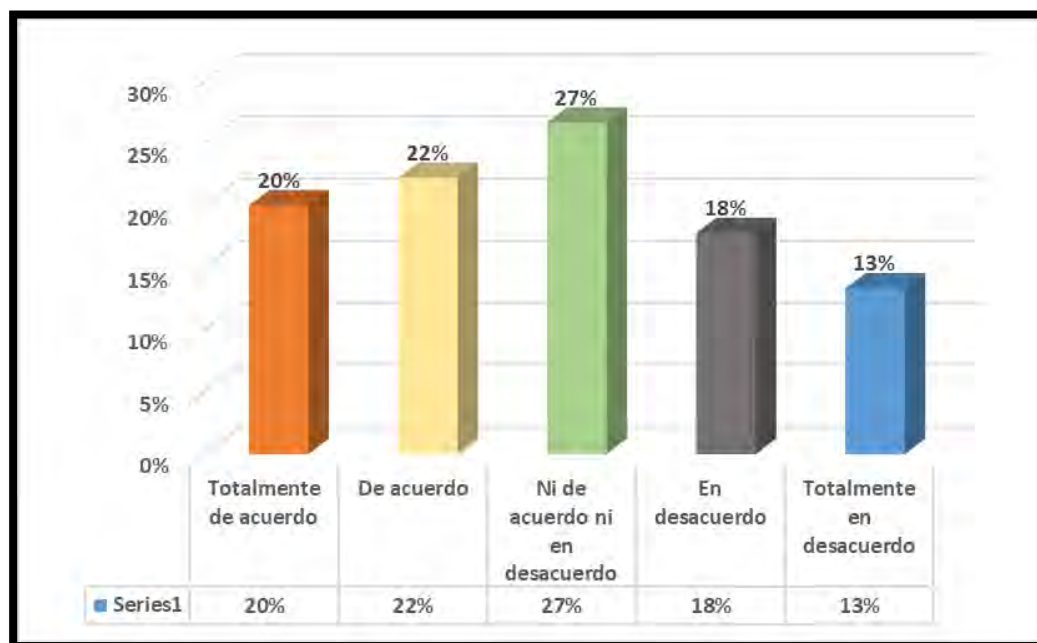
Tabla 4

Indicador: *Registro legal y tributario*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	9	20.00	20.00	20.00
	De acuerdo	10	22.00	22.00	42.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	27.00	27.00	69.00
	En desacuerdo	8	18.00	18.00	87.00
	Totalmente en desacuerdo	6	13.00	13.00	100.00
	TOTAL		45	100.00	100.00

Nota: La tabla muestra el registro legal y tributario

Figura 5
Indicador *Registro legal y tributario*



Nota: La figura muestra el registro legal y tributario

INTERPRETACION

Como se muestra en la Tabla N.º 4 y la Figura N.º 4, el 20% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con que su negocio cuenta con un registro legal y tributario actualizado y vigente, mientras que un 22% indicó estar de acuerdo. En contraste, un 27% se mantuvo neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 18% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 13% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Los datos evidencian que solo el 40% de los encuestados (18% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo) manifiesta mantener un registro formal y ordenado de sus libros contables y documentos tributarios. Este grupo representa una proporción relevante, pero insuficiente, dado que menos de la mitad de los participantes cumple adecuadamente con esta práctica esencial para la gestión empresarial y el cumplimiento tributario.

En contraste, un 38% expresa desacuerdo (27% en desacuerdo y 11% totalmente en desacuerdo), lo que revela que una parte considerable de los encuestados no lleva un control contable formal. Esta situación resulta preocupante, pues la ausencia de registros ordenados puede derivar en incumplimientos legales, dificultades en la declaración de impuestos y limitaciones para acceder a financiamiento o programas de apoyo empresarial.

Por otra parte, el 22% restante mantiene una postura neutral. Este resultado puede interpretarse como una falta de claridad sobre la importancia de los registros contables, desconocimiento de la normativa o prácticas irregulares que impiden a los encuestados adoptar una posición definida.

En síntesis, los resultados reflejan una situación heterogénea: mientras un sector cumple con la formalidad contable, otro grupo de magnitud similar se encuentra en desacuerdo o indiferente. Esto evidencia debilidades en la cultura contable y tributaria de los encuestados, lo cual resalta la necesidad de promover estrategias de capacitación, asesoría técnica y programas de formalización que fortalezcan la transparencia empresarial y el cumplimiento fiscal.

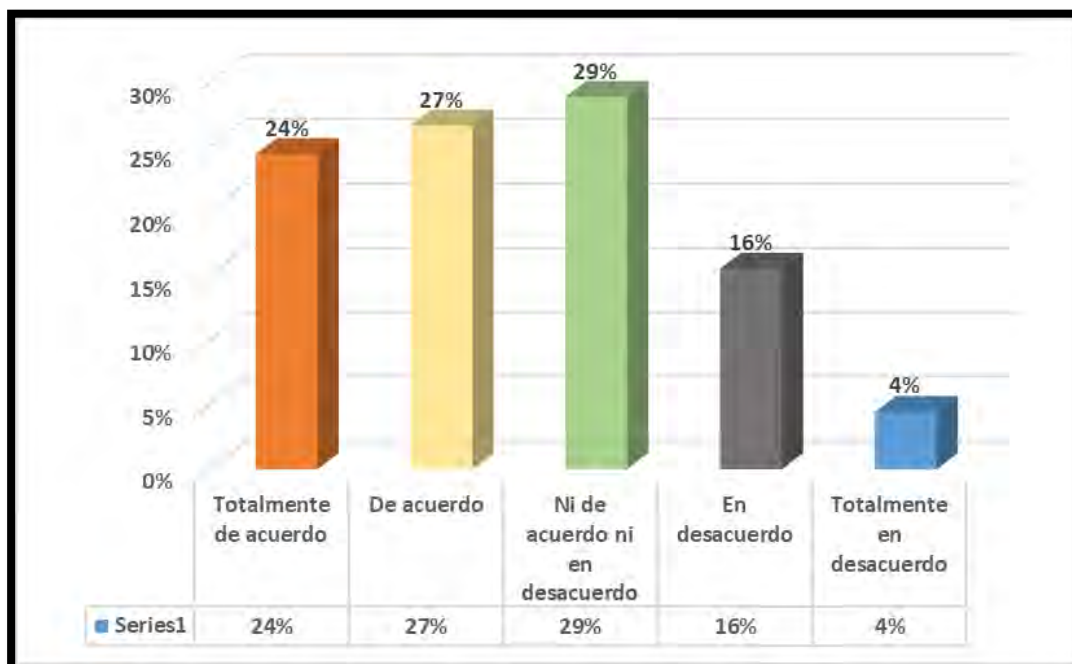
Item 5: ¿Participo regularmente en talleres o capacitaciones sobre temas tributarios?

Tabla 5

Indicador: *Participación en talleres tributarios*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	11	24.00	24.00	24.00
	De acuerdo	12	27.00	27.00	51.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	29.00	29.00	80.00
	En desacuerdo	7	16.00	16.00	96.00
	Totalmente en desacuerdo	2	4.00	4.00	100.00
	TOTAL		45	100.00	100.00

Nota: La tabla muestra la participación en talleres tributarios.

Figura 6Indicador: *Participación en talleres tributarios*

Nota: La figura muestra la participación en talleres tributarios

INTERPRETACION

Como se observa en la Tabla N.º 5 y la Figura N.º 5, el 24% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con participar regularmente en talleres o capacitaciones sobre temas tributarios, mientras que un 27% indicó estar de acuerdo. En contraste, un 29% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 16% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 4% señaló estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS

Los datos muestran que el 51% de los encuestados (24% totalmente de acuerdo y 27% de acuerdo) participa de manera regular en talleres o capacitaciones relacionadas con temas tributarios. Este resultado es positivo, ya que evidencia que más de la mitad de los contribuyentes reconoce la importancia de la formación para fortalecer sus conocimientos y prácticas fiscales.

Sin embargo, el 20% manifiesta algún nivel de desacuerdo (16% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo), lo que refleja que existe un grupo que no participa en este tipo de actividades, posiblemente por falta de interés, desconocimiento de la oferta de capacitaciones o limitaciones de tiempo y recursos.

Por otro lado, un 29% se mantiene en una posición neutral, lo que puede interpretarse como indiferencia, desconocimiento de la importancia de la capacitación o participación ocasional sin un compromiso sostenido.

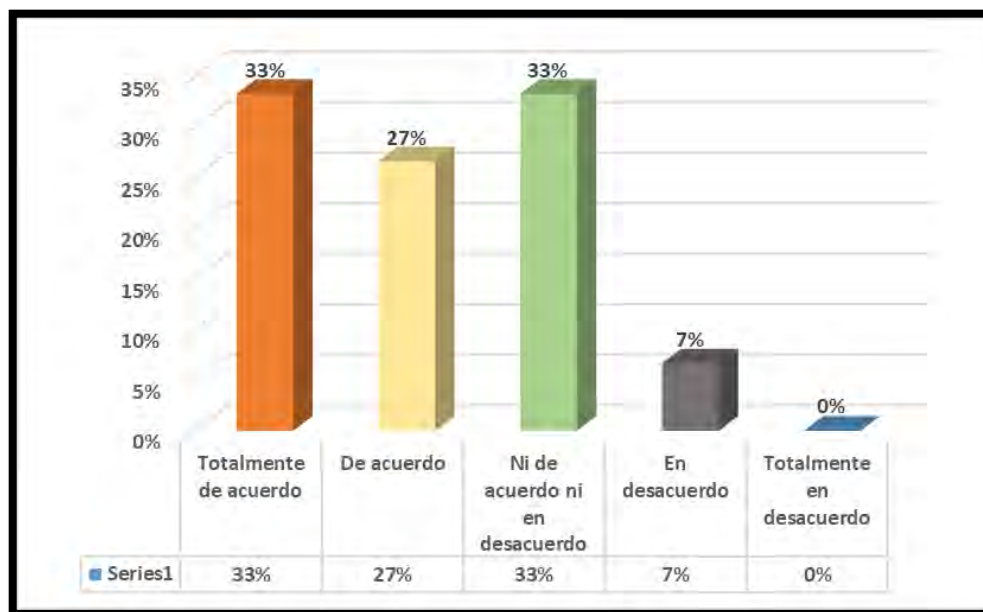
Estos resultados evidencian una tendencia favorable hacia la participación en talleres tributarios, aunque aún persiste un sector significativo que no se involucra activamente. Esta situación revela la necesidad de fortalecer programas de sensibilización y difusión, así como generar espacios accesibles y prácticos de capacitación, con el fin de consolidar la cultura tributaria y mejorar el nivel de cumplimiento de las obligaciones fiscales

Item 6: ¿Me esfuerzo por mantenerme actualizado respecto a los cambios en la normativa tributaria?

