

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS**

TESIS

**COMERCIO ELECTRÓNICO Y EVASIÓN
TRIBUTARIA EN MICROEMPRESARIOS DE
VENTAS POR INTERNET EN EL DISTRITO DE
VILLA MARÍA DEL TRIUNFO, LIMA 2022.**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

TAMARIZ REYES MIRIAN YESSENIA
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-7756-4686

ASESOR:

Dr. NÚÑEZ VARA FERNANDO ESTEBAN
CÓDIGO ORCID: 0000-003-4054-9674

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: TRIBUTACIÓN Y AUDITORIA

LIMA, PERÚ

MARZO, 2022

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a Dios por darme sabiduría y entendimiento, él ha sido mi guía en todo este proceso de llevar a cabo esta investigación.

A mi amada madre Merengiana Reyes Carhualloclo, a mis hermanos Nilda, Ever, Yuliana, a mis grandes amigas Janeth, Verónica, Sra. Gadencia y a toda su familia quienes me han brindado su cariño y apoyo incondicional, incentivándome siempre a no rendirme y cumplir con mis metas.

A mi tía María Garcés en el cielo infinitas gracias.

Agradecimientos

Agradezco a mi asesor de tesis, Dr. Fernando Núñez, quien me ha orientado y brindado consejos en el desarrollo del presente trabajo de investigación, Su respaldo y acompañamiento han sido fundamentales para el logro de las metas previstas y del trabajo final.

Del mismo modo, agradezco infinitamente a mi alma mater Las Américas y a todos mis maestros que me brindaron sus conocimientos, para la formación de mi carrera profesional.

Por último, de manera muy especial, a mi amada madrecita, a mis hermanas y hermanos, a mi papá, a mi prima, a mis amistades que estuvieron pendiente de mí y sobre todo a mi segunda familia Dueñas Farje les agradezco por su paciencia, por sus palabras de apoyo y consejos en el momento preciso, gracias por confiar en mí y por su infinito amor.

Resumen

En la presente investigación de título Comercio Electrónico y la Evasión Tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022, tuvo como objetivo general de determinar la relación entre comercio electrónico y la evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022. Así mismo el tipo de investigación que se utilizó fue correlacional de diseño no experimental y transversal. Cabe recalcar que se indagó en bibliografías semejantes a las variables de la investigación, lo cual permitió complementar este estudio, cuya finalidad es relacionar el comercio electrónico y la evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Para el trabajo de investigación la muestra estuvo conformada por 52 microempresarios que fueron encuestados, La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de 27 de preguntas en la escala de Likert, donde se utilizó 12 ítems para comercio electrónico y 15 para evasión tributaria. Los resultados se obtuvieron mediante el sistema informático SPSS versión 26. se obtuvo una correlación de Pearson igual a $-0,341$ con un nivel de error de 0,05 y una significancia de 0,13 lo que conlleva a determinar que existe relación entre ambas variables, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Se concluye que si existe relación entre las variables comercio electrónico y evasión tributaria.

Palabras claves: Comercio electrónico y Evasión tributaria.

Abstract

In the present research entitled Electronic Commerce and Tax Evasion in microentrepreneurs of internet sales in the District of Villa María Del Triunfo, Lima 2022, its general objective was to determine the relationship between electronic commerce and tax evasion in microentrepreneurs of internet sales in the District of Villa María Del Triunfo, Lima 2022. Likewise, the type of research that was used was correlational of non-experimental and cross-sectional design. It should be noted that bibliographies similar to the variables of the research were investigated, which allowed to complement this study, whose purpose is to relate electronic commerce and tax evasion in microentrepreneurs of internet sales in the District of Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

For the research work the sample was made up of 52 microentrepreneurs who were surveyed, The technique used is the survey and the instrument was the questionnaire of 27 questions on the Likert scale, where 12 items were used for electronic commerce and 15 for tax evasion. The results were obtained using the SPSS version 26 computer system. a Pearson correlation equal to -0.341 was obtained with an error level of 0.05 and a significance of 0.13 which leads to determine that there is a relationship between both variables, therefore, the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. It is concluded that there is a relationship between the variables electronic commerce and tax evasion.

Keywords: E-commerce and Tax evasion.

Tabla De Contenido

Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Resumen... ..	v
Abstract	vi
Lista de tablas.....	ix
Lista de figuras.....	ix
CAPÍTULO I: Problema de la Investigación.....	10
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	10
1.2 Planteamiento del Problema	15
1.2.1. Problema general	15
1.2.2. Problemas específicos	15
1.3 Objetivos de la Investigación	15
1.3.1. Objetivo general.....	15
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4 Justificación e Importancia	16
1.5 Limitaciones.....	16
CAPÍTULO II: Marco Teórico.....	17
2.1 Antecedentes.....	17
2.1.1 Internacionales.....	17
2.1.2 Nacionales.....	19
2.2 Bases Teóricas.....	22
2.2.1 Comercio Electrónico.....	22
2.2.2 Evasión tributaria	36
2.3 Definición de Términos Básicos	46
CAPÍTULO III: Metodología de la Investigación	50
3.1 Enfoque de la investigación.....	50
3.2 Variables.....	50
3.2.1 Operacionalización de las Variables.....	51
3.3 Hipótesis.....	54
3.3.1 Hipótesis general.....	54
3.3.2 Hipótesis específicas.....	54
3.4 Tipo de Investigación	54
3.5 Diseño de Investigación.....	54
3.6 Población y Muestra.....	55

3.6.1	Población	55
3.6.2	Muestra.....	55
3.7	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	55
CAPÍTULO IV: Resultados		58
4.1	Análisis de los Resultados.....	58
4.2	Discusión	65
Conclusiones.....		70
Recomendaciones.		71
Referencias Bibliográficas.....		72
Apéndices.....		80

Lista de tablas

Tabla 1.....	51
Tabla 2.....	56
Tabla 3.....	56
Tabla 4.....	58
Tabla 5.....	58
Tabla 6.....	59
Tabla 7.....	61
Tabla 8.....	62
Tabla 9.....	62
Tabla 10.....	63
Tabla 11.....	64

Lista de figuras

Figura 1.....	64
Figura 2.....	65

CAPÍTULO I: Problema de la Investigación

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

En la actualidad la Evasión tributaria es un problema global que afecta a nuestro país Perú y a la mayoría de países de Latinoamérica, El ex ministro de economía y finanzas Pedro Francke a finales de diciembre 2021 indicó que la evasión y elusión en nuestro país alcanza un 8% del producto bruto interno lo cual se estima en S/.64.000 millones de soles, los motivos que existen son la poca cultura tributaria, falta de difusión, la ambigüedad y aplicación de las leyes, las elevadas multas tributarias, entre otras, además los microempresarios les falta tener una responsabilidad social empresarial es por ende que se rehúsan a declarar y pagar impuestos indicando que no confían en la administración tributaria o algunos no tienen conocimiento de todo el uso que se da a la recaudación de los mismos. Cabe recalcar que la administración tributaria es poco justa con los contribuyentes que apenas empiezan con sus negocios puesto que a ellos se les exige el pago de sus tributos que deben ser puntuales y en caso de incumplimientos mayormente les embargan sus cuentas porque ellos tienen la facultad de cobranzas coactivas, sin embargo el trato para las grandes empresas transnacionales o multinacionales que hay en nuestro país, muchas veces el trato no es igual cuando no cumplen con el pago de impuestos ante esto la Administración tributaria no exige mucho ni se le persigue como al pequeño o mediano empresario, porque incluso sus deudas tributarias la judicializan y así alargan el tiempo hasta que la deuda se vuelve incobrable o prescriban. Se tiene en conocimiento el caso de conocidas empresas de las cuales el tribunal constitucional les ha perdonado sus deudas, revisamos algunos casos de empresas beneficiadas por decisión del tribunal fiscal:

Mediante El Diario El peruano se dio a conocer que el 19 de febrero del 2021 la decisión del Tribunal Constitucional donde declararon fundado el pedido de la empresa de telefónica para no pagar s/. 729 millones de soles esta deuda corresponde a tributos que no cancelaron en

los años 2000 y 2001, Los magistrados que votaron a favor del pedido solicitado por Telefónica fueron Miranda, Sardón, Ferrero y Blume.

Del mismo modo el 25 de marzo del 2022 el Tribunal Constitucional respecto al expediente N°03468-2019-AA/TC, falló a favor de la empresa Interbank para no realizar el pago a SUNAT por intereses moratorios de deudas tributarias relacionadas a pagos de impuesto a la renta de los años 2000, 2005, 2006 entre otros (fuente: diario La Ley) también se le condonó deudas a Latam, Grifos Primax entre otras.

Sin embargo, el año 2007 Marciano Antonio Mendoza Vásquez. un microempresario dedicado al transporte, por un error de su contador en la digitación de montos de su declaración mensual que debía haber declarado s/. 8,866 soles, digitó erróneamente S/.886,622 soles. SUNAT sin oír aplicación alguna intervino y multó por S/.89 mil soles , ordenando el embargo de sus cuentas y propiedades del microempresario, ante esta situación solicitó a SUNAT que anule la deuda debido al error cometido, sin embargo, hicieron caso omiso, al no haber respuesta y en búsqueda de justicia acudió al tribunal fiscal de Cajamarca quienes le dieron la razón al microempresario y solicitaron a SUNAT se anule la resolución de cobro, por el contrario la administradora apeló a cada resolución judicial. Recién en agosto del 2016 cuando Canal N en su programa Cuarto Poder hace público el caso de este pequeño empresario y se comunica con SUNAT para que se pronuncie sobre este caso, recién después de 9 años el jefe la entidad tributaria le dio la razón al microempresario. (Fuente: Canal N)

Es aquí cuando realmente me pregunto ¿Nuestra administración tributaria SUNAT es realmente justa con todos los empresarios? ¿Atienden los casos de pequeños empresarios en la misma manera que a las grandes empresas? Considero que debe de existir una igualdad de trato tanto para los pequeños empresarios y para las grandes empresas. Las encuestas de la investigación se aplicaron a personas que ofrecen sus productos por medio de plataformas digitales como Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, Twitter, WhatsApp, etc.

En el marco de la delegación de facultades el ejecutivo el 21/02/2022 publicó dos decretos legislativos que efectúan modificaciones al Código Tributario a fin de ampliar la base de contribuyentes, y otorgar nuevas herramientas a la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT) para combatir la evasión y la elusión de las obligaciones tributarias.

El Decreto Legislativo N° 1523 modifica el Código Tributario para promover la transformación digital, permitiendo el uso de un canal remoto en los trámites tributarios. En consecuencia, las comparecencias, inspecciones, presentaciones orales ante el Tribunal Fiscal y otras actividades pueden desarrollarse en un entorno digital. También se han aprobado cambios que permiten a la SUNAT determinar el domicilio pretendido para las personas naturales o jurídicas que no especifican la residencia fiscal al momento de la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Por otra parte, la SUNAT tendrá derecho a incluir en el régimen general del impuesto sobre la renta a las entidades registradas y reinscritas oficialmente en el RUC, según fueran descubiertas en el ejercicio de sus funciones.

Por su parte, el Decreto Legislativo N° 1524 modifica el Decreto N° 943 sobre la Ley del Registro Único de Contribuyentes y demás disposiciones relativas a dicho registro para hacer más transparente y común su aplicación. Por ejemplo, cualquier vendedor que ofrezca un producto o servicio, incluso a través de redes sociales u otras plataformas digitales, debe publicitar su RUC. En este sentido, se establece la obligatoriedad del registro para todas las entidades que realicen actividades económicas gravadas, a las cuales la Administración Nacional de Aduanas y Tributos (SUNAT) tiene derecho a registrar gratuitamente aquellas entidades que tengan un negocio, pero no estén registradas en RUC y por lo tanto no pagan impuestos. Asimismo, los contribuyentes podrán solicitar la inscripción de oficio en el RUC de aquellos sujetos no registrados con quienes tengan alguna relación comercial. Para los eventuales casos de no corresponder, las inscripciones de oficio podrán ser impugnadas ante la SUNAT.

Sin embargo, las empresas y proveedores de bienes y servicios estarán obligados a indicar sus números de RUC en todos los documentos utilizados en sus ofertas. Esta medida incluye ofertas realizadas a través de plataformas digitales como correo electrónico y redes sociales. (Fuente: Diario Oficial el peruano 2022)

Mediante D.L 1529 que modifica la ley 31380, publicado en el diario el peruano el 21 de diciembre del 2021, se modifican nuevas reglas para los medios de pago, para la Lucha Contra la Evasión y para la Formalización de la Economía, disponiendo que desde abril del 2022 las personas naturales y jurídicas que venden bienes o prestan servicios deben bancarizar sus operaciones a partir de S/ 2.000 o US\$ 500. Caso contrario, no podrán deducir gasto, costo, crédito fiscal ni podrán justificar incrementos patrimoniales, esto se realiza con la finalidad de disminuir la evasión tributaria en la población y para poder recaudar más impuestos los mismos que sirven para realizar obras públicas, crear hospitales, colegios y demás obras en beneficio de nuestra población a nivel nacional.