Tabla 6
Indicador: *Actualización en cambios normativos tributarios*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	15	33.00	33.00	33.00
	De acuerdo	12	27.00	27.00	60.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	33.00	33.00	93.00
	En desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra la actualización en cambios normativos tributarios

Figura 7Indicador: *Actualización en cambios normativos tributarios*

Nota: La figura muestra la actualización en cambios normativos tributarios.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N.º 6 y la Figura N.º 6, el 33% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que se esfuerza por mantenerse actualizado respecto a los cambios en la normativa tributaria, mientras que un 27% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 33% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y, finalmente, un 7% expresó estar en desacuerdo.

ANALISIS

Un 60% de los encuestados (33% totalmente de acuerdo y 27% de acuerdo) afirma realizar esfuerzos por mantenerse actualizado respecto a los cambios en la normativa tributaria. Este resultado refleja una disposición positiva y un interés mayoritario en cumplir con las obligaciones fiscales de manera informada.

Sin embargo, un 33% adopta una posición neutral, lo que podría interpretarse como una falta de compromiso claro, desconocimiento sobre la importancia de las actualizaciones normativas o una participación ocasional sin constancia en este proceso.

Finalmente, un 7% expresa desacuerdo, lo que indica que una minoría de los encuestados no se actualiza en materia tributaria, posiblemente por desinterés, limitaciones de acceso a información o falta de recursos para capacitarse.

Estos resultados evidencian que la mayoría de los contribuyentes reconoce la importancia de estar al día con la normativa tributaria, aunque persiste un sector considerable que se mantiene indiferente. Este escenario resalta la necesidad de fortalecer los mecanismos de difusión, capacitación y acompañamiento técnico, de modo que la totalidad de los contribuyentes cuente con herramientas para adaptarse oportunamente a los cambios legales y evitar riesgos de incumplimiento.

Item 7: ¿Comprendo adecuadamente los documentos tributarios que debo presentar o conservar para mi negocio?

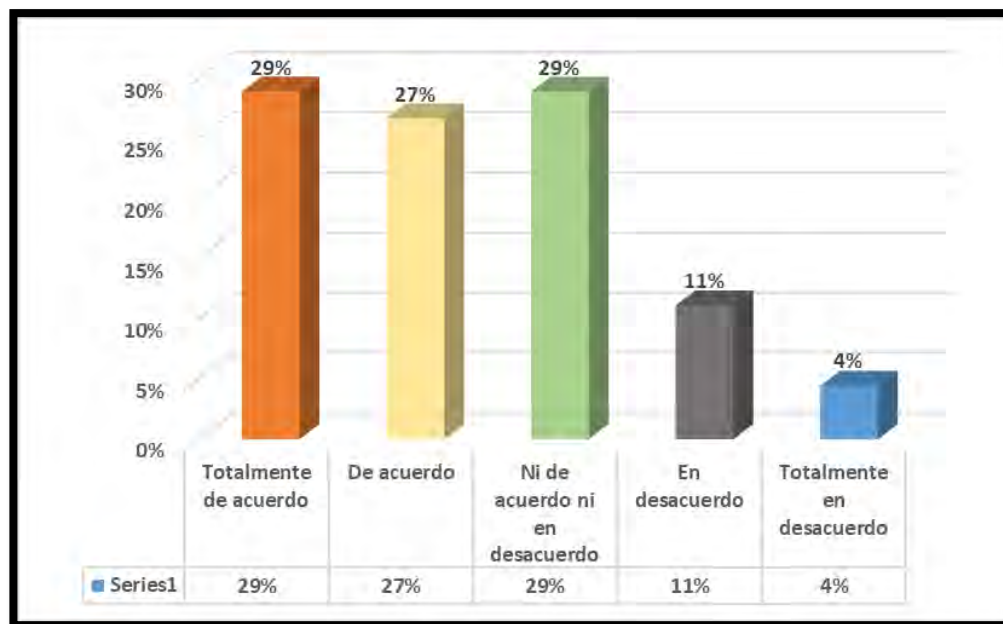
Tabla 7
Indicador: *Nivel de comprensión de documentos tributarios*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	13	29.00	29.00	29.00
	De acuerdo	12	27.00	27.00	56.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	29.00	29.00	85.00
	En desacuerdo	5	11.00	11.00	96.00
	Totalmente en desacuerdo	2	4.00	4.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el nivel de comprensión de documentos tributarios

Figura 8

indicador: *Nivel de comprensión de documentos tributarios*



Nota: La figura muestra el nivel de comprensión de documentos tributarios

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 7 y la Figura N° 7, el 29% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con comprender adecuadamente los documentos tributarios que deben presentar o conservar para su negocio, mientras que un 27% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 29% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 11% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 4% señaló estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS

Los resultados muestran que el 56% de los encuestados (29% totalmente de acuerdo y 27% de acuerdo) afirma comprender adecuadamente los documentos tributarios que deben presentar o conservar en su negocio. Este resultado refleja que más de la mitad de los participantes posee un nivel de conocimiento positivo en materia tributaria, lo cual contribuye al cumplimiento de sus

obligaciones fiscales, un 15% evidencia dificultades de comprensión (11% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo), lo que indica que aún existe un grupo que carece de claridad respecto a los documentos exigidos por la normativa, lo que podría derivar en errores u omisiones en los trámites tributarios.

Por su parte, un 29% se mantiene neutral, lo que puede interpretarse como falta de seguridad, conocimiento parcial o escasa práctica en la gestión de documentos tributarios.

Estos resultados revelan que, aunque una mayoría significativa comprende adecuadamente los documentos tributarios, todavía existe un sector considerable de contribuyentes que muestra indiferencia o desconocimiento. Esto resalta la necesidad de fortalecer programas de capacitación y asesoría tributaria, con el fin de garantizar que todos los contribuyentes tengan las herramientas necesarias para cumplir de manera eficiente con sus responsabilidades fiscales.

Item 8: ¿Considero que la formalización tributaria es una oportunidad para el crecimiento de mi negocio?

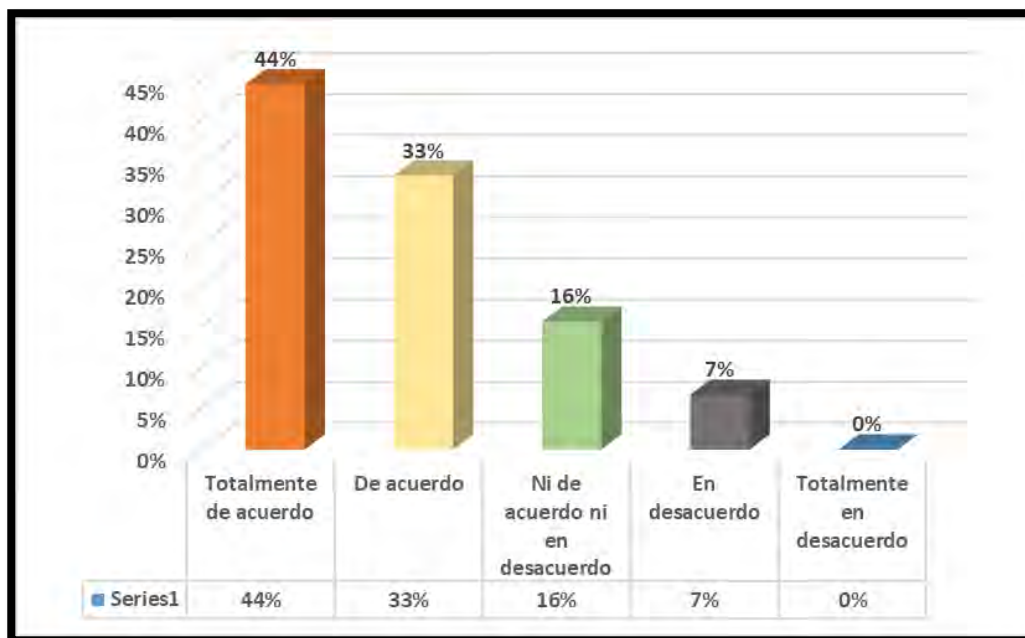
Tabla 8
Indicador: *Valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial.*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	20	44.00	44.00	44.00
	De acuerdo	15	33.00	33.00	77.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	16.00	16.00	93.00
	En desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra la valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial

Figura 9

Indicador: *Valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial.*



Nota: La figura muestra la valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 8 y figura N° 8, el 44% está totalmente de acuerdo en que Considera que la formalización tributaria es una oportunidad para el crecimiento de su negocio, así también un 33% está de acuerdo, por otro lado, un 16% no está de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente un 7% está en desacuerdo.

ANALISIS

Una amplia mayoría de los encuestados, equivalente al 77% (44% totalmente de acuerdo y 33% de acuerdo), percibe la formalización tributaria como una oportunidad de crecimiento para su negocio. Este hallazgo refleja una visión positiva hacia la formalidad, lo cual es alentador, ya que implica que gran parte de los emprendedores reconoce los beneficios que puede traer consigo,

como acceso a financiamiento, programas de apoyo empresarial y mayor competitividad en el mercado.

En contraste, un 7% expresó desacuerdo, lo que representa a un sector reducido que posiblemente perciba la formalización como una carga administrativa o un incremento de costos.

Por su parte, un 16% se mantiene en una posición neutral, lo que puede deberse a falta de información, desconocimiento de los beneficios de la formalización o dudas respecto al impacto real que esta puede tener en sus negocios.

Los resultados muestran una tendencia claramente favorable hacia la formalización tributaria, aunque todavía existe un grupo minoritario con percepciones negativas o indiferentes. Esto sugiere que, si bien la mayoría valora la formalidad como un motor de crecimiento, es necesario reforzar las estrategias de sensibilización y difusión para que los beneficios de formalizarse lleguen de manera clara y concreta a todos los contribuyentes.

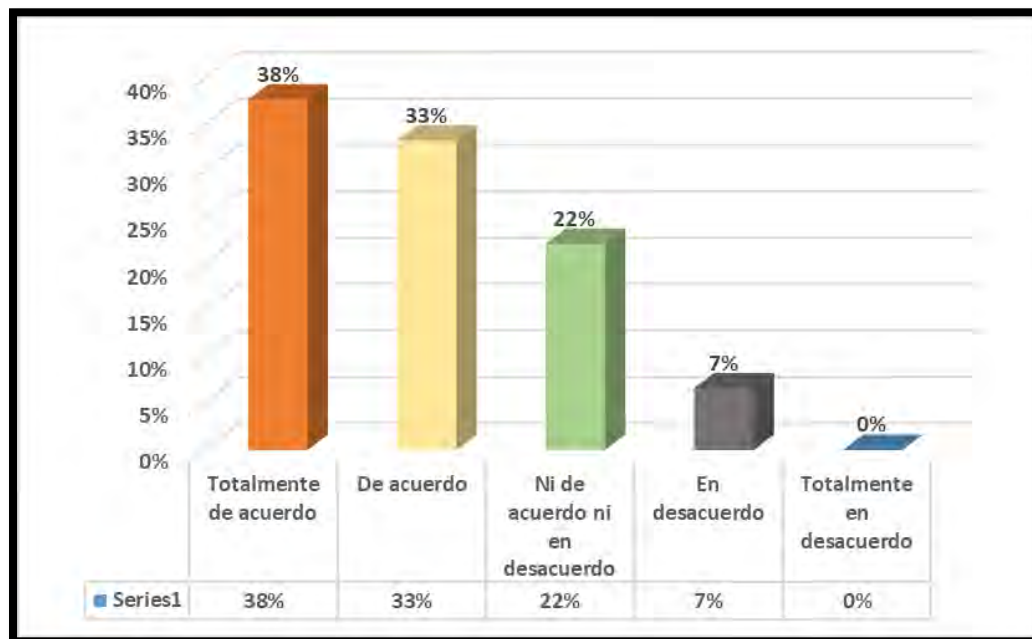
Item 9: ¿Reconozco el impacto social favorable que tiene cumplir con los tributos?