La administración tributaria realizó un rastreo de las plataformas de comercio electrónico mediante redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), páginas Web y correos publicitarios, donde puso en evidencia que la mayoría de estas personas ofrecen productos utilizados para prevenir los contagios de COVID-19, alimentos y equipos de cómputo, Cabe resaltar que en gran mayoría los contribuyentes no cuentan con RUC, o no están inscritas en SUNAT. La administración tributaria ha enviado comunicaciones inductivas a las personas para que puedan regularizar su situación y cumplir con declarar sus obligaciones. (fuente: Facebook SUNAT Oficial)

Los inicios de la primera venta de comercio electrónico tuvieron lugar en 1994. Dan Kohn, de 21 años, dirigió un sitio web llamado NetMarket, vendió un CD de Sting Ten Summoner's Tales a un amigo que lo compró con una tarjeta de crédito por \$12.48, más gastos de envío. Uno de los sitios más grandes de comercio electrónico son Amazon y Ebay teniendo

como medios de pago las tarjetas de crédito, débito, transferencias o intermediarios de medios de pago como mercado Libre o PayPal.

El comercio electrónico en América Latina está cobrando impulso. Solo en 2021, las ventas totales en la región superarán los \$ 53 mil millones. Para 2025, se espera que las ventas aumenten a más de 105 mil millones. Brasil, México y Argentina son los tres países líderes en comercio electrónico en América Latina y están preparados para un crecimiento aún mayor en los próximos años. (fuente: blog.hubspot.es)

El comercio electrónico es una actividad que se ha globalizado a nivel mundial esto ha ido creciendo con el avance de la tecnología lo cual ha hecho un cambio en las personas porque no necesitan ir hasta una tienda para adquirir o vender algún producto , lo pueden realizar accediendo a una red de internet desde su teléfono y desde cualquier lugar del país donde se encuentren seleccionan el producto que deseen e incluso puedes pagar desde tus aplicaciones de pago digitales o tarjetas de crédito o débito esto permite que las ventas se realicen de una forma más fácil y sencilla sin que salir de su casa.

Según OMC Barchetta et al., (1998 como se citó en Castrillón y restrepo (2021) el comercio electrónico incluye herramientas como el fax, la televisión, el pago electrónico, la transferencia electrónica, el intercambio electrónico de datos e Internet; Esta definición es muy amplia y abarca muchos conceptos, pero el trabajo utilizado en este campo cubre únicamente las transacciones de bienes y servicios realizadas a través de plataformas electrónicas de internet. La CNUDMI (1998) utiliza una definición más autosuficiente de comercio electrónico, llamándolo un uso alternativo de los métodos de almacenamiento de información y comunicación basados en papel, donde se debe enfatizar que, en la descripción mencionada, no se habilitan ni el teléfono ni el fax, pero esto gira en torno a Internet.

En la presente tesis se relacionará Comercio electrónico y evasión tributaria.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema general.

¿De qué manera se relaciona comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?

1.2.2. Problemas específicos.

¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?

¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – político y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?

¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – social y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?

¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – económico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo general.

Determinar la relación entre comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

1.3.2. Objetivos específicos.

Determinar la relación entre comercio electrónico – tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Determinar la relación entre comercio electrónico – político y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Determinar la relación entre comercio electrónico – social y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Determinar la relación entre comercio electrónico – económico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

1.4 Justificación e Importancia

El presente trabajo consiste determinar la relación que existe entre comercio electrónico y la evasión tributaria en microempresarios que venden por internet en el Distrito de Villa María Del Triunfo, esto se debe a que muchos de los comerciantes que realizan el comercio electrónico no están declarando sus ingresos a la administración tributaria, esto ha ocasionado que se incremente la evasión de impuestos, para lo cual se necesita concientizar a la población para poder contrarrestar la evasión tributaria y se pueda cumplir con sus obligaciones tributarias de manera oportuna y conforme a ley, lo cual traerá beneficios en toda la población.

La metodología de la presente investigación es muy importante porque da a conocer y entender ambas variables con la finalidad que los usuarios usen de manera correcta comercio electrónico para poder reducir la evasión tributaria en nuestro país, también podría ser de gran ayuda a quienes deseen investigar sobre las variables comercio electrónico y evasión tributaria.

1.5 Limitaciones

Entre las limitaciones de la presente investigación está la poca colaboración de los usuarios dedicados al comercio electrónico, varias de los encuestados preguntaban que era la SUNAT y para qué sirve, que no tienen mucho conocimiento y por ello no quisieron responder, otros preguntaban si es que sus respuestas serían informadas a SUNAT o si se filtraba información de los mismos. Cabe resaltar que no se pudieron realizar encuestas presenciales los cuales fueron sustituidos por encuestas virtuales a través de formulario de Google y el tiempo fue limitado.

CAPÍTULO II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales.

Sierra et al. (2022) en su artículo de investigación señala que su objetivo es determinar la relación entre Comercio electrónico y tendencias tributarias del sector gastronómico en Colombia durante la Covid-19. Su método empleado es descriptivo, su población está conformada por 23 restaurantes. Así mismo se aplicó una encuesta de 18 ítems en escala de Likert. Para La validez de los instrumentos se aplicó el método alfa Cronbach, cuyo coeficiente fue de 0,79, dando como resultado que el sector gastronómico influyó en las tendencias digitales durante la crisis del Covid-19, por tanto, tuvieron habituarse al nuevo modelo de comercio electrónico, incluyendo a las redes sociales y coordinando su base de datos para fidelizar con sus clientes para que puedan adaptarse a la nueva tendencia digital de comercio. En conclusión, el sector gastronómico tuvo que aplicar los procesos determinados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, aceptando sus obligaciones tributarias de comercio electrónico que involucra pago de impuestos de valor agregado, tanto para el de industria y el comercio.

Quintero (2019) menciona en su trabajo de investigación que tiene por objetivo relacionar al crecimiento del comercio electrónico y el impacto que ocasiona en la recaudación de impuestos en el Ecuador, para lo cual empleó una metodología de diseño analítico sintético, En donde describe los problemas que existen en las entidades gubernamentales del país porque no pueden ejercer un control total sobre el comercio electrónico debido a las leyes obsoletas que fueron creadas en épocas que aun predominaba el comercio tradicional, lo cual a la fecha con el avance tecnológico las relaciones comerciales han dado un giro rotundo. se concluyó que el problema está en las leyes del estado creadas desde el año 2002, época en la cual el comercio electrónico no tenía crecimiento y que además las ventas eran muy escasas y que a

la fecha no se han actualizado es por ello que las microempresas violan la ley porque no tienen un control de sus páginas comerciales desde donde ofrecen sus productos, así mismo se demostró que hay mayor crecimiento en negocios lo cual altera su economía de Ecuador a través de la evasión e incumplimiento de pago de impuestos.

Videla (2019) en su trabajo de investigación señala que su objetivo es analizar la ley 27.430 relacionada a actividades del comercio electrónico y el impacto sobre el Impuesto a las Ganancias y el Valor Agregado, Esta investigación es de tipo descriptivo, transversal, exploratorio. El análisis de la investigación sirvió para demostrar los riesgos que existen en el proceso de intercambio de información y los principios fiscales en el comercio electrónico, Así mismo se analizó la situación tributaria actual de servicios digitales en Argentina y Chile, para lo cual consideraron a Netflix que cuenta con una plataforma de video digital, donde demuestra su procedimiento tributario a aplicar y las características, donde se determinó que para mayor practicidad mundial se debe gravar esta actividad con impuesto sobre el consumo, el IVA y sobre la alícuota general, Por ende propusieron 2 alternativas de solución: La Presencia Digital Significativa e Impuesto sobre Servicios Digitales en línea que propone la Unión Europea, se concluye que la determinación del gobierno de gravarlas es adecuada, sin embargo, aún podría mejorar si se considera las propuestas presentó o esperar los planeamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos en su plan de trabajo.

Lombardi (2019) menciona en su trabajo de investigación que su objetivo es analizar las diferentes aristas que presenta la regulación impositiva del comercio electrónico, los obstáculos que encontró al comienzo de su regulación en Argentina y los desafíos que aún quedan, Teniendo en cuenta las instrucciones y recomendaciones emitidas por los organismos internacionales. ¿Cómo afecta esto a la propia legislación y cómo se trata a nivel regional? Luego analiza las secuelas de la última reforma tributaria que entró en vigencia, examinando qué temas podrían brindar más información y cuáles siguen siendo ambiguos o sin resolver.

Esta investigación es de análisis documental. Concluye que, si bien Argentina ha dado un pequeño paso hacia la regulación tributaria, se requiere de cooperación internacional para comenzar a beneficiarse de los millones de dólares en circulación del comercio electrónico.

Bonnin (2018) realizó la siguiente investigación la cual tiene por objeto realizar un análisis sobre la aplicación de las leyes tributarias del país, en actividades de comercio electrónico, específicamente materia de impuesto del valor agregado, impuesto a la renta, a las ganancias e impuestos brutos, para determinar si la legislación existente la ha ajustado. El comercio electrónico ha ido creciendo a grandes pasos lo cual ha generado un sinnúmero de cuestionamientos sobre la forma de tributar en los diferentes impuestos, tanto como problemas jurídicos: así mismo define que un producto que es objeto de transacciones, la eliminación de las restricciones territoriales y la dificultad para identificar a los participantes que intervienen en una operación electrónica. Se realizaron métodos cuantitativos y cualitativos, donde la primera muestra es de 125 personas de diversas edades y la segunda se entrevistó a 4 profesionales calificados. Se concluyó que el comercio electrónico está en crecimiento y a medida que aparezcan nuevas tecnologías frente al comercio electrónico directo e indirecto se tiene que dar mayor prioridad al primero de ellos conforme lo mencionado y además no es necesario que se creen nuevos impuestos, sino que se adecuen a las normas tributarias que ya existen.

2.1.2 Nacionales.

Aragón (2021) señaló que su **objetivo** fue establecer en que forma la evasión tributaria influye en la recaudación de impuestos debido a que los comerciantes no cuentan ningún tipo de obligación tributaria, además se encuentran identificados como contribuyentes no inscritos en el RUC, lo cual dificulta a la administración para que realice fiscalizaciones correspondientes. Empleó un diseño **correlacional-causal**. La **muestra** es de 45 comerciantes activos en la que aplicó una **encuesta** de 15 preguntas, 8 para evasión tributaria y 7 para

recaudación de impuestos. para la validez del instrumento se aplicó el **alfa de Cronbach** cuyo coeficiente fue de 0,880 como resultado de confiabilidad. El proceso de información se aplicó mediante el programa IBM SPSS statistics Vs. 25; se empleó el coeficiente de correlación de Rho Spearman. **La conclusión** de la evasión tributaria es que influye notablemente en la captación de impuestos, debido a que el mercado Pedro Vilcapaza cuenta con un índice muy alto de evasión tributaria lo cual afecta a los ingresos tributarios que la administración tributaria recaude.

Nolasco (2021) En su investigación indica que su **objetivo** es determinar el impacto que ocasiona el comercio electrónico frente a la evasión fiscal. Esta investigación empleó el **diseño** no experimental, explicativa y cuantitativa, se tomó una muestra conformada de 45 personas. Se empleo la técnica de la **encuesta** en escala de Likert de 21 preguntas que permitieron tener un buen análisis, para lo cual se procesó a través del programa estadístico SPSS Vs25. Se **concluye** que mediante la prueba inferencial de Rho Spearman tiene una correlación de 0.550 y la significancia fue de 0.000; lo cual indica que el comercio electrónico influye significativamente en la evasión tributaria debido a las ventas que realizan mediante internet, por tanto, no otorgan ningún tipo de comprobante de pago lo cual ocasiona que las empresas no cumplan con sus obligaciones tributarias.

Lázaro (2020) En su investigación indica que tiene como **objetivo** comprobar que los negocios digitales influyen en la evasión tributaria en empresas comercializadoras de productos o prestación servicios mediante el internet. Se realizó un **diseño** no experimental transversal, su **muestra** fue conformada por 30 usuarios, donde se aplicó una **encuesta** de escala de LIKERT conformada por 25 preguntas, 13 aplicadas para negocios digitales y 12 preguntas para los negocios digitales, se validó el instrumento mediante el alfa de Cronbach SPSS Vs. 25. cuyos coeficientes fueron 0.815 y 0.899 para los instrumentos Negocios Digitales y Evasión tributaria. los **resultados** indican que existe relación entre los negocios

digitales y la evasión tributaria, existe una relación altamente confiable, La **conclusión** señala que los negocios digitales al no contar con un establecimiento físico, perjudica al país porque no existe un método para fiscalizar y recaudar tributos, lo cual permite que haya mayor evasión tributaria.

Pacheco (2020) señala que su **objetivo** es determinar cómo la informalidad y la carga tributaria de nuestro país, combinadas con los altos costos de formalización, conducen a una alta evasión fiscal. La encuesta utilizó un **diseño** no experimental, donde la **muestra** estuvo constituida por 44 MYPES de Lima en un periodo de tiempo definido. La herramienta utilizada fue un **cuestionario**, compuesto por 20 preguntas, Para la validez de los instrumentos se aplicó el **Alfa de Cronbach**, y obtuvo un 97,3% de informalidad y un 93,2% de valor de evasión fiscal, lo que indica la alta confiabilidad de la herramienta. Para el procesamiento de los datos y los **resultados** obtenidos se basó en el software estadístico SPSS versión 25, el cual un 50,0% de los encuestados confirmaron la existencia de un alto grado de informalidad, además identificaron un nivel significativo del 94,5%. Entre la informalidad y la evasión tributaria. **Se concluye** que deben implantar estrategias donde se disminuya la informalidad porque influye en la evasión tributaria y además tienen escaso conocimiento en cuanto a leyes y regímenes tributarios.