Tabla 9

Indicador: *Conciencia del impacto social positivo de la tributación*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	17	38.00	38.00	38.00
	De acuerdo	15	33.00	33.00	71.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	22.00	22.00	93.00
	En desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el nivel de conciencia del impacto social positivo de la tributación.

Figura 10Indicador: *Conciencia del impacto social positivo de la tributación*

Nota: La figura muestra el nivel de conciencia del impacto social positivo de la tributación.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N.º 9 y la Figura N.º 9, el 38% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en reconocer el impacto social favorable que tiene cumplir con los tributos, mientras que un 33% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 22% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y, finalmente, un 7% expresó estar en desacuerdo.

ANALISIS:

Los resultados evidencian que el 71% de los encuestados (38% totalmente de acuerdo y 33% de acuerdo) reconoce el impacto social favorable del cumplimiento tributario. Este hallazgo es muy relevante, pues refleja que la mayoría de los participantes comprende que los tributos no solo representan una obligación legal, sino también un mecanismo que contribuye al financiamiento de servicios públicos, infraestructura y bienestar social.

En contraste, un 7% manifestó desacuerdo, lo que revela la existencia de un grupo minoritario que posiblemente no percibe beneficios tangibles derivados del cumplimiento fiscal o mantiene una visión negativa hacia la administración tributaria.

Asimismo, un 22% se mantiene en una posición neutral, lo que puede interpretarse como falta de información, escasa sensibilización sobre la función social de los tributos o indiferencia frente a este aspecto.

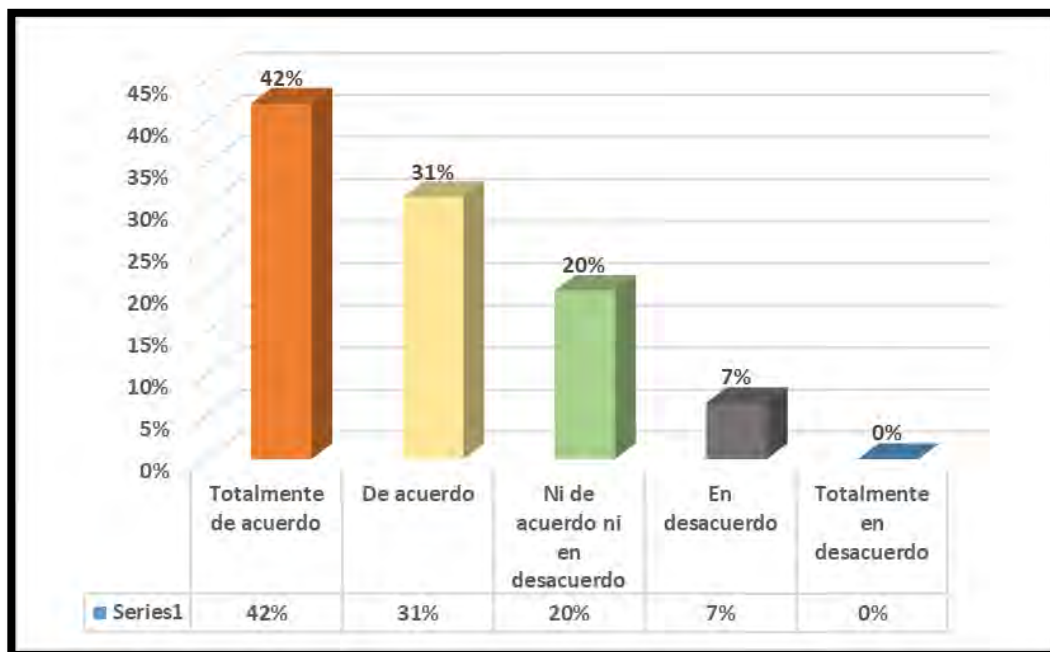
Estos resultados reflejan una tendencia mayoritariamente positiva hacia la valoración social de los impuestos, aunque persisten sectores con percepciones de indiferencia o rechazo. Este panorama resalta la necesidad de fortalecer la cultura tributaria mediante campañas de educación fiscal y transparencia en la gestión de los recursos públicos, de modo que los contribuyentes perciban de manera clara la relación entre el cumplimiento tributario y la mejora del bienestar colectivo.

Ítem 10: ¿Valoro la importancia de la ética empresarial y la responsabilidad cívica en el cumplimiento de mis obligaciones fiscales?

Tabla 10
Indicador: *Conciencia cívica y ética empresarial.*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	19	42.00	42.00	42.00
	De acuerdo	14	31.00	31.00	73.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	20.00	20.00	93.00
	En desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	0.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el nivel de conciencia cívica y ética empresarial.

Figura 11Indicador: *Conciencia cívica y ética empresarial.*

Nota: La figura muestra el nivel de conciencia cívica y ética empresarial.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N.º 10 y la Figura N.º 10, el 42% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en valorar la importancia de la ética empresarial y la responsabilidad cívica en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, mientras que un 31% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 20% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y, finalmente, un 7% expresó estar en desacuerdo.

ANALISIS:

Se evidencia que el 73% de los encuestados (42% totalmente de acuerdo y 31% de acuerdo) valora la importancia de la ética empresarial y la responsabilidad cívica en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Este hallazgo es altamente positivo, pues refleja que la mayoría de los

participantes reconoce que el pago de impuestos no solo es un deber legal, sino también un compromiso ético y social vinculado al bien común.

En contraste, un 7% manifestó estar en desacuerdo, lo que sugiere la existencia de un pequeño sector que no asocia el cumplimiento tributario con principios de ética o responsabilidad cívica, posiblemente por desconfianza en el uso de los recursos públicos o por priorizar intereses individuales. Por su parte, un 20% adoptó una posición neutral, lo que podría interpretarse como falta de claridad en torno al rol de la ética y la responsabilidad social en el ámbito tributario, o bien como indiferencia frente a este aspecto. En conjunto, los resultados muestran una tendencia predominantemente favorable hacia la dimensión ética y cívica del cumplimiento fiscal, aunque aún se identifican segmentos que requieren ser sensibilizados. Este escenario pone de relieve la necesidad de reforzar la educación tributaria y la transparencia en la gestión pública, de modo que los contribuyentes perciban el cumplimiento no solo como una obligación legal, sino también como un valor moral que contribuye al desarrollo social y empresarial sostenible.

Variable: Crecimiento empresarial

Ítem 11: ¿Percibe un aumento significativo en el volumen de ventas, reflejando una mayor demanda y aceptación de los productos?

Tabla 11

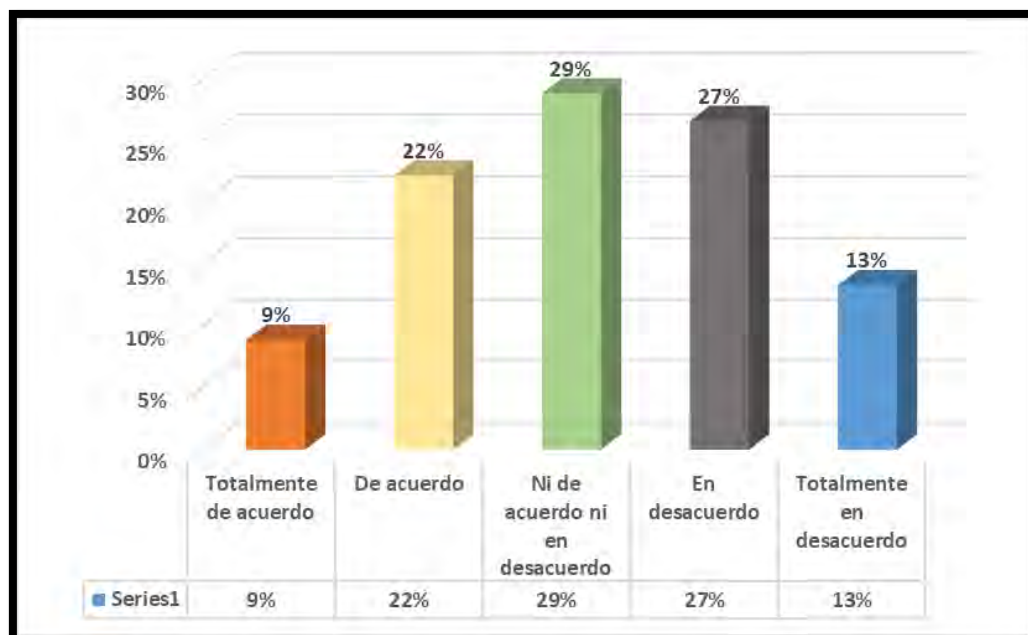
Indicador: *Incremento en el volumen de ventas.*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	9.00	9.00	9.00
De acuerdo	10	22.00	22.00	31.00
Ni de acuerdo ni en Valido desacuerdo	13	29.00	29.00	60.00
En desacuerdo	12	27.00	27.00	87.00
Totalmente en desacuerdo	6	13.00	13.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el incremento en el volumen de ventas.

Figura 12

Indicador: *Incremento en el volumen de ventas.*



Nota: La figura muestra el incremento en el volumen de ventas.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N.º 11 y la Figura N.º 11, el 9% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en percibir un aumento significativo en el volumen de ventas, reflejando una mayor demanda y aceptación de sus productos; mientras que un 22% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 29% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 27% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 13% señaló estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS

Los resultados muestran que solo el 31% de los encuestados (9% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo) percibe un aumento significativo en el volumen de ventas, lo que refleja una mayor demanda y aceptación de sus productos. Este grupo representa una proporción reducida, lo que indica que los beneficios comerciales percibidos no son uniformes entre los negocios.

En contraste, un 40% de los encuestados expresa desacuerdo (27% en desacuerdo y 13% totalmente en desacuerdo), evidenciando que para una parte considerable de los participantes no se ha materializado un crecimiento en sus ventas. Esta percepción puede estar vinculada a factores externos como la competencia, cambios en la demanda del mercado o dificultades en la gestión empresarial. Por su parte, un 29% se mantiene en una posición neutral, lo que podría interpretarse como incertidumbre respecto al impacto de sus estrategias comerciales, ausencia de mediciones claras sobre el desempeño de ventas o variaciones poco significativas que no permiten una postura definida. En conjunto, los resultados reflejan que, si bien existe un grupo que reconoce un impacto positivo en el crecimiento de sus ventas, predomina la percepción de estancamiento o desacuerdo. Esto sugiere la necesidad de implementar estrategias de fortalecimiento comercial y de formalización empresarial, orientadas a mejorar la competitividad, ampliar mercados y optimizar

la gestión de ventas, de modo que los negocios logren capitalizar de manera más visible los beneficios de su actividad.

Item 12: ¿Considera usted que la cantidad de clientes o puestos ha aumentado de manera significativa?

Tabla 12

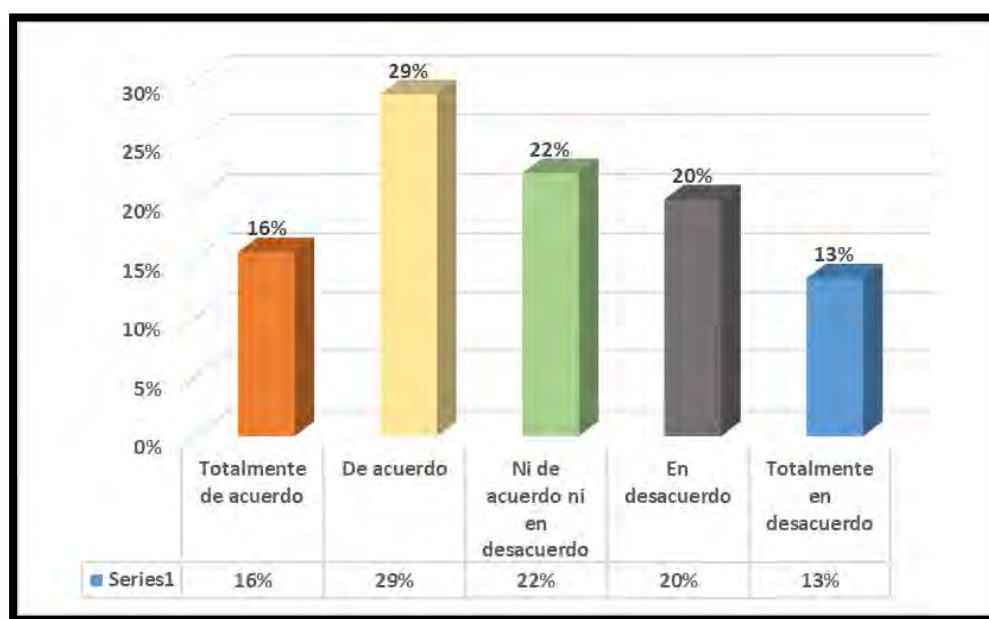
Indicador: *Ampliación del número de clientes o puestos.*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	7	16.00	16.00	16.00
	De acuerdo	13	29.00	29.00	45.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	22.00	22.00	67.00
	En desacuerdo	9	20.00	20.00	87.00
	Totalmente en desacuerdo	6	13.00	13.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra la ampliación del número de clientes o puestos.

Figura 13

Indicador: *Ampliación del número de clientes o puestos.*



Nota: La figura muestra la ampliación del número de clientes o puestos.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N.º 12 y la Figura N.º 12, el 16% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que la cantidad de clientes o puestos ha aumentado de manera significativa, mientras que un 29% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 22% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), un 20% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 13% señaló estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS

Se evidencia que un 45% de los encuestados (16% totalmente de acuerdo y 29% de acuerdo) considera que la cantidad de clientes o puestos ha aumentado de manera significativa. Este grupo refleja una percepción positiva de crecimiento y expansión, lo cual puede estar asociado a una mayor aceptación en el mercado o a estrategias comerciales efectivas.

En contraste, un 33% expresa desacuerdo (20% en desacuerdo y 13% totalmente en desacuerdo), lo que evidencia que para una parte importante de los encuestados no se ha producido un incremento real en su clientela. Este resultado podría estar vinculado a factores como la alta competencia, condiciones económicas desfavorables o limitaciones en la capacidad de atender mayor demanda. Por otro lado, un 22% se mantiene en una posición neutral, lo que puede interpretarse como falta de certeza respecto a la evolución de su clientela o ausencia de indicadores claros que les permitan valorar con precisión el crecimiento de sus negocios.

Estos resultados reflejan una tendencia positiva moderada, ya que, aunque existe un sector que percibe un incremento en su clientela, todavía persiste un porcentaje significativo de neutralidad y desacuerdo. Esto sugiere la necesidad de fortalecer la gestión comercial, el acceso a mercados y las estrategias de fidelización de clientes, con el fin de lograr un crecimiento más generalizado y sostenible en los negocios.

Item 13: ¿La organización física y administrativa del puesto de venta está diseñada para optimizar la atención al público, mejorando así la experiencia del cliente y favoreciendo el incremento en ventas?

Tabla 13

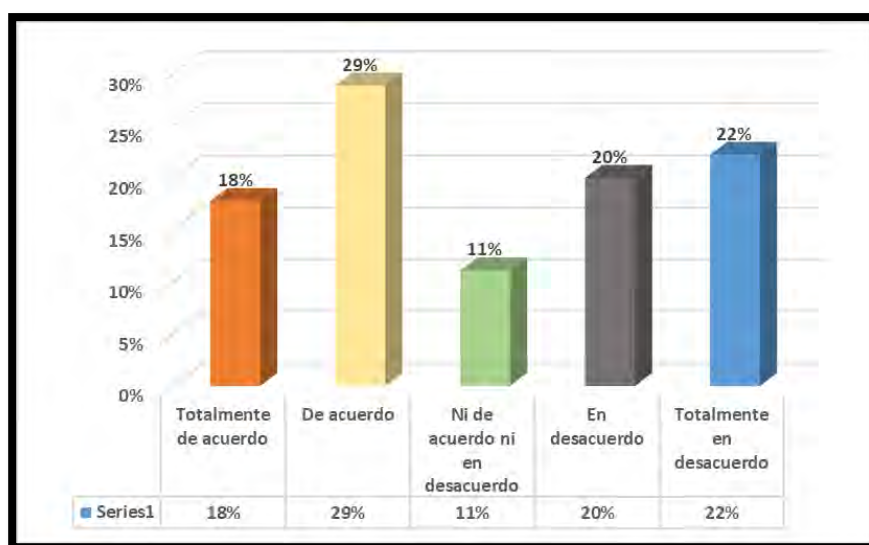
Indicador: *Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	8	18.00	18.00	18.00
De acuerdo	13	29.00	29.00	47.00
Ni de acuerdo ni en Valido desacuerdo	5	11.00	11.00	58.00
En desacuerdo	9	20.00	20.00	78.00
Totalmente en desacuerdo	10	22.00	22.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra la organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.

Figura 14

Indicador: *Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.*



Nota: La figura muestra la organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas.

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 13 y en la figura N° 13, el 18% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que la organización física y administrativa de su puesto de venta está diseñada para optimizar la atención al público, mejorando la experiencia del cliente y favoreciendo el incremento en ventas. Asimismo, el 29% señaló estar de acuerdo, mientras que un 11% se mantuvo neutral. Por otro lado, el 20% indicó estar en desacuerdo y un 22% totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Los resultados muestran que solo un 47% de los encuestados (18% totalmente de acuerdo y 29% de acuerdo) percibe que la organización física y administrativa de su puesto de venta está adecuadamente diseñada para optimizar la atención al cliente y, en consecuencia, favorecer el incremento en ventas. Este grupo evidencia un nivel de gestión más orientado a la eficiencia y a la satisfacción del consumidor.

En contraste, un 42% (20% en desacuerdo y 22% totalmente en desacuerdo) no considera que la organización de sus puestos esté bien estructurada, lo que refleja debilidades en la gestión interna y posibles limitaciones de recursos, espacio o capacitación en aspectos de administración de negocios. Finalmente, un 11% se mantiene neutral, lo que indica indiferencia o falta de claridad para evaluar este aspecto.

Estos datos evidencian una división significativa entre quienes sí aplican estrategias organizativas y quienes no, lo cual puede impactar directamente en la competitividad de los negocios dentro del mercado de abastos. La falta de organización en casi la mitad de los encuestados podría estar limitando la atracción de clientes, la fidelización y el crecimiento en

ventas, mientras que aquellos con mejor gestión física y administrativa estarían en mejores condiciones de aprovechar las oportunidades comerciales.

Item 14: ¿La utilidad neta sobre ventas refleja una buena gestión de costos e ingresos, generando ganancias importantes?

Tabla 14

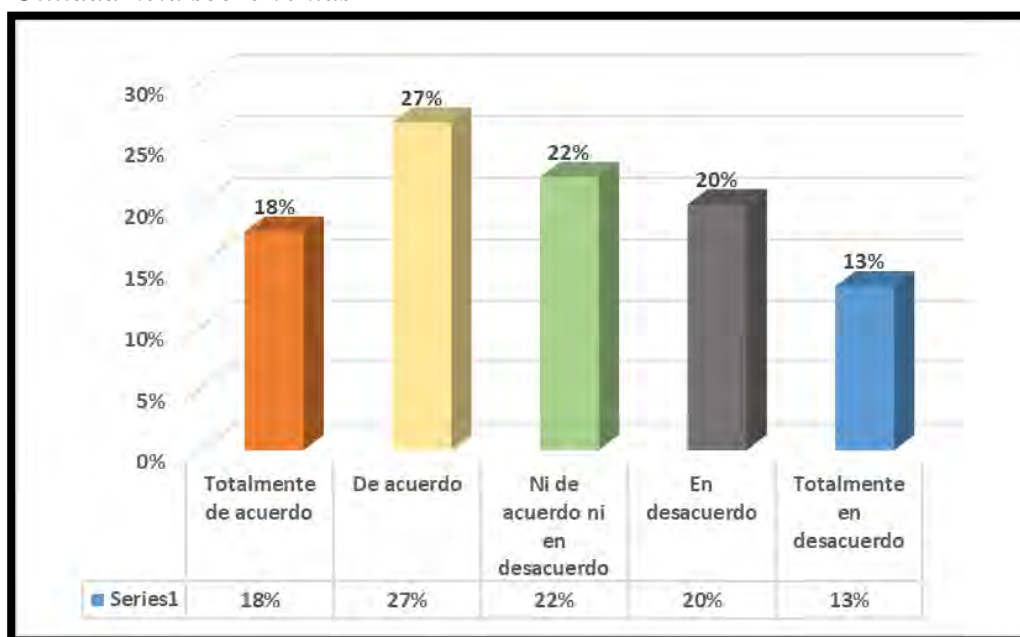
Indicador: *Utilidad neta sobre ventas.*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	8	18.00	18.00	18.00
	De acuerdo	12	27.00	27.00	45.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	22.00	22.00	67.00
	En desacuerdo	9	20.00	20.00	87.00
	Totalmente en desacuerdo	6	13.00	13.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra la utilidad neta sobre ventas.

Figura 15

Indicador: *Utilidad neta sobre ventas*



Nota: La figura muestra la utilidad neta sobre ventas.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 14 y la Figura N° 14, el 18% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que su utilidad neta sobre ventas refleja una adecuada gestión de costos e ingresos, generando ganancias significativas. Asimismo, un 27% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 22% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 20% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 13% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Un 45% de los encuestados (18% totalmente de acuerdo y 27% de acuerdo) considera que su utilidad neta refleja una buena gestión administrativa y financiera, lo que evidencia la existencia de un grupo que logra generar ganancias significativas gracias a un control adecuado de costos y un manejo eficiente de ingresos. Sin embargo, un 33% (20% en desacuerdo y 13% totalmente en desacuerdo) no percibe que sus resultados financieros se traduzcan en utilidades favorables, lo cual podría deberse a una deficiente planificación, altos costos operativos o dificultades en la fijación de precios y márgenes de ganancia. Por su parte, un 22% mantiene una posición neutral, lo que indica que no identifican claramente un impacto directo entre su gestión de costos/ingresos y las utilidades obtenidas, posiblemente por falta de control contable detallado o desconocimiento de indicadores financieros.