Carhuachin y Bazán (2018) señalan que su investigación tiene por **objetivo** medir la relación sobre difusión de cultura tributaria y su influencia en la reducción de evasión tributaria. Emplearon el diseño **correlacional**, su muestra se constituyó por 60 comerciantes. Donde se aplicó un **cuestionario** de 10 preguntas. Los resultados indican que existe desconocimiento de cultura tributaria por lo complejo que es el sistema tributario lo cual hace que no cumplan con sus declaraciones de tributos y es lo que genera la informalidad, la consecuencia de todo ello genera evasión tributaria en el país. La **conclusión** señala que la SUNAT no tiene políticas o plan de acciones para difundir una adecuada cultura tributaria, ni

mayor supervisión, por ende, existe un elevado índice de evasión tributaria y como consecuencia los contribuyentes, incumplen declarando sus obligaciones tributarias y por lo mismo evaden impuestos.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Comercio Electrónico

Escamilla (2009, como se citó en Quijano y Barajas 2019), menciona que el comercio electrónico es la nueva economía digital, la cual consiste en suministrar información sobre productos y servicios al alcance de la mano del consumidor, teniendo como pilar central la confianza que debe tener los usuarios, como un aspecto fundamental y diferenciador de la economía digital.

DE ROUS, M. (2000, como se citó en Mairena y Montano 2019) Indica que el comercio electrónico comprende un fenómeno jurídico y se entiende como el suministro y registro de productos y servicios electrónicos a través de dos o más computadoras o estaciones de cómputo conectadas por líneas de transmisión en el entorno, el dominio de red abierta que constituye Internet. Representa un fenómeno creciente con una expectativa de crecimiento extraordinario en el número de contactos, clientes y actividades.

Roland París (2003, como se citó en Vera 2019), El comercio electrónico especifica las suposiciones en los que se basa el sistema fiscal estatal, incluida la suposición de que las transacciones realmente deben realizarse. El crecimiento continuo conducirá a la necesidad de un sistema fiscal global, porque el estado no dedicará mucho tiempo a estas transacciones para evitar impuestos predeterminados. Asimismo, requerirá una estrecha cooperación entre los países para completar un sistema que sea lo suficientemente eficiente como para garantizar que todas las actividades de comercio electrónico estén gravadas. Estas presiones financieras alterarán las relaciones entre las naciones modernas sin previo aviso de que enfrentaremos una crisis financiera, que buscará crear un organismo supranacional para la tributación, pero solo

se requiere enfoque para cambiar drásticamente nuestros puntos de vista hacia la dimensión internacional e institucional, porque el comercio electrónico ha ido más allá de las fronteras internas.

Nieva (2006, como se citó en Londero y Flores 2018), indica que según el enfoque dado el comercio electrónico se entiende como: Basada en la comunicación, comprende la difusión de información de cualquier tipo, así como de productos y servicios a través de una red de comunicación multimedia.

Desde el punto de vista empresarial, implica la implementación de tecnologías que viabilicen el soporte y automaticen las actividades que realiza la empresa, reduciendo así costos, tiempo y mejorando la calidad del servicio prestado.

Desde el ámbito temporal el comercio electrónico se convierte en instrumento para apoyar el surgimiento de nuevos canales y mercados para el intercambio en tiempo real de bienes, servicios e información.

Desde una perspectiva legal, la OCDE da la siguiente definición: El comercio electrónico en general es toda forma de transacción comercial que cuenta con la participación de individuos y organizaciones., basadas en operaciones electrónicas y transmisión de datos. Datos, incluidos texto, voz e imágenes.

Fernández (2003, como se citó en García y Gonzales 2020) señala al comercio electrónico como operaciones realizadas a través de redes informáticas, basadas principalmente en Internet. Para las empresas comerciales, las oportunidades que ofrece Internet han sido de aprovechamiento de oportunidades para el aumento acelerado de su negocio. Durante la última década se ha establecido un mercado de intercambio más dinámico y diverso ha aparecido mundialmente.

Dimensiones de comercio electrónico

Según Tassabehji (2003, como se citó en Escobar Y Morales 2018) Señalan lo siguiente:

Comercio electrónico – Tecnológico. - La sofisticación de la infraestructura de telecomunicaciones Proporciona a las empresas y los consumidores el estándar de Medidas: Infraestructura de Telecomunicaciones (Columna vertebral, jugadores de la industria y competencia, precios, proveedores de servicios Internet, varios servicios disponibles, propiedad), acceso a nuevas Tecnología, de banda ancha, alta velocidad de nuevos desarrollos e implementaciones tecnología en el sector industrial.

Comercio electrónico – Político. - El gobierno debe de crear leyes gubernamentales, para promocionar, apoyar al desarrollo de los negocios electrónicos y Tecnologías de la Información. legislación: el número y tipo de leyes y políticas de apoyo o Regulaciones restrictivas que rigen los datos electrónicos, los contratos y las transacciones financieras (por ejemplo, leyes que reconocen y hacen cumplir la validez de los documentos electrónicos, contratos y transacciones en los tribunales; verificación firmas digitales; uso lícito de medidas de seguridad electrónica como el cifrado), Política pública - si el gobierno apoya el crecimiento de transacciones y procesos electrónicamente y Capacitación de la Educación Nacional Electrónica.

Comercio electrónico – Social. -Integración de las cualificaciones, la promoción en la educación y la formación Tecnológica permitirá a cada uno de los compradores potenciales que comprendan la fuerza de trabajo y utilización de nuevas tecnologías. Estándares Métricas: habilidades de la fuerza laboral, número de usuarios en línea, tasa de participación Penetración de computadoras personales, nivel de educación, cultura tecnológica: preparación y La

capacidad de adoptar nuevas tecnologías y la velocidad de la tecnología. Logró un gran número en Japón.

Comercio electrónico – Económico. - Incluye la riqueza la salud comercial de la nación con Factores que contribuyen a ello. Evaluación comparativa: crecimiento económico - PIB, ingreso promedio, costos de tecnología, costos, Acceso a la infraestructura de telecomunicaciones: estructuras de tarifas y precios, Infraestructura Comercial - Desarrollo del Sector Bancario (Sistemas de Pago), Modelos de empresas innovadoras.

Modelos de comercio electrónico.

Según Jaramillo (2019) indica que en el comercio electrónico encontramos las siguientes formas de intercambio comercial de bienes y servicios a través de las cuales empresas y consumidores satisfacen sus necesidades sin necesidad de estar en el mismo lugar, porque se realiza a través de un medio electrónico como lo es el internet.

Los principales tipos de comercio electrónicos son los siguientes:

a) (B2B) Comercio electrónico de empresa a empresa

Bajo esta modalidad las empresas realizan transacciones comerciales entre ambas a través del internet. Esta forma de intercambio hace referencia al entorno donde las empresas venden al por mayor sus productos o servicios a otras empresas donde el comerciante compra para posteriormente revender a mayor costo.

b) (B2C) Comercio electrónico de empresa a consumidor

En esta forma de comercialización, las encargadas de producir bienes y servicios son las empresas cuya finalidad es ofrecerlos a terceros mediante sitios web, plataformas digitales o redes sociales teniendo acceso desde cualquier lugar sin la necesidad de requerir tiendas físicas. A través de este contexto pueden ser intangibles o tangibles, se llega a una conclusión que el comercio B2C disminuye notablemente costos en empresas, por lo cual se elimina el alquiler de locales comerciales reemplazando por sitios web, tiendas online, etc. lo que resulta

a menor costo (OECD, 2014, pág. 85).

c) (C2C) Comercio electrónico de consumidor a consumidor

En esta modalidad las empresas no intervienen de manera directa. Se trata de una modalidad de comercio entre dos consumidores donde no existen los intermediarios lo hacen de forma directa y la mayor ventaja es que pueden vender o alquilar bienes de toda clase y realizar transacciones a menor costo a través de las plataformas como las redes sociales que ha crecido a pasos agigantados.

d) (C2B) Comercio electrónico de consumidor a empresas

Bajo esta modalidad el consumidor es quien establece los términos y condiciones de la negociación, después de evaluar un bien o servicio adquirido, de tal manera que las empresas evalúan su aceptación.

Componentes del Comercio Electrónico

a) Cliente

Kotler, (2002, como se citó en Rado 2019) menciona que es aquella persona, entidad u organización la cual adquiere o compra personalmente el producto o servicio que desea o necesita, de modo que el cliente es la principal razón para crear, producir, fabricar y comercializar productos y/o servicios. Sin embargo, no están considerados como clientes a quienes reciben productos y servicios para incluirlos en el proceso de producción o servicios empresariales. De tal manera que el consumidor es el beneficiario final del bien. En tales circunstancias de negocios cuando hablamos de clientes, se les llama consumidor. El comprador es el cliente que orienta sus acciones para incentivar las compras.

b) Sitio Web

Millenium, (2005 como se citó en Rado, 2019) señala que La World Wide Web o web es un conjunto de páginas y sitios web que son accesibles mediante internet y sirven para consultar un tema en particular, de tal manera que la página de inicio es la página de bienvenida,

bajo el nombre de dominio y la dirección web solamente. Se puede acceder mediante una dirección de correo electrónico, además de mostrar cualquier tema visible en el sitio web, son utilizadas por agencias gubernamentales y privadas, organizaciones e individuos que utilizan este sitio web para comunicarse con el mundo. Para las empresas, esta información se relaciona con la presentación de sus productos y servicios a través de internet, así como con la efectividad general de sus servicios de marketing. La página web no debe existir en el sistema informático de su empresa. Los archivos y documentos que lo componen pueden estar ubicados en una computadora, otro lugar o incluso en un país diferente, solo se requiere una computadora para publicar en la web. Este servidor o red de computadoras puede contener muchos sitios web y servir a visitantes de diferentes sitios web al mismo tiempo.

c) Acuerdos y Métodos de Pago

Juncadella (2004 como se citó en Rado 2019) Señaló que el medio de pago electrónico es un sistema que simplifica la aceptación de pagos electrónicos en las transacciones en línea mediante el internet.

Los medios de pagos electrónicos, realizan transferencias de dinero entre compradores y vendedores en una acción de compra-venta electrónica mediante una entidad financiera autorizada por ambos. Por ese motivo, es una pieza fundamental en el procedimiento de compra-venta dentro del comercio electrónico. Cuentan con plataformas virtuales donde pueden realizar compras y ventas por Internet.

d) Internet

Bowman & Willis (2003 como se citó en Rado 2019) indica que es una red informática global y descentralizada que conecta computadores y personas que lo utilizan. Sus orígenes se remontan a 1969, su aparición real y duradera se remonta a la década de 1990 con la llegada de la Web (WWW. o "Internet") esta facilitó la entrada a recursos de texto y multimedia. A partir del 2004, recientemente, la creación de redes ha girado en torno al concepto de la

conocida "Web 2.0" o red social para compartir. No se trata solo de nuevas tecnologías o mecanismos tales como Wiki, YouTube, Facebook, blogs, noticias, etc. Este fenómeno social depende de muchas ideas, fuerzas y relaciones diferentes: tales como compartir comunicación, interacción con la red como plataforma, conversaciones, sencillez, contenido. Desde creación de usuarios, periodismo participativo, filtrado colaborativo, reputación, credibilidad, redes sociales, software social, portabilidad, creatividad, computación social, propuesta, transparencia, inteligencia colectiva, etc. En comparación con la Web 1.0, los usuarios solo se limitan a la navegación pasiva de la información que se les presenta.

Características de comercio electrónico

Los Medios del comercio electrónico con trascendencia económica.

Según Torre & Codner (2014, como se citó en Cordero, 2019) mencionan que el nuevo modo de comercializar se adapta a la economía actual, que se caracteriza por una globalización del intercambio, los requerimientos de clientes y oportunidades ofrecidas por los fabricantes. El comercio electrónico cambia la relación entre empresas, clientes y empresas, empresas con sus empleados, de esta forma revolucionará la economía, sólo la eficiencia de los consumidores y La oferta de nuevos servicios determina la supervivencia entre diferentes competidores.

Medio de comercio virtual

Según Cisneros, (2018, como se citó en Cordero, 2019) indica que anteriormente en el comercio tradicional, las personas que compraban y vendían se conocían físicamente en el momento de intercambiar bienes y servicios, a diferencia del comercio electrónico, las personas involucradas no se conocen para establecer una relación, porque están en diferentes países para realizar un intercambio.

Medio de comercio tendencia universal.

Según Durán, (2017, como se citó en Cordero, 2019) señala que Cualquier persona con conexión a internet puede realizar comercio electrónico, debido a que es la base y soporte

tecnológico de este nuevo estilo de comercio que tiene tendencia global porque no está restringido por las fronteras de los países u otras restricciones geográficas.

Vinculación con la tecnología.

Según Torre & Codner (2014, como se citó en Cordero, 2019) mencionan que depende completamente de la tecnología para poder intercambiar bienes y servicios a través de Internet, por lo tanto, es muy importante tener conocimiento de cómo funciona la tecnología que hay detrás. Internet.

Medio de comercio de costos bajos

Según Martínez (2016, como se citó en Cordero, 2019) indica que el comercio electrónico permite la reducción de costos en las transacciones administrativas, así como reducir los procedimientos para la distribución y mediación, la cual está orientada sobre la oferta y la demanda de bienes y de servicios.