Estos resultados evidencian que, si bien una parte importante de los negocios logra manejar sus costos e ingresos de forma positiva, todavía existe un sector considerable que enfrenta dificultades para traducir sus operaciones en utilidades sólidas, lo que revela la necesidad de fortalecer capacitación en gestión financiera, control de costos y análisis de rentabilidad.

Ítem 15: ¿Las utilidades o ganancias han crecido de forma constante durante el periodo evaluado, mostrando una mejor gestión y eficiencia del negocio?

Tabla 15

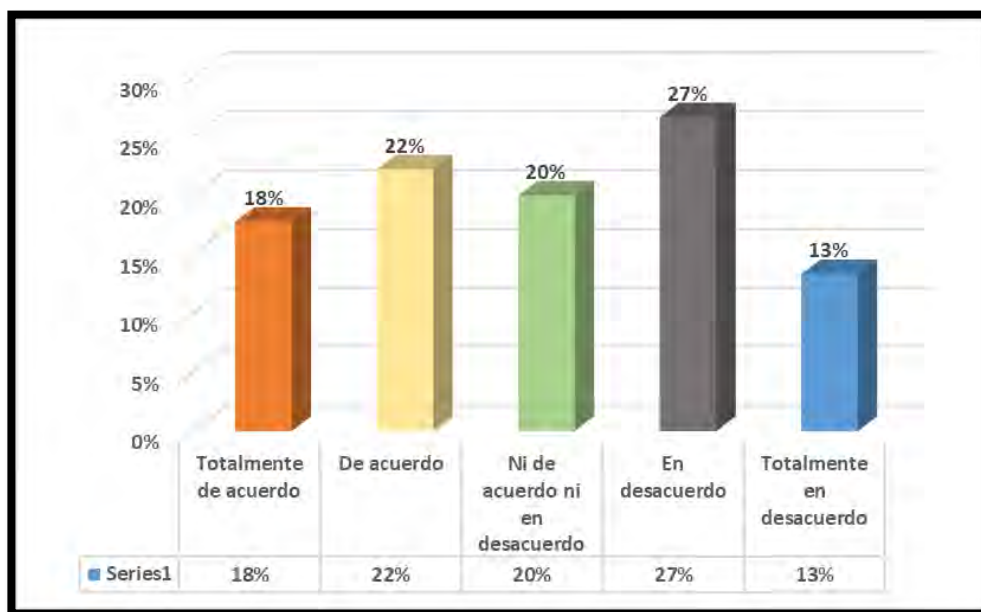
Indicador: *Incremento de utilidades en el periodo.*

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	8	18.00	18.00	18.00
	De acuerdo	10	22.00	22.00	40.00
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	20.00	20.00	60.00
	En desacuerdo	12	27.00	27.00	87.00
	Totalmente en desacuerdo	6	13.00	13.00	100.00
	TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el incremento de utilidades en el periodo.

Figura 16

Indicador: *Incremento de utilidades en el periodo.*



Nota: La figura muestra el incremento de utilidades en el periodo.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 15 y la Figura N° 15, el 18% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que sus utilidades o ganancias han crecido de forma constante durante el periodo evaluado, lo que refleja una mejor gestión y eficiencia del negocio. Asimismo, un 22% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 20% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 27% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 13% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Un 40% de los encuestados (18% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo) reconoce que sus ganancias han crecido de forma sostenida, lo que refleja que una parte importante de los negocios ha logrado mejorar su gestión y eficiencia operativa, posiblemente a través de una adecuada administración de costos, mejor control financiero o un incremento en la demanda de sus productos. Sin embargo, un 40% también manifiesta lo contrario (27% en desacuerdo y 13% totalmente en desacuerdo), lo que evidencia que otro sector de los negocios no ha experimentado un crecimiento constante en sus utilidades. Esto puede deberse a factores como altos costos operativos, baja competitividad, estacionalidad en las ventas o una deficiente gestión administrativa. Por su parte, un 20% se mantiene en una posición neutral, lo que podría reflejar falta de seguimiento contable-financiero o desconocimiento del desempeño real de sus resultados.

Estos resultados evidencian que, si bien existe un grupo de negocios que logra sostener un crecimiento en sus utilidades, otra proporción igual enfrenta dificultades para mantener dicha tendencia, lo cual resalta la importancia de fortalecer la planificación financiera, control de gastos, diversificación de clientes y estrategias de competitividad en el mercado.

Item 16: ¿Su negocio tiene la capacidad de reinvertir sus utilidades para fortalecerse, crecer o innovar en sus operaciones?

Tabla 16

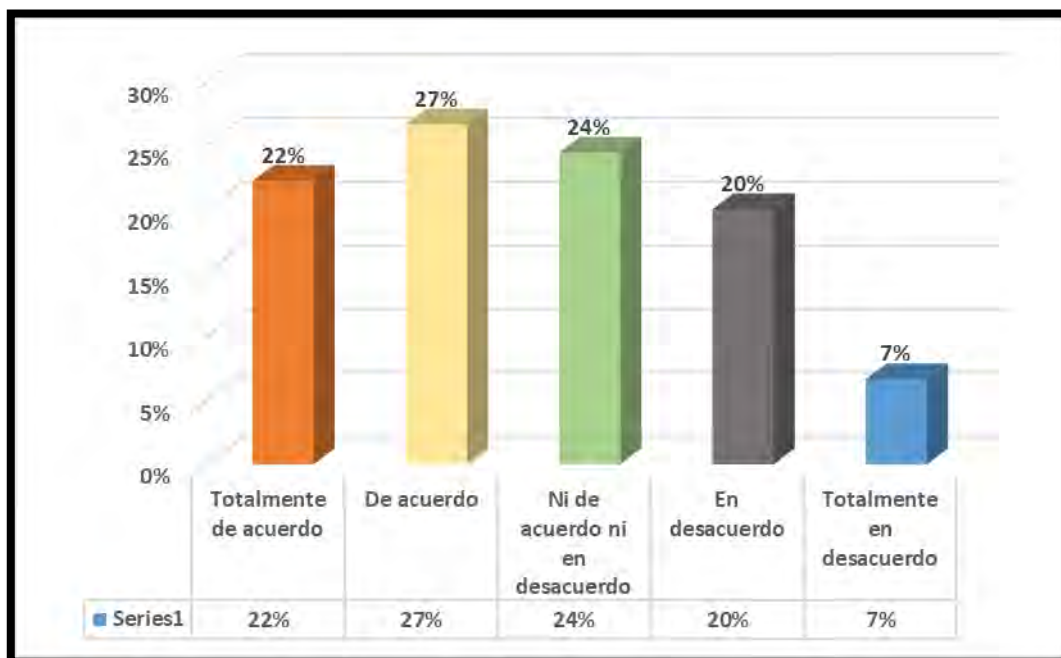
Indicador: *Capacidad de reinversión de utilidades.*

Escola Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	10	22.00	22.00	22.00
De acuerdo	12	27.00	27.00	49.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	24.00	24.00	73.00
En desacuerdo	9	20.00	20.00	93.00
Totalmente en desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla representa la capacidad de reinversión de utilidades

Figura 17

Indicador: *Capacidad de reinversión de utilidades*



Nota: La figura representa la capacidad de reinversión de utilidades

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 16 y la Figura N° 16, el 22% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que su negocio tiene la capacidad de reinvertir sus utilidades para fortalecerse, crecer o innovar en sus operaciones. Asimismo, un 27% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 24% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 20% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 7% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Un 49% de los encuestados (22% totalmente de acuerdo y 27% de acuerdo) considera que sus negocios sí cuentan con la capacidad de reinvertir utilidades, lo que evidencia un sector con estabilidad financiera suficiente para destinar recursos al fortalecimiento de sus operaciones, expansión o innovación. Sin embargo, un 27% (20% en desacuerdo y 7% totalmente en desacuerdo) señala no tener esta posibilidad, lo que refleja limitaciones económicas, bajos márgenes de ganancia o una falta de excedentes para invertir más allá de la cobertura de gastos básicos. Por otro lado, un 24% se muestra neutral, lo que podría estar asociado a la ausencia de una gestión contable clara o a la dificultad para identificar si realmente existen recursos disponibles para reinversión.

Estos resultados muestran que, aunque existe un grupo considerable de negocios con capacidad para reinvertir en crecimiento e innovación, también persiste una proporción significativa que enfrenta restricciones financieras. Esto resalta la necesidad de fortalecer la gestión de utilidades, implementar planes estratégicos de reinversión y mejorar el acceso a capacitación y financiamiento, de modo que más negocios puedan destinar parte de sus recursos a mejorar su sostenibilidad y competitividad.

Ítem 17: ¿Su negocio cuenta con una planificación estratégica clara que guía sus decisiones y promueve su crecimiento?

Tabla 17

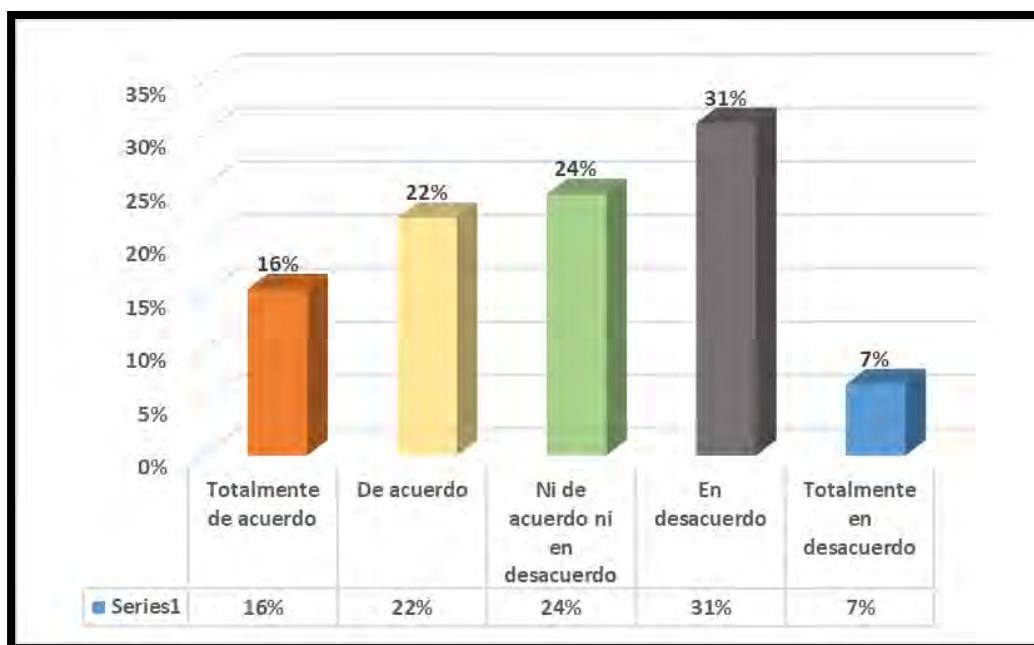
Indicador: *Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	7	16.00	16.00	16.00
De acuerdo	10	22.00	22.00	38.00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	24.00	24.00	62.00
En desacuerdo	14	31.00	31.00	93.00
Totalmente en desacuerdo	3	7.00	7.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra la capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones

Figura 18

Indicador: *Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones*



Nota: La figura muestra la capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 17 y la Figura N° 17, el 16% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que su negocio cuenta con una planificación estratégica clara que guía sus decisiones y promueve su crecimiento. Asimismo, un 22% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 24% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 31% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 7% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Un 38% de los encuestados (16% totalmente de acuerdo y 22% de acuerdo) afirma contar con una planificación estratégica que orienta sus decisiones y promueve el crecimiento de su negocio. Este grupo evidencia mayor organización y visión a largo plazo, lo cual fortalece la sostenibilidad y competitividad de sus actividades. Sin embargo, un 38% también considera lo contrario (31% en desacuerdo y 7% totalmente en desacuerdo), lo que refleja que una parte significativa de los negocios opera sin un plan estructurado, tomando decisiones reactivas más que preventivas. Esto puede limitar su capacidad de adaptarse a cambios en el mercado o de aprovechar oportunidades de crecimiento. Por su parte, un 24% mantiene una posición neutral, lo que podría deberse a la falta de claridad en torno al concepto de planificación estratégica, o a que sus decisiones de gestión se basan más en la experiencia empírica que en un plan formal.

Estos resultados evidencian que, aunque una parte de los negocios reconoce la importancia de la planificación estratégica, aún prevalece un grupo significativo que no la aplica de manera formal. Esto pone de relieve la necesidad de capacitación en gestión empresarial, formulación de planes estratégicos y herramientas de planificación que permitan a los emprendedores fortalecer sus negocios y garantizar un crecimiento sostenible.

Item 18: ¿En su negocio se aplican habilidades de liderazgo y gestión que facilitan la dirección y motivación del equipo de trabajo?

Tabla 18

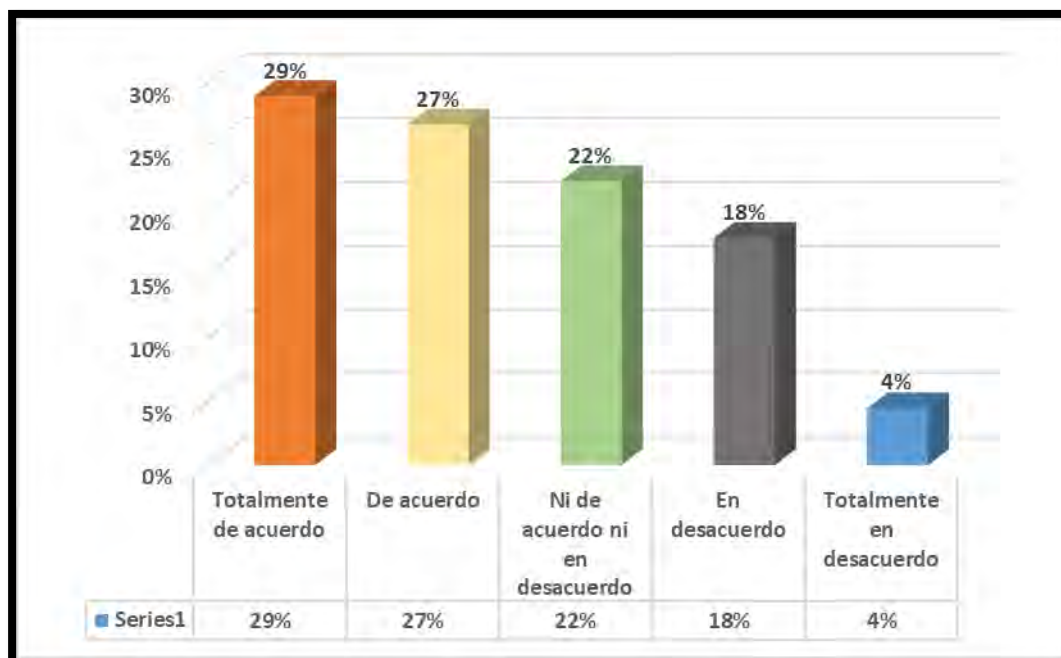
Indicador: *Desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	13	29.00	29.00	29.00
De acuerdo	12	27.00	27.00	56.00
Ni de acuerdo ni en Valido desacuerdo	10	22.00	22.00	78.00
En desacuerdo	8	18.00	18.00	96.00
Totalmente en desacuerdo	2	4.00	4.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo

Figura 19

Indicador: *Desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo.*



Nota: La figura representa el desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo.

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 18 y la Figura N° 18, el 29% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que en su negocio se aplican habilidades de liderazgo y gestión que facilitan la dirección y motivación del equipo de trabajo. Asimismo, un 27% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 22% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 18% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 4% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Un 56% (29% totalmente de acuerdo y 27% de acuerdo) reconoce que en sus negocios se aplican prácticas de liderazgo y gestión que favorecen la dirección y motivación del equipo de trabajo. Esto refleja que más de la mitad de los encuestados cuenta con habilidades gerenciales básicas, lo cual puede incidir positivamente en la productividad, el clima laboral y el cumplimiento de metas. Sin embargo, un 22% (18% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo) considera que estas habilidades no se aplican en sus negocios, lo que sugiere limitaciones en la capacidad de dirección, coordinación o motivación del personal. Por su parte, un 22% se mantiene en una posición neutral, lo cual podría deberse a la dificultad de identificar prácticas formales de liderazgo o a que la gestión del negocio depende principalmente del propietario sin una estructura de equipo consolidada.

Estos resultados muestran que, si bien existe una mayoría que reconoce la presencia de habilidades de liderazgo y gestión en sus negocios, aún persiste un grupo significativo que no las aplica o no las percibe como relevantes. Esto evidencia la necesidad de promover capacitaciones en liderazgo, manejo de personal y gestión empresarial, que permitan fortalecer la capacidad de los emprendedores para dirigir y motivar de manera más eficiente a sus equipos de trabajo.

Item 19: ¿Su negocio tiene acceso y hace un uso adecuado de fuentes de financiamiento (como créditos o microfinanzas) para invertir y favorecer su crecimiento empresarial?

Tabla 19

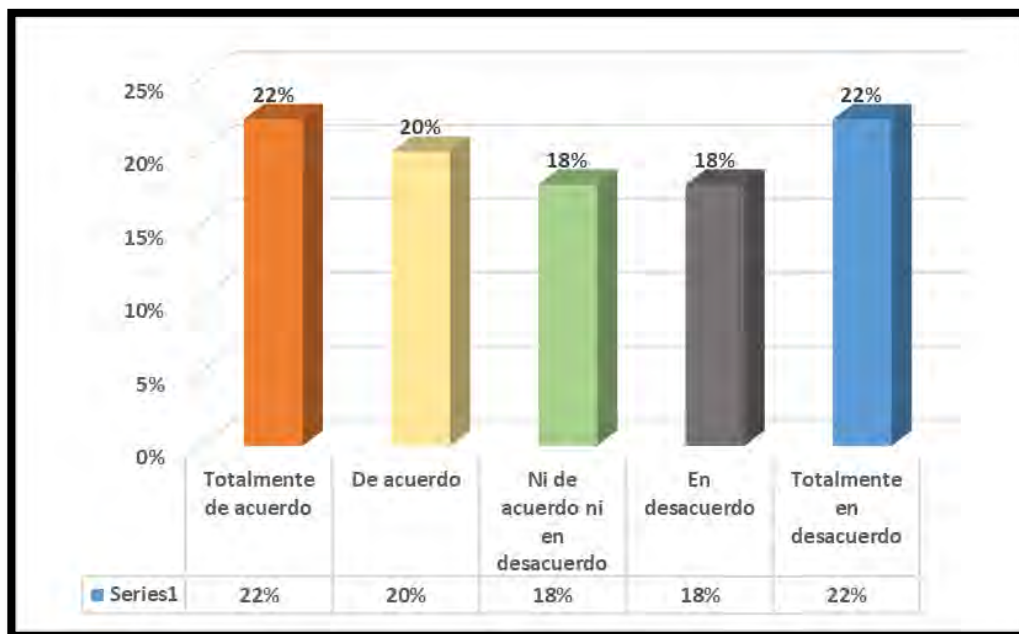
Indicador: *Acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas).*

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	10	22.00	22.00	22.00
De acuerdo	9	20.00	20.00	42.00
Ni de acuerdo ni en Valido desacuerdo	8	18.00	18.00	60.00
En desacuerdo	8	18.00	18.00	78.00
Totalmente en desacuerdo	10	22.00	22.00	100.00
TOTAL	45	100.00	100.00	

Nota: La tabla muestra el acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas).

Figura 20

Indicador: *Acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas)*



Nota: La figura muestra el acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas).

INTERPRETACION:

Como se observa en la Tabla N° 19 y la Figura N° 19, el 22% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo en que su negocio tiene acceso y hace un uso adecuado de fuentes de financiamiento (como créditos o microfinanzas) para invertir y favorecer su crecimiento empresarial. Asimismo, un 20% indicó estar de acuerdo. Por otro lado, un 18% se mostró neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que otro 18% expresó estar en desacuerdo y, finalmente, un 22% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

ANALISIS:

Un 42% de los encuestados (22% totalmente de acuerdo y 20% de acuerdo) afirma que sus negocios tienen acceso y utilizan de manera adecuada fuentes de financiamiento, como créditos o microfinanzas, lo cual refleja que una parte significativa cuenta con apoyo financiero externo para impulsar la inversión, fortalecer su capital de trabajo y favorecer su crecimiento empresarial.

Sin embargo, otro 40% (18% en desacuerdo y 22% totalmente en desacuerdo) considera lo contrario, lo que evidencia limitaciones en el acceso al crédito o en la gestión adecuada de este recurso. Entre las posibles causas se pueden mencionar la falta de historial crediticio, las condiciones de pago restrictivas o la desconfianza hacia las entidades financieras. Por su parte, un 18% se mantiene en una posición neutral, lo que podría estar relacionado con el desconocimiento de las opciones de financiamiento disponibles o con la ausencia de experiencia previa en el uso de estos recursos. En conjunto, los resultados reflejan que, aunque un sector importante logra aprovechar fuentes de financiamiento para potenciar sus negocios, aún existe una proporción casi equivalente que enfrenta dificultades o limitaciones en este aspecto. Esto evidencia la necesidad de fortalecer la educación financiera, el acceso a microcréditos flexibles y programas de apoyo

empresarial, que permitan a más negocios utilizar el financiamiento como una herramienta clave para su sostenibilidad y crecimiento.