Medio de comercio ágil.

Según SEO (2016, como se citó en Cordero, 2019) indica a diferencia del comercio tradicional, el comercio electrónico agiliza la transacción de bienes y servicios porque sus compras y pagos se realizan a través de Internet, lo que permite aumentar el número de transacciones comerciales.

Legislación actual del comercio electrónico en el Perú

Según Cruz, (2019) señala que los desarrollos legales relacionados con el comercio electrónico en nuestro país aún son insuficientes, especialmente en lo que respecta a los impuestos, a continuación, se presenta una descripción general de las leyes vigentes para los temas objeto de estudio.

Ley de firmas y certificados digitales

según se establece en el Decreto Supremo N.º 029-2021-PCM, que se aprobó en el reglamento de la Ley de Gobierno Digital, Por la Ley N.º 27269, modificada por Ley N.º 27310,

que reglamenta el uso de la firma digital, dándole la misma validez y efecto legal que una firma manuscrita o análoga, establece términos de servicio para los proveedores de certificaciones Digitales y la necesidad de una Autoridad Administrativa Calificada que se encargue de reglamentar con mayor precisión esta materia. Las firmas electrónicas se entienden como cualquier símbolo basado en medios electrónicos utilizado o adoptado por una parte con la intención de autenticar un documento cumpliendo todas o algunas de las funciones características de una firma manuscrita. En nuestro país serán reconocidas tres modalidades de firmas electrónicas: simple, avanzada y cualificada:

- Firma electrónica simple. - Se define como datos en formato electrónico que están vinculados lógicamente a otros datos electrónicos, utilizados por el firmante para firmar.
- Firma electrónica, avanzada. - Es una firma digital simple que: Está asociada de forma única con el firmante, identifica al firmante, generada con datos de creación de firma que el firmante puede usar bajo su control y vincula los datos firmados de tal manera que cualquier modificación posterior de esos datos sea factible.
- Firma electrónica, cualificada: Es una firma digital de conformidad con lo dispuesto en el Capítulo Segundo del Reglamento de firmas.

Código civil y el comercio electrónico

Según la Ley N° 27291, publicada en el diario El Peruano el 28 de junio de 2000, se reformaron los artículos 141 y 1374 y se adicionó un nuevo artículo 141-A al Código Civil, que regula el uso de los medios electrónicos para expresar su consentimiento en contratos digitales mediante firma electrónica. En otras palabras, permite hacer acuerdos con clientes mediante tu canal virtual (sitio web) sin tener que firmar un acuerdo físico. Lo cual permite tratar con clientes que se encuentren en cualquier lugar del Perú y el mundo. En conclusión, se decidió adecuar la norma al estado de su aplicación en las relaciones estado-personas. Estas

innovaciones satisfacen las necesidades del derecho civil, en conformidad con la evolución de la tecnología y la aparición del comercio electrónico.

Ventajas y desventajas del comercio electrónico

Bir (2015, Como se citó en Escobar y Morales, 2018) señalan las ventajas que tiene el comercio electrónico a diferencia del tradicional.

Aumento de público, objetivo:

Anteriormente, las empresas solo podían vender dentro de límites geográficos estrictamente definidos y delimitados por ubicación. Entonces, si un cliente quiere comprarle un producto, tiene que ir específicamente a este lugar. En algunos casos hubo otro más cercano, este desplazamiento no se produjo o simplemente desconocían su existencia sin pasar por delante. Las empresas en la actualidad pueden llegar a una gran audiencia y enviar productos a los hogares de los consumidores que vieron el producto en su computadora, Tablet o teléfono celular.

Incremento de clientes físicos en la tienda:

Las personas que utilizan Internet principalmente para buscar información, sin embargo, hay personas que prefieren ponerse en contacto con la realidad y ver el producto antes de realizar una compra. Así que, si el producto les resulta interesante después de verlo por primera vez, acudirán a la tienda con intenciones de comprar. Sin interés no habría dedicado tiempo allí.

Menor coste de inicio:

Existen empresas que solo venden sus productos o prestan sus servicios a través de Internet sin una ubicación física, En este caso genera mayor ahorro en el costo de arriendo, aire acondicionado, etc. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la creación de un sitio web atractivo, el logro de una alta clasificación en los motores de búsqueda y la implementación de herramientas para garantizar compras seguras también conllevan costos que son importantes.

Capacidad para reducir la información de un producto en un espacio:

Si un cliente acude a la tienda, una persona encargada suele revelar toda la información necesaria. En este punto, puede haber un momento en que el potencial comprador pierda la atención, no comprenda del todo algunos puntos, o no se sienta feliz con la persona que lo atiende. En estos casos, se arriesga la compra, porque el cliente percibe menos cualidades de lo que el producto posee realmente. En cambio, por Internet, podrán identificar y resaltar los puntos que consideren importantes, permitiendo al comprador leerlos, visualizarlos y releerlos tantas veces como crea conveniente. De esta manera, ninguna información se escapa.

Otorga facilidades en compras mayores:

A partir de la perspectiva del cliente, ahorra tiempo a la hora de comprar, porque no necesita viajar ni perder tiempo en el envío. Puedes comprar lo que quieras desde casa. La facilidad de compra y la posibilidad de estar en un ambiente amigable, libre de ruidos y molestias, lo alientan a realizar compras convenientes para la operación.

Facilidad de impulsar promociones:

Es una forma llamativa de obtener descuentos, ofertas y otro tipo de promociones en una sola pantalla. En tal efecto, facilitara realizar la primera venta permitiendo que los clientes prueben los productos por vez primera. Sin embargo, como todas las opciones, el comercio electrónico también tiene algunas desventajas en comparación con el comercio tradicional que se debe tener en consideración:

Costo de envíos:

La entidad incurre en gastos por envío, que pueden llegar a ser sustanciales dependiendo del producto. Otra opción es trasladar estos costes al comprador, pero entonces se corre el riesgo de no estar conforme, entonces decida no realizar la compra. Si elegimos la opción y pensamos que es una gran compra, si posteriormente se sube el precio que ha elegido, corre el riesgo que se decepcione lo cual conlleve a la cancelar la operación debido a que

perderá el sentimiento sobre sus capacidades. Otra opción es no cobrar al comprador el envío, sino cargarlo directamente al precio del producto, pero el costo puede ser entonces superior al establecido durante la visita física al local.

Costo de creación de la infraestructura:

Para la creación de un sitio web completo, atractivo, deberá contratar profesionales que le cobren por el trabajo que realizan. Además, las estrategias de posicionamiento “SEO” y “SEM” también requieren inversiones continuas que deben desarrollarse a lo largo de la vida de la empresa.

Requisitos de seguridad:

En particular, para realizar compras a través del sitio web, se deben respetar ciertos factores de seguridad y privacidad.

Ganar la lealtad del cliente es más difícil:

Un comprador en línea podría estar viendo ofertas de muchas otras compañías competidoras en este momento. Entonces, una vez que haya decidido comprarnos, puede cambiar de inmediato si observa una oferta que este más atractiva.

Algunas personas tienen desconfianza al adquirir un producto que no conocen personalmente, por lo tanto, existen personas que requieren tocar o sentir un producto antes de adquirirlo, y las compras electrónicas están lejos de su imaginación por lo mismo que son personas mayores e incluso adultos que prefieren comprar de una manera más tradicional.

Modelos de negocios no tradicionales

Villacorta 2018) señala que los nuevos modelos de negocio que empiezan a aparecer en internet cada vez son más relevantes y generan crecimiento e interés creciente en los últimos tiempos.

Plataformas del comercio electrónico.

Uno de los mayores desafíos al vender en línea es desarrollar o comprar una plataforma que pueda usar si desea tener plataforma propia para no usar otros canales que no sean los que existen en línea. Si no desea usar la plataforma de otra persona, no hay negocio que no tenga su propia plataforma en la que pueda vender. Los desafíos a menudo surgen por dos razones principales. En general, cuando comenzamos, sabíamos muy poco sobre el comercio electrónico, por lo que no sabíamos qué buscar o qué preguntar, al igual que sabíamos muy poco sobre la tecnología y cómo se podía regular.

Necesidades del negocio.

Lo primero que debe considerar es que si desea centrarse con las ventas o con la tecnología. La construcción de su propia plataforma ocupa una parte importante de nuestro tiempo diario para mejorarla a diario. Si tiene los recursos para construir un buen producto y un equipo de tecnología, si tiene los recursos financieros para invertir en el mantenimiento y desarrollo mensual de la plataforma, y si tiene un producto único para vender, necesitará una plataforma específica que sea fácil de usar. Si este no es el caso, hay varias alternativas que cubriremos en este curso. En este caso, vemos una plataforma 100% de desarrollo propio. Esta empresa que inició en el negocio hace muchos años donde no había muchas opciones para crear sus propios sitios web, por lo que se tomó la decisión de expandirse. Quizás hoy en día, este tipo de negocio pueda ser utilizado para otro tipo de plataformas. En muchos casos, no es necesario crear una plataforma desde cero, ya que básicamente puedes usar tecnología como Magento. La cual esta tecnología de comercio electrónico pertenece a eBay. Numerosas empresas utilizan la plataforma de Magento, en la cual construyen sus plataformas sobre ella. A menudo, se necesita mucha adaptación y ajuste para conectar la plataforma a los sistemas de la empresa. Siempre es necesario contratar desarrolladores que estén familiarizados con Magento para poner en marcha su sitio web.

Desarrollo de un Marketplace externo

Las personas que aún no vende en línea, la mejor manera de iniciar son los Marketplaces, porque les permite aprender de empresas que tienen experiencia en el mercado del comercio electrónico. Tales como eBay, Amazon y Mercado Libre llevan aproximadamente 15 o más de 20 años en el mercado. Estas empresas podrían ayudar a aumentar sus ventas, debido a que son expertas en marketing online y constantemente generan tráfico a su plataforma de personas interesadas en realizar compras, Son los que más dinero invierten en Internet, por lo que usar estas plataformas para crecer es tan emocionante para cualquier negocio, por lo que es importante estar preparado, especialmente en lo mental, para reaccionar oportunamente a consultas de los clientes. Si se tienen demasiadas ventas y envíos, se puede manejarlos, Por ello, que es importante saber si se tiene la capacidad de producción o suficientes productos. En el caso de quedarse sin mercancía, podrían suspender la venta para no desesperarnos. Algunas marcas usan sus nombres originales en estas plataformas al igual con los productos que venden fuera de línea. Otros comercializan marcas de segundas o las usan para probar nuevos productos. Todas las empresas deben comprender cuál es el mayor beneficio que pueden obtener de estas plataformas, pero definitivamente deben buscar, analizar y comprender cómo podrían ayudar a crecer su negocio. Dependiendo del área en la cual se quiera comercializar.

Las redes sociales y las ventas online:

La gran mayoría de internautas navegan a diario por las redes sociales, la cual es fuente de tráfico para el comercio electrónico y por supuesto para el aumento de ventas en línea. En este caso, se puede ver que el contenido destinado a mostrar y presentar el producto, pero no existe la opción de "comprar" o "infórmate" por ningún lado, solo se muestran productos. La gente no suele leer en línea, por cuanto más claros e intuitivos sean los datos, antes encontrará una forma de ponerse en contacto con nosotros e independientemente de si la información está

en el sitio web o en la plataforma de Facebook, para ello toda publicación debe contener un enlace, número de teléfono de contacto o dirección, dependiendo, por supuesto, de cómo estén configuradas sus ventas. Recuerde que lo más visitado de los sitios web corporativos son el sitio web con direcciones y sucursales, por lo que mostrar estos datos siempre será útil para nuestros clientes. Por otro lado, si se utiliza un servicio que nos permita acortar y rastrear una URL o una dirección, como Bitly o Google, donde se puede saber cuántas personas han hecho clic en enlace la cual recopila datos de navegación como el género y cantidad de personas que visitaron el link, el país, etc.

2.2.2 Evasión tributaria

Figuerola et al. (2017, Como se citó en Muñoz y Pachas, 2020) mencionan que la evasión tributaria es un problema muy frecuente y conocido en la actualidad. Esto se lleva a cabo mediante actos ilícitos y poco éticos, lo que produce que el Fisco recaude menos ingresos tributarios que los debidos, lo que induce a que se eleve la carga tributaria para los contribuyentes honestos.

Sierra y Vargas, (2015, como se citó en Leiva y Marín, 2019) señalan que la evasión tributaria es una problemática social que afecta al desarrollo de los países. Esto sucede porque se trunca el objetivo principal de los impuestos, a saber, financiar el gasto público, entendido como el total de gastos realizados por el sector público para la adquisición de bienes y servicios.

Esteba (2018, como citó en Ruiz, 2021) menciona que, la evasión tributaria es la forma por la cual el contribuyente hace una falta ante la entidad tributaria y administrativa, esta falta afecta directamente a la entidad del estado la cual es la encargada de hacer la recaudación de impuestos, una vez que hacemos alusión a la evasión tributaria, especialmente mencionamos que se hace el incumplimiento de medios ilícitos, lavado de activo, evasión de ingresos no facturados, además de eso varias entidades hacen la evasión tributaria bajo la misma regla, intentan buscar un vacío legal para lograr eludir impuestos. La evasión tributaria no solamente

perjudica a las ganancias de la gestión tributaria, también perjudica a toda la población debido a que con aquel dinero se hacen servicios y obras públicas.

Rentería (2020, como se citó en Valencia 2021) indicó que cuando se trata de evasión, estamos hablando de trucos que utilizan los contribuyentes para evadir el pago de impuestos, violando así la ley la cual simplemente no se respeta y que definitivamente es ilegal. Esto difiere de la elusión tributaria, que implica el comportamiento de los contribuyentes que buscan evadir impuestos utilizando trucos o estrategias permitidas por la ley o mediante vacíos legales.

Cosulich (1993, Como se citó en Hoyos 2020) La Evasión Tributaria es la falta de cumplimiento de sus obligaciones por parte de los contribuyentes. Esa falta de cumplimiento puede derivar en pérdida efectiva de ingreso para el Fisco o no. Es evidente que ambas implican una modalidad de evasión, aun cuando con efectos diferentes.

Dimensiones de evasión tributaria

Defraudación tributaria: Según Serrano (2012, como se citó en cornejo 2017), Indica que se debe a una acción u omisión, utilizando cualquier truco, engaño, astucia, subterfugio u otro medio fraudulento para dejar de pagar todo o parte del impuesto requerido por la ley.

Elusión tributaria: Serrano (2012, como se citó en cornejo 2017) que la elusión fiscal o también conocida como elusión tributaria es el uso de medios legales, es decir, medios no prohibidos por el texto de la ley, con el objetivo de evitar o reducir el pago de impuestos, reduciendo así la carga fiscal de la ley.

Cultura tributaria: Define como un conjunto de patrones de conducta y actitudes de los contribuyentes frente a las leyes y reglamentos tributarios aplicables. Estas conductas están vinculadas con la educación y la ética tributaria. Los esfuerzos realizados por algunos países para mejorar la cultura tributaria en sus ciudadanos y organizaciones mayormente no han tenido éxito. Los que dificultan una mejor cultura tributaria en los contribuyentes, son los factores tales como: El sentimiento de injusticia fiscal cuando observamos que unos colectivos cumplen

la ley mientras que otros no; La corrupción en el dominio público; existe poca compensación para un ciudadano en el servicio público del estado; el estado de la burocracia subsidiada en la administración tributaria, elevados gastos gubernamentales y poca inversión en la misma, sobre todo se observa la mala conducta de los políticos.

Impuestos

Impuesto a la Renta

Según Bravo (2018, como se citó en Ticona y Quispe 2020) indican que este impuesto se determina anualmente y se aplica a las ganancias provenientes de la explotación del capital o del trabajo, o una combinación entre ambos.

Impuesto General a las Ventas

Según Bravo (2018, como se citó en Ticona y Quispe, 2020) Señala que es un impuesto indirecto basado en tecnología de valor agregado. Este es un impuesto plurifásico debido a que se aplica a todas las etapas del ciclo de producción y venta hasta llegar al consumidor final. El método utilizado es la deducción de la base fiscal. Para tal efecto, el valor agregado se obtiene restando las compras y ventas durante un período de un mes, por lo que utilizar este método no permite determinar el valor agregado real o económico de un período.

Impuesto a las Transacciones Financieras

Es un impuesto que afecta a determinadas transacciones financieras aplicando una tasa de 0.005% al monto de la operación que se realice. (SUNAT, S.F.).

La evasión fiscal o tributaria

Martín y Molina (2019) indican que Comprende la eliminación o reducción del impuesto generado por quienes legalmente están obligados a pagarlo, es decir, quienes han constituido legalmente una autoridad tributaria y han logrado este efecto mediante fraude u

omisión de infracciones a la ley. Los factores que integran el concepto de evasión fiscal se traducen en actividades ilícitas de una persona física que incumple la obligación de aportar bienes que dan lugar a la ocurrencia del hecho fiscal. La esencia de un delito no es más que la utilización de documentos material e ideológicamente falsos para la realización de actos jurídicos o actividades empresariales incompatibles con las realidades jurídicas existentes, o para interferir en el derecho a ocultar sus ingresos, bienes y contenido económico.

De manera similar, nos referimos a la evasión fiscal cuando entendemos aquellas actividades destinadas a evitar o limitar la ocurrencia de un hecho utilizando una estrategia o táctica legítima, es decir, no violarla. Son actividades que conducen a resultados fiscales favorables por medios legales, sin infringir la ley, eligiendo formas o estructuras jurídicas inusuales para evitar o reducir la carga fiscal. La evasión no es del todo ilegal ya que no se ha violado ninguna ley, pero el aprovechamiento o situaciones ambiguas se resuelve a través de lagunas de interpretaciones a veces manipuladoras o caprichosas.

Por ejemplo, se dice que la evasión de impuestos no es ilegal sin embargo moral y éticamente es incorrecta, la planificación fiscal por otro lado es legal, ética y moralmente porque no hay malicia ya que es legal en todos los casos.

Para comprender mejor estos conceptos, veamos algunos de sus ejemplos:

Esta es una solución cuando los comerciantes deciden no facturar una venta para no exceder el límite y así no calificar para el modo simplificado o, si es modo general, no facturar valor. En este caso, la finalidad es eludir la responsabilidad del régimen general, pero esto se hace por medios totalmente legales, nada ilegales, sólo con el propósito de no cobrar o no pagar el IVA, que es socialmente reprobable pero no ilegal y por lo tanto no punible. Se puede considerar evasión fiscal cuando un comerciante, para no pasar a un régimen, divide sus actividades en dos partes, dejando una a su nombre y la otra a su esposa u otro pariente. Cabe señalar que, en los dos primeros casos, el fin último es no emitir una factura con IVA o evadir

el pago, y en el primer caso una infracción grave de la ley (obligación de facturar), conocida como evasión fiscal, esto es no se hace a través de mecanismos legales y por lo tanto no estaría permitido.

Efectos.

Una consecuencia de la evasión fiscal es que los ingresos fiscales disminuyen, por lo tanto, los gobiernos disponen aumentar su carga fiscal imponiendo nuevas tasas impositivas para corregir los déficits gubernamentales. Otra consecuencia es la competencia desleal entre los evasores fiscales y los comerciantes en el cumplimiento de cada una de sus obligaciones, por lo que la evasión fiscal masiva afecta la conducta controladora de los sujetos, incrementando el precio de los bienes y reduciendo la tendencia de los contribuyentes a declarar correctamente. Existe una interacción negativa entre el tamaño de la evasión de impuestos y el tamaño de la organización, con un aumento en el tamaño de la empresa medido por las ganancias que reduce la tasa de evasión de impuestos, ya que hace que la evasión de impuestos sea más obvia y menos probable. asimismo, existe un vínculo inverso con la probabilidad de verificación y evasión fiscal. La posibilidad de la evaluación reduce la elusión, la primera evaluación es más positiva que las evaluaciones posteriores, y el grado de elusión será el mismo dependiendo de la industria o servicio. La evasión fiscal resulta en una carga tributaria para quienes cumplen con sus obligaciones tributarias, lo cual es una virtud para los evasores de impuestos, quienes finalmente se benefician, la evasión fiscal le cuesta al fisco y los fondos son debidamente rastreados por ende aumenta la presión fiscal de los legisladores, perjudica a contribuyentes que cumplen con sus obligaciones tributarias.

Causas De La Evasión

Beneficios provenientes de la evasión

Según Almeida (2017) menciona que La investigación dominante sobre la evasión fiscal, además de desarrollarse a niveles teóricos y formales que hacen insuperables a los

políticos profesionales, se centra casi exclusivamente en los determinantes económicos de los fraudes. La evasión de impuestos le cuesta al fisco en términos de exenciones de impuestos y fondos invertidos para hacer un seguimiento adecuado, aumenta la presión fiscal de los legisladores, perjudica a contribuyentes que si cumplen con declarar sus obligaciones tributarias. Se cree que estos valores o principios fundamentales solo pueden ser absorbidos por los descendientes si sus ancestros los transmiten a través de las relaciones y el aprendizaje durante la vida familiar.

Los contribuyentes deciden cuándo y cuánto evitar, basándose tanto en el beneficio final de la transacción como en la percepción del riesgo de que las autoridades fiscales detecten nuevas sanciones. En todos los casos, la desigualdad será un requisito previo para tomar una decisión para evitar: Beneficio y Costo esperado en la elusión, donde la definición del valor esperado se basará entre una percepción subjetiva de verificabilidad y sanciones apropiadas si se detecta fraude fiscal. A su vez, la administración tributaria también analizará la decisión de control del fraude de manera similar solo si se cumplen las siguientes condiciones:

Ventaja de prueba y Costo de prueba.

Sobre los costos esperados de evasión y verificación, Alm (1998, p. 19) revela que aumentar la tasa de multas y la frecuencia de las auditorías tributarias aumenta la disciplina tributaria. Además de las herramientas anteriores, las multas a menudo se consideran que es la mejor alternativa para reducir la evasión fiscal, ya que las sanciones pueden aumentar mediante simples cambios en la ley y el costo de las auditorías fiscales requiere recursos adicionales de las autoridades fiscales. De igual forma, una auditoría demuestra a través de una técnica experimental que la notificación previa a los auditados mejora el cumplimiento tributario. Con respecto al fraude fiscal, también se debe aclarar que es importante referirse a teorías de normas, ética social, justicia, satisfacción con los programas gubernamentales, entre otras. Debido a las condiciones externas de la organización, el comercio se vuelve cada vez más

complejo en términos de costos, volúmenes de venta y banca, dejando un camino de información que podría ser permanente y expone a un Control elusivo a un riesgo indebido. Administración de Impuestos. Esto significa que, en tales casos, los costos de la evasión superan los beneficios.

Transparencia y complejidad en el sistema tributario.

En la mayoría de países, las administraciones tributarias en mayor o menor medida establecen exoneraciones y trato preferencial para determinados grupos sociales. Todas las empresas deben comprender cuál es el mayor beneficio que pueden obtener de estas plataformas, pero definitivamente deben buscar, analizar y comprender cómo pueden ayudarnos a hacer crecer nuestro negocio. En el segundo caso, en el caso de un producto de marca interesante y divertido, en la imagen del producto se añadirá un link o enlace de la web donde se puede adquirir el producto. Esta carga de trabajo ocasiona altos costos de cumplimiento, que implica crear departamentos o divisiones encargadas únicamente de preparar la información requerida por las agencias reguladoras. Sí, muchos ciudadanos prefieren permanecer en el anonimato en lugar de estar sujetos a un escrutinio tan intenso. El problema no es solo que la gente no quiera emitir facturas, sino que tampoco quiere emitir facturas para no aparecer en los informes de la Inspección.

Según BID (2010, como se citó en Almeida 2017) señala en su informe que, junto con la evasión fiscal excesiva, la complejidad de sistemas tributarios socava el desarrollo de la economía en América Latina y el Caribe.

Corrupción en inspectores tributarios.

Según Martín Robles (2017, como se citó en Almeida, 2017) En los países en desarrollo, las estrategias para evadir a los funcionarios de auditoría fiscal corruptos pueden verse como una respuesta a su detección. Las reservas fiscales excesivas y desordenadas crean incertidumbre en contribuyentes alentándolos a continuar evadiendo impuestos. Por otro lado,

en el tema de Internet, se podrían identificar y resaltar los puntos que consideren importantes, permitiendo que el cliente pueda leerlos, visualizarlos y releerlos tantas veces como crea conveniente. El intercambio de bienes y servicios mediante el Internet depende completamente de la tecnología, por lo que es importante saber cómo funciona la tecnología detrás de Internet. Este último resultado no concuerda con los modelos teóricos porque más pruebas previas significan que la siguiente prueba determinará menos montos de evasión y, por lo tanto, reducirá los costos de evasión.

Deficiente sistema de inspección

Algunos sistemas de control no son efectivos para controlar a los contribuyentes. Esto podría deberse a una de las siguientes razones: Falta de tecnología adecuada para el control. La reforma fiscal y legal excesiva complica la gestión del sistema y plantea riesgos. No está claro qué información deben proporcionar los contribuyentes a las autoridades fiscales. asimismo, algunos grupos de poder vinculados al gobierno tienen poca fiscalización.

Ética y Moral En General

Se cree que el declive de los valores morales y éticos puede jugar un papel fundamental en el cumplimiento tributario de los contribuyentes en diferentes países. Allingham y Sandmo (1972) y Srinivasan (1973), En sus trabajos argumentan que declarar los ingresos percibidos, especialmente en el marco de pequeñas y medianas empresas, autónomas. Como una solución realizada bajo condiciones inciertas. Algunos psicólogos señalan la moral como un grupo de reglas creadas por nuestra conciencia y que en ocasiones podrían entrar en conflicto con la ley. También muestran que ciertos estándares morales pueden ser el inicio de ciertas normas y que la norma es un modo de ciertos patrones de comportamiento adoptados por la sociedad. Sobre Ética y Ética Tributaria, Lyaser (2014, p. 9 y 10)

Informalidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias

Actitudes frente a la evasión de impuestos

Chepa y Arístides (2005, como se citó en Medina, 2018) Las actitudes frente a la evasión fiscal constituyen un conjunto de pensamientos, actitudes y sentimientos asociados a la evasión fiscal. En este caso, se sugiere que las actitudes personales hacia la evasión fiscal son más explícitas que las actitudes personales. Claramente hay una brecha entre cada sentimiento y práctica cuando se trata de escapar de la realidad. Aunque hay mayor aceptación de ideas que justifican a la sociedad

Razones técnicas: reclamos desinteresados, imposibilidad de pago, sistema tributario técnicamente inconsistente lleno de contradicciones, desinformación tributaria.