4.2 PRUEBA DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

La cultura tributaria se relaciona significativamente con el crecimiento empresarial de las de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

APLICACIÓN DEL PROGRAMA ESTADÍSTICO IBM SPSS STATISTICS V. 25

De los resultados obtenidos en el trabajo de campo según las encuestas, a continuación, confrontamos la hipótesis utilizando el programa estadístico IBM SPSS Statistics V.25:

Arribando a los siguientes resultados:

Tablas cruzadas

Prueba de Hipótesis – Chi Cuadrado

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Incidencia de la cultura tributaria * crecimiento empresarial de las de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024	45	100,0%	0	0,0%	45	100,0%

Prueba de Hipótesis – Chi Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,909 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	30,053	4	,000
Asociación lineal por lineal	16,879	1	,000
N de casos válidos	45		

a. 9 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,95.

Prueba de Hipótesis – Chi Cuadrado

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,743	,000
N de casos válidos		45	


HIPÓTESIS GENERAL

Ha: Hipótesis alterna

Ho: Hipótesis Nula

Ha: La cultura tributaria se relaciona significativamente con el crecimiento empresarial de las de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

Ho: La cultura tributaria NO se relaciona significativamente con el crecimiento empresarial de las de las mypes en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.

P = Sig.=0.000 < 0.05  se acepta Ha.

ANALISIS.

Del resultado obtenido P = Sig.=0.000 < 0.05 se comprueba la hipótesis

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

PRIMERO: Se concluye que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPEs del mercado de abastos Vinocanchón de San Jerónimo en el periodo 2024. Las MYPEs que cumplen con sus obligaciones fiscales, llevan un registro contable adecuado y reconocen la importancia social del pago de tributos, muestran mayores posibilidades de formalización, acceso a financiamiento y confianza de sus clientes, lo que repercute en su expansión y sostenibilidad. En contraste, la débil cultura tributaria en un sector de las MYPEs constituye un obstáculo para su consolidación en el mercado.

SEGUNDO: Se concluye que la relación entre el conocimiento y cumplimiento tributario y la expansión comercial, los resultados muestran que el cumplimiento ordenado y oportuno de los tributos permite a las MYPEs acceder a mercados más amplios, establecer relaciones comerciales más confiables y mejorar su reputación ante clientes y proveedores. No obstante, un porcentaje importante de comerciantes presenta desconocimiento o incumplimiento, lo que limita sus posibilidades de crecimiento, restringiendo la apertura de nuevos puestos, la diversificación de productos o la captación de mayor clientela.

TERCERO: Se concluye que la educación, así como la capacitación y su vínculo con la rentabilidad empresarial, se concluye que las MYPEs que participan en capacitaciones y mantienen actualizados sus conocimientos tributarios y de gestión logran una administración más eficiente de sus costos e ingresos. Esto se refleja en un mejor control financiero, mayores utilidades y capacidad de reinversión. Por el contrario, aquellas MYPEs que no acceden a formación carecen

de herramientas para optimizar sus recursos, lo que afecta negativamente su rentabilidad y limita sus posibilidades de crecimiento.

CUARTO: Se concluye que en cuanto a la actitud hacia la cultura tributaria y la gestión empresarial, los resultados evidencian que los emprendedores que valoran la ética, la responsabilidad fiscal y el impacto social del cumplimiento tributario desarrollan también mejores prácticas de gestión, como la planificación estratégica, el liderazgo organizacional y el acceso a financiamiento. Esto demuestra que una actitud positiva frente a la tributación no solo fortalece la formalidad, sino que además mejora la capacidad administrativa de las MYPEs, consolidando su competitividad en el mercado.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Se recomienda a asociación de comerciantes y propietarios de las MYPEs del mercado de abastos de San Jerónimo, mantener al día sus pagos de impuestos, ya que el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias no solo evita sanciones y multas que afectan directamente la liquidez del negocio, sino que también contribuye a generar un historial tributario positivo. Este historial se convierte en un respaldo clave al momento de solicitar créditos, acceder a programas de financiamiento o establecer relaciones comerciales más sólidas con proveedores y clientes. Asimismo, aprovechar la formalización empresarial representa una oportunidad estratégica, pues permite participar en ferias, asociaciones, concursos y convenios que están dirigidos únicamente a negocios con registro tributario vigente. La formalización no debe ser vista únicamente como una obligación legal, sino como una herramienta de crecimiento que abre puertas a nuevos mercados, mejora la visibilidad del negocio y fortalece la confianza de los consumidores, quienes suelen preferir tratar con negocios que operan de manera transparente y regulada.

SEGUNDO: Se recomienda a asociación de comerciantes y propietarios de las MYPEs del mercado de abastos de San Jerónimo, participar en charlas y capacitaciones sobre facturación electrónica y uso de comprobantes, ya que fortalecen la formalización y mejoran la confianza de los clientes. Asimismo, implementar un registro sencillo de ventas y gastos diarios, en cuadernos o aplicaciones móviles, permite controlar mejor las operaciones y tomar decisiones acertadas. Finalmente, declarar impuestos puntualmente no solo evita sanciones, sino que facilita el acceso a créditos MYPE del sistema financiero y cajas municipales, fundamentales para invertir y hacer crecer el negocio

TERCERO: Se recomienda a asociación de comerciantes y propietarios de las MYPEs del mercado de abastos de San Jerónimo, capacitarse en el manejo de inventarios para evitar pérdidas ocasionadas por productos vencidos o el desorden en el almacén, asegurando así un mejor control de sus recursos. Del mismo modo, es importante establecer una separación clara entre los ingresos del negocio y los gastos personales, lo que permite organizar mejor las finanzas y reinvertir de manera eficiente las utilidades. Finalmente, se sugiere crear pequeños planes de ahorro con parte de las ganancias, destinados a mejoras como la adquisición de vitrinas, equipos de refrigeración o publicidad, contribuyendo al crecimiento sostenido del negocio.

CUARTO: Se recomienda a asociación de comerciantes y propietarios de las MYPEs del mercado de abastos de San Jerónimo, practicar la ética empresarial en cada transacción, lo que implica emitir comprobantes, declarar los ingresos reales y fomentar la confianza en los clientes. Del mismo modo, resulta necesario fortalecer el desarrollo de habilidades de liderazgo, la planificación estratégica y el acceso al financiamiento formal entre los emprendedores del mercado de Vinocanchón. Para ello, se sugiere la implementación de programas de asesoría empresarial personalizados, que incluyan la formulación de planes estratégicos, la creación de modelos de negocio sostenibles y el fortalecimiento de competencias para la dirección de equipos de trabajo. Asimismo, se recomienda promover el acceso a microcréditos y programas de financiamiento con condiciones flexibles, que permitan a los pequeños negocios invertir en innovación, modernización de infraestructura y mejora de sus procesos administrativos.

VI: BIBLIOGRAFIA BIBLIOGRÁFICAS

- Davirán Turín, A. A. (2022). La cultura tributaria y su relación en el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019-2020. Obtenido de <https://repositorio.caen.edu.pe/server/api/core/bitstreams/00464eb6-03cd-48a6-b9b8-e389a483d785/content>
- Bonilla castro, Elssy - Rodriguez Sehk, Penelope. (1997). Más allá de los métodos. La investigación en ciencias sociales. Colombia: Norma.
- Cabrera Mendoza , A. M., Zevallos Echevarria, D., & Izquierdo Paucar , P. E. (2020). Cultura Tributaria en la Recaudación de los Impuestos. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e8931fcd-1c55-4d9c-865e-67a9e88a7d77/content>
- Calle Dominguez, M. (2021). El crecimiento empresarial y su influencia en la rentabilidad de MYPES del sector ferretero en el mercado de Lima, 2020. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/544274058.pdf>
- Cevallos Briones, J. M., & Carreño Arteaga, N. P. (2025). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Cantón pedernales, 2024. Obtenido de <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/653/1100>
- Contifico. (8 de mayo de 2025). Obtenido de <https://contifico.com/que-es-la-utilidad/>
- DRV. (2023). Qué es la expansión comercial y cómo lograrla. Obtenido de <https://es.drvsistemas.com/2023/12/18/que-es-la-expansion-comercial-y-como-lograrla/>
- Dueñas, C. d. (2013). *Estadística Aplicada*. Lima: Moshera S.R.L.

- Duran Reyes, A. (2020). Estrategias de marketing y su influencia en el incremento de ventas de la empresa Inversiones Zorigas EIRL, en el año 2016. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8431/3/IV_FIN_108_TE_Duran_Reyes_2020.pdf
- Economipedia. (1 de junio de 2020). Competitividad. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Economipedia. (6 de marzo de 2020). Crecimiento empresarial. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-empresarial.html>
- Economipedia. (4 de septiembre de 2025). Capital: Qué es, tipos y objetivos. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capital.html>
- Economipedia. (14 de agosto de 2025). Emprendedor: qué es y cómo empezar. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Economipedia. (6 de Junio de 2025). Rentabilidad: Qué es, cálculo, importancia y qué tipos hay. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Economipedia. (2025). Rentabilidad: Qué es, cálculo, importancia y qué tipos hay. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- FasterCapital. (1999). ¿qué Es La Conciencia Empresarial Y Por Qué Es Importante. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/tema/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-conciencia-empresarial-y-por-qu%C3%A9-es-importante.html/1>
- Galileo. (29 de abril de 2024). Desarrollo de Habilidades Gerenciales: Fundamentos y Perspectivas. Obtenido de <https://www.galileo.edu/estec/historias-de-exito/desarrollo-de-habilidades-gerenciales-fundamentos-y-perspectivas/>

García Fernando, M. (1977). *el análisis de la realidad social, metodos y tecnicas*. Madrid: la encuesta.