Guzmán y Vara (2005, citados por Nakashima (2015) dividen las causas de la evasión fiscal en: Causas económicas: incluidas la crisis económica y la recesión, la carga fiscal excesiva, las tasas impositivas altas, la distribución desigual de la carga fiscal, el gasto público excesivo. Causas psicosociales: La representación del estado, corrupción, sanciones, desinterés por conocer sobre obligaciones tributarias y falta de civismo.

Razones políticas: incorrecta distribución de carga tributaria, nulo incentivo para cumplir con esta obligación tributaria, intervención del gobierno en el sector privado, que puede impedir el ejercicio de los derechos de libertad económica.

Razones técnicas: reclamaciones desinteresadas, incapacidad de pago, un sistema tributario técnicamente incoherente y lleno de contradicciones, desinformación tributaria.

Razones legales: la forma de regular las relaciones positivas de derecho tributario y los recursos legales no está clara, la técnica legislativa es inestable y voluble, la estructura u organización de la administración tributaria aún no está clara, completa, violando las reglas.

Otras razones: errores de implementación, accidente personal, motivos y actitudes personales frente a las obligaciones tributarias, evasión dolosa y deliberada (p. 37,38). Por otro lado, Spicer y Lundstedt (1980) muestran que la evasión de impuestos tiende a empeorar

cuando: - Hay más desigualdad en el sistema tributario o cuando el comercio con el gobierno es perjudicial para los contribuyentes de otros impuestos. El incumplimiento también depende de los asuntos internos de los contribuyentes y del público para evadir impuestos. Por lo tanto, argumentaron que, si una persona sabía de la existencia de un gran número de herejes, su adhesión a las normas se debilitaría. Es más probable que ocurra la evasión cuanto más sepa cómo evitar. - Cuando el número de auditorías anteriores sea mayor. Este último resultado no concuerda con los modelos teóricos porque más pruebas previas significan que la siguiente prueba determinará menos montos de evasión y, por lo tanto, reducirá los costos de evasión. La evasión de impuestos es un problema cultural que debe abordarse de manera consistente para reducir la evasión de impuestos. Por lo tanto, para una adecuada formación tributaria, la “información” se presenta como la herramienta primordial para lograr un motivo y un fin divulgativo satisfactorio, que posibilite la formación ciudadana (p. 75).

Casos y tipificación de la Evasión tributaria

Latínez L. (2011, como se citó en López Lindbergh, 2019) En su investigación da a conocer las distintas maneras en que se realiza la evasión tributaria y los clasifica de acuerdo a los regímenes es que se encuentran acogidos los contribuyentes.

Renta de 1era categoría: La mayoría de los propietarios que alquilan sus bienes inmuebles no pagan impuestos a la renta todos los meses, lo mismo sucede con aquellos que alquilan sus bienes muebles como por ejemplo los que alquilan un automóvil para realizar servicio de taxis.

Renta de 2da categoría: son las personas que prestan dinero y obtienen intereses de los préstamos concedidos y en gran mayoría no tributan, lo mismo sucede con aquellos que otorgan el derecho de uso de patentes, marcas, rentas vitalicias, etc.

Renta de 3era categoría: En esta categoría se encuentra la mayor evasión tributaria, debido a que lo hacen de diferentes formas, tales como: recepción ilegal de facturas por bienes

o servicios sin ser recibidos, lo hacen con la finalidad de generar más gastos y obtener a su favor crédito fiscal.

Renta de 4ta categoría: en esta categoría se encuentra personas que perciben ingresos por desempeño de manera individual de una profesión, arte, ciencia u oficio, estos no declaran todos los ingresos sino sólo parcialmente. Ya sea por ignorancia o porque no quieren hacer una declaración. Este tipo de impuesto es muy poco entendido por la mayoría de los contribuyentes, las regulaciones son muy complicadas, solo los contadores pueden entender.

Renta de 5ta categoría: Algunos empleadores no ponen en planilla a todos sus trabajadores para evitar la carga laboral y no darle sus beneficios, entonces les exigen que tengan RUC para poder emitir recibos por honorarios, por lo cual evaden este impuesto y que incluye el de ESSALUD, ONP y AFP.

2.3 Definición de Términos Básicos

Obligación tributaria

Según Pérez y Gardey (2014, como se citó, Alarcón 2019) menciona que una obligación tributaria se establece por ley entre un acreedor y un deudor tributario, ya sean personas físicas o jurídicas. En el caso de que tenga por objeto el pago de impuestos, puede liquidarse de dos formas: una mora con efectos desde el día siguiente a la fecha de pago de acuerdo con el calendario de presentación correspondiente, y una deuda sin crédito a partir de la emisión de multas o sentencias no solicitadas dentro del plazo legal y desde el momento de la notificación, se fija un plazo de 7 días hábiles para realizar los pagos.

Aguayo (2014, como se citó, Alarcón 2019) La responsabilidad tributaria es la obligación del deudor, que tiene antes de pagar el tributo al acreedor (el estado del Perú), es conforme al mandato legal de la constitución, está relacionada con la actividad económica que realiza.

Hecho Imponible

Sevilla (2016, como se citó en Alarcón 2019) menciona que es un acto que da lugar a una obligación tributaria ante un ente regulador, que obliga a la persona natural o jurídica al pago de una determinada cantidad de impuesto. Hay varias causas del aumento de la deuda, tales como: El pago del IVA como consecuencia de la entrega de bienes y/o la prestación de servicios.

El impuesto sobre la renta surge cuando una empresa o un individuo realiza negocios o tiene ingresos e impuestos inmobiliarios o prediales, obligaciones tributarias derivadas de la venta de bienes inmuebles. En su defecto, al pago de un canon por la prestación de un servicio administrativo o público o por la provisión de un espacio público.

Cobranza coactiva

Jiménez (2017, como se citó, Alarcón 2019) Señala a este procedimiento que lleva a cabo la administración tributaria para el cobro y aseguramiento del pago de las deudas tributarias, para lo cual se pueden aplicar medidas legales a través de múltiples formas de embargos de cuentas bancarias, muebles, bienes inmuebles u otros activos. Este es el último recurso utilizado por la agencia administrativa estatal para pagar las deudas del contribuyente. Según la SUNAT, el organismo de aplicación es el organismo de administración tributaria y se rige por lo dispuesto en el Ordenamiento Tributario de la Ordenanza Tributaria. Esto se hace a través de una agencia de ejecución que actuará a través de mecanismos legales para retirar efectivamente la ayuda a través de medidas de ejecución.

Declaraciones

De acuerdo a (SUNAT), las declaraciones separadas que reflejan operaciones gravadas y/o libres de impuestos, se realizan de acuerdo al tipo de declaración y de acuerdo al período de vigencia que establece la SUNAT, en estas declaraciones se encuentran las deducciones fiscales, impuestos mensuales, etc. Al mismo tiempo, estas declaraciones determinan si esta

cuenta está sujeta a impuestos. Las declaraciones se definen en dos categorías:

Definir comandos. - Este PDT 621 declara el monto de la transacción en el período.
reporte de información - Este PDT SUNAT informa sobre el flujo de transacciones con terceros y no identifica deuda.

Sanciones

Rengifo (2014, como se citó en Alarcón 2019) Señala que la administración tributaria tiene la potestad de definir y aplicar sanciones derivadas de una actitud diferente a la que nos prevé la ley tributaria. Esta habilidad le ha sido asignada y está reconocida por la ley con el rango de jurisprudencia. Esto se hace a través del derecho penal y del derecho administrativo.

- De conformidad con la Ordenanza Fiscal, art. 180 enumera las sanciones impuestas por las autoridades fiscales por el cumplimiento de las normas tributarias.
- Las penas de vehículo de mantenimiento temporal.
- La fábrica está temporalmente cerrada. Confiscación de bienes.
- Suspender los permisos, concesiones o aprobaciones existentes emitidos por organismos gubernamentales.

Doble Imputación

El MEF, la asignación dual está determinada por 2 países donde ambos reclaman el derecho a cobrar un determinado pago de impuestos. Los países permiten, y sin perjuicio de ello, que las empresas celebren un acuerdo de regulación tributaria, en el que se establecen las herramientas que se utilizarán para la cooperación entre los dos países y para detectar irregularidades tributarias en casos de evasión fiscal.

Espinoza (2017, como se citó, Alarcón 2019) argumenta que es un acuerdo de doble cesión se realiza entre dos o más países con el fin de distribuir los impuestos entre el país del evento y el país de residencia. Los países son conscientes de las barreras a la inversión y del

daño que pueden causar a las personas o empresas si no firman estos acuerdos. Esta regulación ayuda a aclarar, uniformar y asegurar la situación financiera de los contribuyentes que deseen realizar transacciones comerciales, industriales, financieras o de otro tipo.

CAPÍTULO III: Metodología de la Investigación

3.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación es de enfoque cuantitativo.

Según Hernández et. al (2014) definen al enfoque cuantitativo como la utilización de un conjunto de datos para probar la hipótesis basado en una medida numérica y estadístico que permite establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

3.2 Variables

La presente investigación cuenta con las siguientes variables:

Variable Independiente: Comercio Electrónico

Dimensiones:

- ✓ Comercio Electrónico - tecnológico
- ✓ Contexto Electrónico - político
- ✓ Contexto Electrónico - social
- ✓ Contexto Electrónico - económico.

Variable Dependiente: Evasión Tributaria

Dimensiones:

- ✓ Defraudación tributaria
- ✓ Elusión tributaria
- ✓ Cultura tributaria.

3.2.1 Operacionalización de las Variables.

TABLA 1

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	
COMERCIO ELECTRONICO	El comercio electrónico puede entenderse ampliamente como: El intercambio electrónico de datos puede o no estar vinculado con una zona comercial que incluye una amplia gama de actividades, como el comercio de bienes y servicios electrónicos, transferencias electrónicas, subastas, negociación electrónica de acciones, contratación pública, marketing directo con el consumidor y su correspondiente servicio postventa, en definitiva, variedad de actividades tradicionales y nuevas surgen lógicamente con él (Aspis,2006)	Comercio electrónico - tecnológico	Alta tecnología	1,	
			Innovación	2,3	
		Comercio electrónico - político	Favorecimiento del estado	4,6	
			Supervisión	5	
		Comercio electrónico - social	Uso masivo	7,8	
			Desarrollo social	9	
		Comercio electrónico - económico	Acceso igualitario	10	
			Puestos de trabajo	11,12	
			Defraudación Tributaria	Omisión DDJJ	13,14
				Omisión al pago	15,16
Elusión Tributaria	Ocultar Información		17		
	Doctrina Económica		18,19		
Cultura Tributaria	Leyes Tributarias	20,21			
	El deber moral	22			
	Aspectos normativos	23,24			
	Aspectos culturales	25,26			
	Aspectos socioeconómicos	27			

Nota: Los datos fueron recabados de Tesis Escobar y Morales (2018), Comejo (2017) y aporte propio

Ficha Técnica N°1 De La Variable Comercio Electrónico

Nombre del Instrumento: Cuestionario Comercio electrónico

Autor: Escobar Ebell, Luis Rafael; Morales Bermúdez Escomel, Ignacio y aporte de elaboración propia

Año: 2018

Tipo de instrumento: Cuestionario Google formularios

Objetivo: Evaluar la variable Comercio Electrónico.

Muestra: 52 contribuyentes

Número de ítem: 12 ítems

Alternativa de respuestas: NUNCA / CASI NUNCA/ AVECES / CASI SIEMPRE/ SIEMPRE

Aplicación: Directa y anónima

Tiempo de administración: 5 minutos

Normas de aplicación: El colaborador marcará en cada ítem una respuesta de acuerdo a lo que considere conveniente para cada pregunta.

Ficha Técnica N°2 De La Variable Evasión Tributaria

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Evasión Tributaria.

Autor: Cornejo Espinoza Shirley Aurora

Año: 2017

Tipo de instrumento: Cuestionario Google formularios

Objetivo: Evaluar la variable Comercio Electrónico.

Muestra: 52 contribuyentes

Número de ítem: 15 ítems

Alternativa de respuestas: NUNCA / CASI NUNCA/ AVECES / CASI SIEMPRE/ SIEMPRE

Aplicación: Directa y anónima

Tiempo de administración: 5 minutos

Normas de aplicación: El colaborador marcará en cada ítem una respuesta de acuerdo a lo que considere conveniente para cada pregunta.

3.3 Hipótesis

3.3.1 Hipótesis general.

Existe relación entre comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2022.

3.3.2 Hipótesis específicas.

Existe relación entre comercio electrónico – tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Existe relación entre comercio electrónico – político y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Existe relación entre comercio electrónico – social y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

Existe relación entre comercio electrónico – económico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.

3.4 Tipo de Investigación

La presente tesis es de tipo de investigación correlacional y la investigación es aplicada. Hernández et. al. (2014) mencionan que el alcance correlacional tiene como finalidad conocer y evaluar el grado de relación que existe entre dos o más variables.

3.5 Diseño de Investigación.

El diseño de la investigación es no experimental- transversal.

Según Hernández et al. (2014) manifiestan que la investigación se realiza sin que se genere ninguna alteración o manipulación de variables, porque observa y analiza los fenómenos en el contexto que sucedió. La investigación transversal es aquella que recopila datos en un momento dado para medir, evaluar y analizar cada uno de los temas elegidos.

3.6 Población y Muestra

3.6.1 Población.

Hernández et. al. (2014) mencionan que la población es el conjunto de elementos que serán objeto de estudios, los cuales estén acorde a las especificaciones determinadas.

3.6.2 Muestra.

La Muestra de la investigación es no probabilística, por conveniencia, está conformada por 52 comerciantes de diferentes rubros del Distrito De Villa María Del Triunfo.

Muestra no probabilística o dirigida

Hernández et. al. (2014) señalan que, en una muestra no probabilística, la selección de elementos no está determinada por la probabilidad, sino por razones relacionadas con las características de la encuesta o el propósito del estudio.

Muestreo por conveniencia

Castellanos Bonilla (2017) Es un método para extraer una muestra a conveniencia del investigador o entrevistador, generalmente al mismo tiempo que la investigación. Por ejemplo, interceptar entrevistas con personas en centros comerciales u otras áreas de alto tráfico es un método común para generar muestras de conveniencia.

3.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica a utilizarse en la investigación será la encuesta y como instrumento el cuestionario que servirá para la recolección de datos.

Encuesta.

Hernández et. al. (2014) señalan que es un instrumento utilizado para para recabar datos de una o más variables según las opiniones de las personas.

Cuestionario

Hernández et. al. (2014) consideran que es el instrumento que sirve para recolectar datos mediante preguntas de una o más variables que se vayan a medir, donde la población

elegida contestara mediante diferentes métodos. En la investigación se utilizó el formulario de Google.

3.7.1 Análisis de la fiabilidad del instrumento

TABLA 2

Resultados de alfa de Cronbach – Escala comercio electrónico.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	12

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Interpretación: habiéndose realizado el análisis de la fiabilidad del instrumento de la primera variable comercio electrónico, se determinó que el alfa de Cronbach es de ,833 por lo tanto se encuentra dentro del rango como bueno teniendo una fuerte fiabilidad

TABLA 3

Resultados de alfa de Cronbach – escala evasión tributaria

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,734	15

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Interpretación: habiéndose realizado el análisis de la fiabilidad del instrumento de la segunda variable evasión tributaria, se determinó que el alfa de Cronbach es de ,733 por lo tanto se encuentra dentro del rango aceptable, concluyendo que el instrumento tiene fiabilidad

CAPÍTULO IV: Resultados

4.1 Análisis de los Resultados

TABLA 4

Cuadro de Frecuencia de Edades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<= 24	14	26,9	26,9	26,9
	25 - 34	21	40,4	40,4	67,3
	35 - 44	15	28,8	28,8	96,2
	45+	2	3,8	3,8	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Interpretación: En la tabla 4, del total de los 52 encuestado se puede indicar que el 96.2% tienen hasta 44 años.

TABLA 5

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMERCIO ELECTRONICO	.133	52	.022	.971	52	.222
EVASION TRIBUTARIA	.125	52	.041	.972	52	.249

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

En la presente investigación se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a debido a que son 52 encuestados y este tipo de prueba es desde 50 en adelante, por ende, en la presente investigación se encuentra dentro del rango. Asimismo, La significancia de comercio electrónico es de ,022, y evasión tributaria es de ,041 lo cual es menor al nivel de error 0.05 de las variables, presentan normalidad. Se aplicará la prueba de correlación de Pearson.

TABLA 6

Cuadro de correlación de comercio electrónico y evasión tributaria

		Correlaciones								
		TECNOLOGICO	POLITICO	SOCIAL	ECONOMICO	COMERCIO ELECTRONICO	DEFRAUDACION	ELUSION	CULTURA	EVASION TRIBUTARIA
TECNOLOGICO	Correlación de Pearson	1	.213	.569**	.260	.766**	-.159	-.223	-.292*	-.294*
	Sig. (bilateral)		.130	.000	.063	.000	.261	.113	.036	.034
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
POLITICO	Correlación de Pearson	.213	1	.132	.163	.487**	-.134	-.062	-.212	-.168
	Sig. (bilateral)	.130		.349	.249	.000	.345	.661	.132	.233
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
SOCIAL	Correlación de Pearson	.569**	.132	1	.613**	.857**	-.093	-.252	-.080	-.198
	Sig. (bilateral)	.000	.349		.000	.000	.512	.071	.573	.159
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
ECONOMICO	Correlación de Pearson	.260	.163	.613**	1	.688**	-.114	-.302*	-.322*	-.331*
	Sig. (bilateral)	.063	.249	.000		.000	.420	.030	.020	.017
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
COMERCIO ELECTRONICO	Correlación de Pearson	.766**	.487**	.857**	.688**	1	-.173	-.296*	-.300*	-.341*
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000		.219	.033	.030	.013
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
DEFRAUDACION	Correlación de Pearson	-.159	-.134	-.093	-.114	-.173	1	.346*	.359**	.696**
	Sig. (bilateral)	.261	.345	.512	.420	.219		.012	.009	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
ELUSION	Correlación de Pearson	-.223	-.062	-.252	-.302*	-.296*	.346*	1	.433**	.825**
	Sig. (bilateral)	.113	.661	.071	.030	.033	.012		.001	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
CULTURA	Correlación de Pearson	-.292*	-.212	-.080	-.322*	-.300*	.359**	.433**	1	.767**
	Sig. (bilateral)	.036	.132	.573	.020	.030	.009	.001		.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
EVASION TRIBUTARIA	Correlación de Pearson	-.294*	-.168	-.198	-.331*	-.341*	.696**	.825**	.767**	1
	Sig. (bilateral)	.034	.233	.159	.017	.013	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26) Elaboración propia (2022)

Interpretación

A través de los resultados obtenidos se puede interpretar lo siguiente:

Entre comercio electrónico - tecnológico y evasión tributaria, la significancia es de ,034 lo cual es menor que el nivel de error 0.05 aceptamos la hipótesis alternativa por lo tanto existe relación entre comercio electrónico - tecnológico y evasión tributaria con un nivel de error de 0.05, el coeficiente de correlación de Pearson de $-.294$ es negativo la relación es inversa, mientras mayor sea la comercio electrónico - tecnológico, la evasión tributaria será menor, finalmente el coeficiente de correlación es bajo.

Entre comercio electrónico - político y evasión tributaria, la significancia es de ,233 lo cual es mayor que el nivel de error 0.05 por lo tanto no existe relación entre comercio electrónico - político y evasión tributaria.

Entre comercio electrónico - social y evasión tributaria, la significancia es de ,159 lo cual es mayor que el nivel de error 0.05 por lo tanto no existe relación entre comercio electrónico - social y evasión tributaria.

Entre comercio electrónico - económico y evasión tributaria, la significancia es de ,017 lo cual es menor que el nivel de error 0.05 aceptamos la hipótesis alternativa por lo tanto existe relación entre comercio electrónico - económico y evasión tributaria con un nivel de error de 0.05, el coeficiente de correlación de Pearson de $-.331$ es negativo la relación es inversa, mientras mayor sea la comercio electrónico - económico, la evasión tributaria será menor, finalmente el coeficiente de correlación es bajo.

Finalmente, Entre comercio electrónico y evasión tributaria, la significancia es de ,013 lo cual es menor que el nivel de error 0.05 aceptamos la hipótesis alternativa existe relación entre comercio electrónico y evasión tributaria con un nivel de error de 0.05, el coeficiente de correlación de Pearson es $-.341$ es negativo la relación es inversa, mientras mayor sea el comercio electrónico menor será la evasión tributaria será menor, el coeficiente de correlación

es bajo.

TABLA 7

Cuadro de regresión

VARIABLES ENTRADA /ELIMINADAS^a			
Modelo	VARIABLES ENTRADAS	VARIABLES ELIMINADAS	Método
1	COMERCIO ELECTRÓNICO	.	Introducir

a. Variable dependiente: EVASION TRIBUTARIA

b. Todas las variables solicitadas introducidas.

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,341 ^a	,116	,099	7,75529

a. Predictores: (Constante), COMERCIO ELECTRONICO

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Interpretar R cuadrado:

$$,116 * 100 = 11.60$$

Interpretación

El comercio electrónico (variable independiente) influye en la evasión tributaria (variable dependiente) en 11.6% por lo tanto si el comercio electrónico se emplea de manera adecuada tendrá una influencia moderada en la evasión tributaria.

TABLA 8

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	395,295	1	395,295	6,572	,013 ^b
	Residuo	3007,224	50	60,144		
	Total	3402,519	51			

a. Variable dependiente: EVASION TRIBUTARIA

b. Predictores: (Constante), COMERCIO ELECTRONICO

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Interpretación: La significancia es de ,013 es menor que 0,05 por lo tanto aceptamos la hipótesis alternativa, existe relación entre comercio electrónico y evasión tributaria con un nivel de error 0,05.

TABLA 9

Coeficientes ^a							
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	95.0% intervalo de confianza para B	
	B	Desv. Error	Beta			Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	73,195	5,486		13,343	,000	62,176	84,213
Comercio Electrónico	-,405	,158	-,341	-2,564	,013	-,722	-,088

a. Variable dependiente: EVASION TRIBUTARIA

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Interpretación: En base al resultado obtenido se establece la siguiente ecuación de regresión.

$$Y = a + bX$$

Donde:

a = constante

Y = variable dependiente

b = coeficiente de regresión

X = variable independiente

Evasión Tributaria = 73,195 - ,405 Comercio Electrónico

Interpretación de b= -,405

Por cada punto que aumenta el comercio Electrónico, la Evasión Tributaria disminuye en ,405.

Los baremos son tablas donde los valores de una variable de investigación se presentan en forma ordinal, es decir de diferentes niveles jerárquicos.

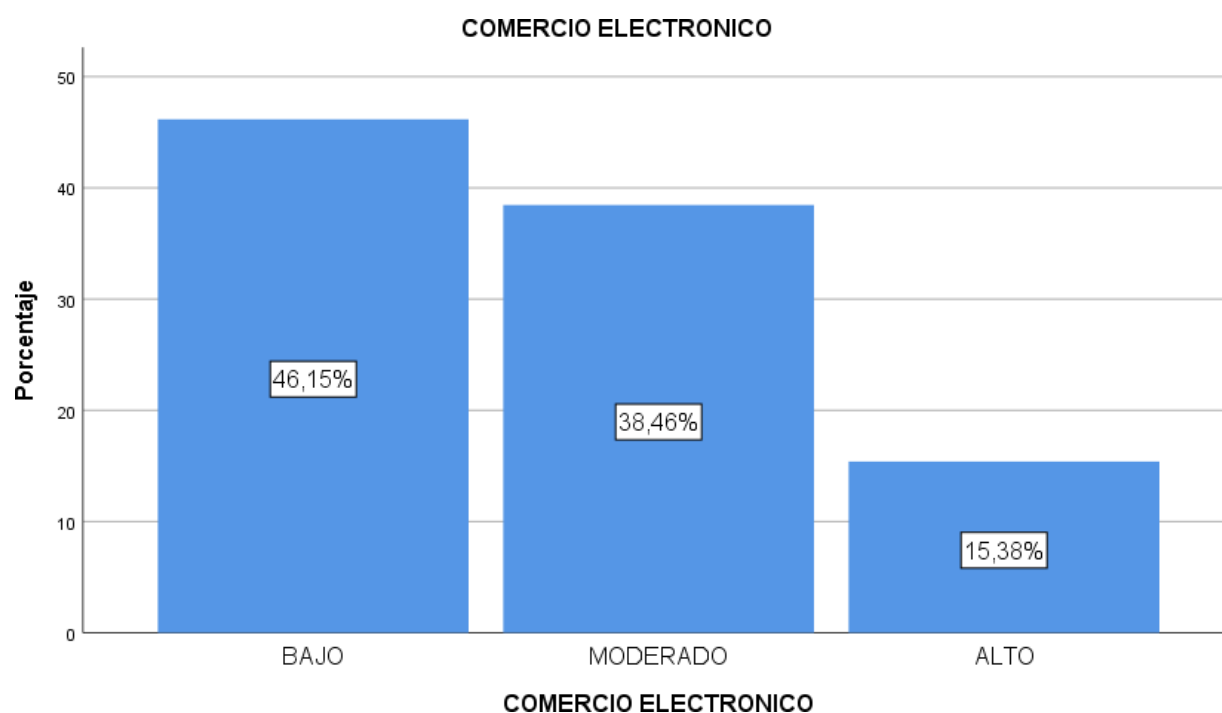
TABLA 10

Baremo de Comercio Electrónico

COMERCIO ELECTRONICO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO (21-31)	24	46,2	46,2	46,2
	MODERADO (32-42)	20	38,5	38,5	84,6
	ALTO (43-51)	8	15,4	15,4	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Gráfico 1

Baremo de Comercio Electrónico

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

En el gráfico 01 podemos observar que el 46.15% de los contribuyentes encuestados indicaron que el comercio electrónico que se realiza en el distrito fue baja.