Gomez Melgar, W. A., Orellano Torres, E. S., & Pozo Pillaca, M. (2023). Conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Playa Grau de Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13563/1/IV_FCE_310_TE_Gomez_Orellano_Pozo_2023.pdf

Gonzales Centon , J. M., Chavez Cubas, W., & Berrio Huillcacuri , J. (2023). Crecimiento empresarial y su relación en la rentabilidad de una empresa MYPE del rubro comercial en la ciudad de Arequipa Perú. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/699dd3b6-4956-4f44-a51c-1f613a671cd1/content>

Guerrero Flores, L. Á. (2024). Cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria en las MYPES de distritodel Agustino, año 2023. Obtenido de https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/8402/UNFV_EUPG_Guerrero_Flores_Luis_Angel_Maestria_2024.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hernandez Sampieri, R. (2018). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

SOSCIA. (1 de Diciembre de 2024). Los beneficios de la formalizacion empresarial frente a la Sunat. Obtenido de <https://soscia.pe/Consultas/beneficios-formalizacion-empresarial-frente-a-sunat/>

SUNAT. (2021). Cultura tributaria y aduanera. Obtenido de https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura_Tributaria_y_Aduanera_final_0.pdf

SUNAT. (2025). Inscríbete en el RUC - Trámite Virtual. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/1097-0-inscribete-en-el-ruc>

ANEXOS
ANEXO N° 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

**“CULTURA TRIBUTARIA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL MERCADO DE ABASTOS
VINOCANCHON DE SAN JERONIMO, PERIODO 2024”**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL ¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre la cultura tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPES en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Determinar la relación entre el conocimiento y cumplimiento tributario con la Expansión Comercial de las MYPES</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL La cultura tributaria se relaciona significativamente con el crecimiento empresarial de las de las MYPES en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p> <p>HIPOTESIS ESPECÍFICAS El conocimiento y cumplimiento tributario se relacionan</p>	<p>VARIABLE (X) CULTURA TRIBUTARIA Dimensiones: X.1 Conocimiento y cumplimiento Tributario. X.2 Educación y Capacitación X.3. Valores y Actitudes</p> <p>VARIABLE (Y) CRECIMIENTO EMPRESARIAL Dimensiones:</p>	<p>POBLACIÓN La población de este estudio estará compuesta por 80 MYPES en el mercado de abastos Vinocanchon del Distrito de San Jerónimo periodo 2024.</p> <p>MUESTRA La muestra será de tipo no probabilístico intencional por conveniencia y estará conformada por 45</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN • Aplicada</p> <p>ENFOQUE DE INVESTIGACION • Cuantitativo</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN • Descriptivo – Correlacional</p> <p>TECNICAS DE INVESTIGACIÓN • Encuesta</p>

<p>se relacionan con la Expansión Comercial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?</p>	<p>en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p>	<p>significativamente con la Expansión Comercial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p>	<p>Y.1 Expansión comercial Y.2 Rentabilidad Y.3 Gestión Empresarial</p>	<p>MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon del Distrito de San Jerónimo periodo 2024., seleccionadas debido a la disponibilidad limitada de participantes y las restricciones de tiempo y recursos para la realización del estudio.</p>	<p>INSTRUMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios <p>PROCESAMIENTO DE DATOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Office Word. • Microsoft Office Excel. • IBM SPSS Statistics 21
<p>¿De qué manera la Educación y Capacitación se relacionan con la rentabilidad de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la Educación y Capacitación con la rentabilidad de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p>	<p>La Educación y Capacitación se relacionan significativamente con la Gestión empresarial. de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p>			
<p>¿De qué manera la actitud hacia la cultura tributaria se relaciona con la Gestión empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la actitud hacia la cultura tributaria y la gestión empresarial a las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p>	<p>La actitud hacia la cultura tributaria se relaciona significativamente con la gestión empresarial a las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de san Jerónimo, periodo 2024.</p>			

ANEXO N° 02

ENCUESTA N° 01

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Estimado (a) Sr.(a):

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información referida a la “**Cultura Tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de San Jerónimo, periodo 2024**”; para lo cual solicitamos responder con la mayor sinceridad del caso.

Indicaciones: Marque con una **X** la opción que considere:

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
			3	4	
	1	2	3	4	5
Variable 1: CULTURA TRIBUTARIA					
Dimensión 1: Conocimiento y cumplimiento Tributario					
1					
2					
3					
4					
Dimensión 2: Educación y Capacitación					
4					
5					
6					
Dimensión 3: Actitud hacia la cultura tributaria					
	1	2	3	4	5

7	¿Considero que la formalización tributaria es una oportunidad para el crecimiento de mi negocio?					
8	¿Reconozco el impacto social favorable que tiene cumplir con los tributos?					
9	¿Valoro la importancia de la ética empresarial y la responsabilidad cívica en el cumplimiento de mis obligaciones fiscales?					

¡Gracias por su participación!

ANEXO N° 03

ENCUESTA N° 02

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Estimado (a) Sr.(a):

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información referida a la “**Cultura Tributaria y el crecimiento empresarial de las MYPEs en el mercado de abastos Vinocanchon de San Jerónimo, periodo 2024**”; para lo cual solicitamos responder con la mayor sinceridad del caso.

Indicaciones: Marque con una **X** la opción que considere:

		Ni de acuerdo ni en desacuerdo			Totalmente en desacuerdo				
Totalmente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo				
1		2	3	4	5				
Variable 1: CRECIMIENTO EMPRESARIAL									
Dimensión 1: Expansión Comercial					1	2	3	4	5
1	¿Percibe un aumento significativo en el volumen de ventas, reflejando una mayor demanda y aceptación de los productos?								
2	¿Considera usted que la cantidad de clientes o puestos ha aumentado de manera significativa?								
3	¿La organización física y administrativa del puesto de venta está diseñada para optimizar la atención al público, mejorando así la experiencia del cliente y favoreciendo el incremento en ventas?								
Dimensión 2: Rentabilidad					1	2	3	4	5
4	¿La utilidad neta sobre ventas refleja una buena gestión de costos e ingresos, generando ganancias importantes?								
5	¿Las utilidades o ganancias han crecido de forma constante durante el periodo evaluado, mostrando una mejor gestión y eficiencia del negocio?								
6	¿Su negocio tiene la capacidad de reinvertir sus utilidades para fortalecerse, crecer o innovar en sus operaciones?				Su				

Dimensión 3: Gestión empresarial		1	2	3	4	5
7	¿Su negocio cuenta con una planificación estratégica clara que guía sus decisiones y promueve su crecimiento?					
8	¿En su negocio se aplican habilidades de liderazgo y gestión que facilitan la dirección y motivación del equipo de trabajo?					
9	¿Su negocio tiene acceso y hace un uso adecuado de fuentes de financiamiento (como créditos o microfinanzas) para invertir y favorecer su crecimiento empresarial?					

¡Gracias por su participación!

ANEXO N° 04: Matriz de Instrumentos de la variable 01 – Cultura Tributaria

Variable 1	Dimensiones	Indicadores	Ítems
CULTURA TRIBUTARIA	Conocimiento y cumplimiento Tributario	Conocimiento de beneficios o incentivos fiscales.	¿Conozco los beneficios o incentivos fiscales que ofrece el Estado?
		Declaración y pago de impuestos en tiempo y forma.	¿Declaro y pago mis impuestos siempre en tiempo y forma, sin atraso?
		Reporte formal y ordenado de libros contables y documentos	¿Mantengo un registro formal y ordenado de libros contables y documentos tributarios?
		Registro legal y tributario	¿Mi negocio cuenta con un registro legal y tributario actualizado y vigente?
	Educación y Capacitación	Participación en talleres tributarios	¿Participo regularmente en talleres o capacitaciones sobre temas tributarios?
		Actualización en cambios normativos tributarios Nivel de comprensión de documentos tributarios	¿Me esfuerzo por mantenerme actualizado respecto a los cambios en la normativa tributaria? ¿Comprendo adecuadamente los documentos tributarios que debo presentar o conservar para mi negocio?
	Actitud hacia la cultura tributaria	Valoración de la formalización como oportunidad de crecimiento empresarial.	¿Considero que la formalización tributaria es una oportunidad para el crecimiento de mi negocio?
		Conciencia del impacto social positivo de la tributación.	¿Reconozco el impacto social favorable que tiene cumplir con los tributos?
		Conciencia cívica y ética empresarial.	¿Valoro la importancia de la ética empresarial y la responsabilidad cívica en el cumplimiento de mis obligaciones fiscales?

ANEXO N° 05: Matriz de Instrumentos de la variable 02 – Crecimiento Empresarial

Variable 2	Dimensiones	Indicadores	Ítems
	Expansión Comercial	Incremento en el volumen de ventas.	¿Percibe un aumento significativo en el volumen de ventas, reflejando una mayor demanda y aceptación de los productos?
		Ampliación del número de clientes o puestos	¿Considera usted que la cantidad de clientes o puestos ha aumentado de manera significativa?
		Organización del puesto de venta para mejorar la atención y ventas	¿La organización física y administrativa del puesto de venta está diseñada para optimizar la atención al público, mejorando así la experiencia del cliente y favoreciendo el incremento en ventas?
Rentabilidad	Rentabilidad	Utilidad neta sobre ventas	¿La utilidad neta sobre ventas refleja una buena gestión de costos e ingresos, generando ganancias importantes?
		Incremento de utilidades en el periodo.	¿Las utilidades o ganancias han crecido de forma constante durante el periodo evaluado, mostrando una mejor gestión y eficiencia del negocio?
		Capacidad de reinversión de utilidades.	¿Su negocio tiene la capacidad de reinvertir sus utilidades para fortalecerse, crecer o innovar en sus operaciones?
	Gestión empresarial	Capacidad para la planificación estratégica y toma de decisiones.	¿Su negocio cuenta con una planificación estratégica clara que guía sus decisiones y promueve su crecimiento?
		Desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo	¿En su negocio se aplican habilidades de liderazgo y gestión que facilitan la dirección y motivación del equipo de trabajo?
		Acceso y uso de fuentes de financiamiento formal (créditos, microfinanzas).	¿Su negocio tiene acceso y hace un uso adecuado de fuentes de financiamiento (como créditos o microfinanzas) para invertir y favorecer su crecimiento empresarial?

ANEXO N° 06**MATRIZ DE VALIDACIÓN****VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS MEDIANTE
CRITERIO DE EXPERTOS EN LA ESPECIALIDAD.****G U I A:**

El presente documento, tiene por finalidad el de recabar la información útil de personas experto y especializadas en el tema de la investigación. La validez y la confiabilidad del instrumento de recolección de datos se componen de (9) ítems según prelación y con la respectiva escala de estimación que a continuación se indica:

- Indica una ausencia de elementos que absuelven la interrogante planteada.
- Representa una absolución escasa de la interrogante.
- Significa la absolución de los ítems en términos intermedios.
- Representa estimación que el trabajo de investigación absuelve en gran medida la interrogante planteada.
- Representa el mayor valor de escala y debe ser asignado cuando se aprecie que el ítem es absoluto por el trabajo de investigación de una manera totalmente suficiente.

Marque con una X en la escala que se consigna a la derecha de cada ítem según la opción que le corresponde el instrumento de investigación.

		Escala de validación				
1	¿Considera Ud. que los ítems de los instrumentos de recolección de datos miden lo que pretende medir?					
2	¿Considera Ud. que la cantidad de ítems formulados en esta versión son suficientes para tener una comprensión del tema en estudio?					
3	¿Considera Ud. que los ítems consignados en este instrumento son una muestra representativa del universo materia de estudio?					
4	¿Considera Ud. que todos y cada uno de los ítems contenidos en este instrumento se orienta a los objetivos planteados?					
5	¿Considera Ud. que si aplicamos en reiteradas oportunidades este instrumento a muestras similares obtendríamos datos también similares?					
6	¿Considera Ud. que los conceptos y/o términos utilizados en este instrumento son todos y cada uno de ellos propios de las hipótesis y variables de estudio?					
7	¿Considera Ud. que el lenguaje utilizado en el presente instrumento es claro sencillo y no da lugar a diferentes interpretaciones?					

8	¿Considera Ud. ¿Que la estructura del presente instrumento es adecuada al tipo de usuario a quien se dirige el instrumento?					
9	¿Estima Ud. que las escalas de medición utilizadas son pertinentes a los objetos materia de estudio?					

10.- ¿A su criterio qué aspectos se tiene que modificar o qué ítems se tendrían que incrementarse o disminuir, para mejorar el instrumento de recolección de datos?

.....

.....

.....