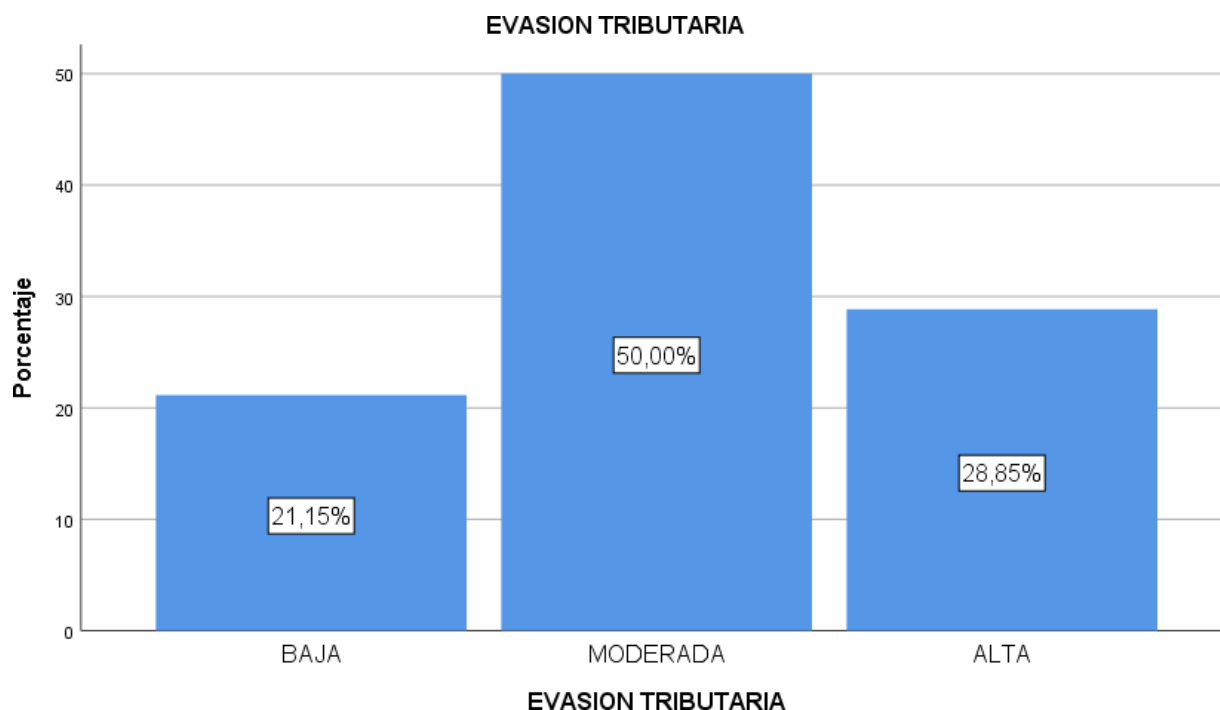
TABLA 11*Baremo de Evasión tributaria*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA (41-52)	9	20,0	20,0	20,0
	MODERADA (53-64)	29	64,4	64,4	84,4
	ALTA (65-74)	7	15,6	15,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

Gráfico 2

Baremo de Evasión tributaria



Fuente: Elaboración propia (SPSS Versión 26)

En el gráfico 02 podemos observar que el 21.15% de los contribuyentes encuestados indicaron que la Evasión tributaria que se realiza en el distrito fue baja.

4.2 Discusión

En el presente trabajo de investigación se determinó que existe relación entre ambas variables propuestas y estudiadas sobre Comercio electrónico y evasión tributaria, con un coeficiente de correlación de Pearson de ,013 la cual es menor que el nivel de error del 0,05. Es decir, a mayor uso adecuado de comercio electrónico, será menor evasión tributaria. Para corroborar este hecho, se puede visualizar en el análisis descriptivo donde encontramos que, de las 52 personas encuestadas, el 46.15% indicaron que comercio electrónico que realizan los microempresarios es baja. Debido a que todavía se están familiarizando con las ventas electrónicas que a raíz de la pandemia dio un giro total de lo que era el comercio tradicional lo

cual muchos estaban acostumbrados. Además, el 21.1 5% de personas encuestadas indicaron que la evasión tributaria es baja, esta deficiencia se debe a que la administración tributaria es rigurosa con los microempresarios al aplicar multas, intereses moratorios, cobranzas coactivas, entre otras, así mismo les falta tener más información de los pagos que realizan. La administración tributaria y el estado deben de difundir información sobre tributación y el uso que se les otorga a los mismos. El comercio electrónico influye significativamente en la evasión tributaria en 11.6% por lo tanto si el comercio electrónico se emplea de manera adecuada tendrá una influencia moderada en la evasión tributaria. Por otro lado, el R cuadrado fue de ,116. Con respecto a sus dimensiones se determinó lo siguiente:

No se halló relación entre comercio electrónico – político y evasión tributaria, entre comercio electrónico - social y evasión tributaria, siendo aceptada la hipótesis nula y rechazándose la hipótesis alternativa, donde la significancia es mayor al nivel de error. Sin embargo; en el caso de la dimensión comercio electrónico - Tecnológico y evasión tributaria sí se encontró relación, con un coeficiente de correlación de Pearson es de -,294 negativo la relación es inversa con un nivel de error de 0,05, mientras mayor sea la comercio electrónico - tecnológico, la evasión tributaria será menor. La dimensión comercio electrónico - económico y evasión tributaria tienen relación con un coeficiente de correlación de Pearson de -,331 es negativo la relación es inversa, mientras mayor sea la comercio electrónico - económico, la evasión tributaria será menor, finalmente el coeficiente de correlación es bajo.

Así mismo, los siguientes autores sí coinciden en el resultado de su investigación donde mencionan que ambas variables tienen correlación. Es el caso de Vidal (2020) en su trabajo de investigación responde a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la implicancia del comercio electrónico en la tributación peruana? Su objetivo es identificar en qué medida el uso del internet, los establecimientos permanentes, los mercados libres, los productos digitales han influenciado en el desarrollo de nuevos mecanismos de evasión tributaria en el comercio

electrónico, el cual permitirá diagnosticar y analizar la realidad del comercio electrónico, con la finalidad de establecer, verificar y comparar la naturaleza de tributación para el fisco. Se empleó el método científico y descriptivo, con diseño descriptivo – correlacional, donde la muestra consta de 14 empresas que se dedican al comercio de unidades electrónicas más importantes del país. Se concluyó que el nivel de significancia es de 5% que existe relación muy significativa entre el Comercio Electrónico y la Tributación, su coeficiente de correlación de 0.789 y una t calculada igual a 6.023. Con el avance de la tecnología el comercio electrónico crezca en gran magnitud, esto ha traído consecuencias en la autoridad tributaria debido a que no cuenta con tecnología y personas capacitadas para la detección de los vacíos legales porque se trata de un comercio fantasma que a la fecha dificulta la aplicación del tipo de impuesto que se le deba grabar, lo cual conduce significativamente en la evasión tributaria. Del mismo modo Franco (2021) señala en su investigación que su objetivo determinar la importancia de formalización de pequeños comerciantes con la Cámara de Comercio para poder combatir la evasión fiscal en Colombia. La evasión fiscal es un problema que se presenta en la mayoría de los países, Colombia no es ajena esta situación, el auge del comercio electrónico trae consigo muchos retos, entre ellos la reducción de la evasión fiscal , si bien, la generación de la facturación electrónica permitió mayor recaudo del impuesto al valor agregado, es cierto que muchas personas naturales agrupadas en pequeños comerciantes eluden esta responsabilidad, algunas tiendas online no tienen cuenta los requerimientos exigidos por la legislación colombiana ,para desarrollar la actividad comercial de compra y venta de productos, entre ellos el Registro Mercantil, Registro Único tributario y la expedición de la factura. En su ensayo abordó la importancia de la formalización de los pequeños comerciantes como estrategia para reducir la evasión fiscal. Por otro lado, Cerón Y Tecocha (2021) En su trabajo de investigación menciona que el objetivo es determinar la relación que existe entre: El comercio electrónico y la evasión tributaria en empresas de servicios de la provincia de San Martín, se empleó un

diseño con enfoque cuantitativo, no experimental y alcance correlacional, se tomó una muestra a 30 empresas. La encuesta aplicada es de escala Likert la cual consta de 12 preguntas, para la validez del instrumento se utilizó el alfa de Cronbach, por medio del programa SPSS donde se realizó el estudio y fiabilidad con la variable comercio electrónico y evasión tributaria, conforme con la prueba de Rho de spearman, se obtuvo un resultado correlacional de 0.844 que indica que existe una relación fuerte y se concluye que el comercio electrónico tiene un alto crecimiento en la plataformas digitales y redes sociales por la publicidad que realizan y hacen que las ventas sean más frecuentes, además la ventaja que tienen es que hacen pagos con transferencia, en cuanto a la evasión tributaria los contribuyentes tienen desconfianza con las autoridades debido al uso que se hace por el pago de tributos .

Por otra parte, Ticona y Quispe (2020) manifiesta en su investigación que su objetivo es poder determinar la relación que existe entre el nivel de conocimiento de tributación y evasión tributaria en contribuyentes que utilizan comercio electrónico en Arequipa, 2018, se aplicó la metodología cuantitativa. Donde la muestra fue de 30 personas dedicadas al comercio electrónico, se utilizó el alfa de Cronbach donde el coeficiente fue de 0.716 lo que indica que hay fiabilidad. Se concluye que los contribuyentes que realizan transacciones a través de canales virtuales tienen poco conocimiento sobre el cálculo de sus pagos de impuestos, por lo que SUNAT debería alentar, proponer e incentivar la participación de los contribuyentes en entrevistas y/o capacitaciones mediante el diferimiento del pago mensual de impuestos por un período de liquidación de hasta 15 días calendario, con el fin de mejorar la educación fiscal entre los contribuyentes,

Mairena y montano (2019) en su trabajo de investigación indican que tienen por objetivo analizar, interpretar y comprender el comercio electrónico de bienes frente a la evasión fiscal en Nicaragua. Esta investigación empleó una metodología teórica documental con enfoque cualitativo descriptivo, para ello se tomó fuentes documentales, leyes, doctrinas y

sitios webs referentes al comercio electrónico, se observa que existe una escasa regulación de esta actividad debido a lo compleja que es y la gran magnitud de comercio electrónico mediante web y redes sociales. Concluyen que existe un gran problema debido a que se requiere que se creen normas especializadas en materia tributaria para tratar de regularizar este gran fenómeno que aumenta cada día y que origina el crecimiento de la evasión tributaria, además existe poca cultura tributaria y la gran mayoría se rehúsa al pago de los impuestos. Recomiendan que se realice campañas de información y concientización para generar una cultura de pago de tributos, una ley que los regule y además que se cree una oficina especializada en temas de comercio electrónico y su tributación para quienes realizan esta actividad sin tener un establecimiento permanente.

Conclusiones

- 1.- Existe Entre comercio electrónico - tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022, con una correlación de Pearson de $-0,294$ es negativo con un nivel de error de 0.05 . Así mismo el coeficiente de determinación fue de $,116$.
- 2.- No existe relación entre comercio electrónico - político y evasión tributaria, en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.
- 3.- No existe relación entre comercio electrónico - social y evasión tributaria, en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.
- 4.- Existe relación entre comercio electrónico - económico y evasión tributaria, en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022, con una correlación de Pearson de $-0,331$, su significancia es de $,017$.
- 5.- Existe relación Entre comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022, con una correlación de Pearson es $-0,341$ es negativo con un nivel de error 0.05 , la significancia es de $,013$.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda que SUNAT que capacite o cree un departamento especializado para fiscalizar a microempresarios informales que realizan ventas por plataformas digitales y que aún no se encuentran inscritos en el RUC.
2. Es recomendable que el gobierno, El Ministerio De Economía y Finanzas y SUNAT promuevan la enseñanza en todas las instituciones para formar desde la escuela a ciudadanos con educación tributaria y responsabilidad social de sus obligaciones tributarias, pues es fundamental que conozcan los temas y la importancia de la recaudación de impuestos.
3. Comercio electrónico en microempresarios de V.M.T y todo el Perú continúa creciendo, con mayores ventas desde sus plataformas digitales y redes sociales, cabe señalar que los pagos se realizan mediante aplicaciones de pago (Yape, Plin,) o pago en efectivo. Además, no pagan servicio de publicidad porque utilizan las redes sociales que son muy concurridas por usuarios quienes al comprar deberían de exigir que al comprar algún producto se les otorgue un comprobante de pago esto será la única forma en que se pueda erradicar la evasión tributaria que afecta a nuestro país.
4. Finalmente se recomienda a la administración tributaria ser justa con los microempresarios que apenas comienzan en sus negocios, crear un régimen donde las tasas no sean muy altas para que así puedan crear confianza y ayuden a formalizar a quienes se encuentran en informalidad sean empresas o personas naturales con negocio.

Referencias Bibliográficas

- Alarcón Huaytalla, R. A. (2019) *Compras por aplicativos digitales y la evasión tributaria, Lima 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56955/Alarcon_HRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aragón Condori, L. B. (2021) *Evasión tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos de los comerciantes del mercado Pedro Vilcapaza, Azángaro - Puno, 2019.* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65191/Aragon_CLB.pdf?sequence=2
- Bonnin, Gisela R. (2018) *Comercio electrónico y sus implicancias tributarias* [Tesis de pregrado, Universidad siglo 21]
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/16609/BONNIN%20GISELA%20ROMINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castellanos Bonilla, L. F. (2007). *El muestreo probabilístico como instrumento de medición en investigación de mercado en una empresa de servicios de marketing* [Tesis de pregrado. Universidad de San Carlos de Guatemala].
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3095.pdf
- Carhuachin Sinche, L.J y Bazán Lázaro J.L (2020) *La cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes de abastos del mercado el económico del distrito de ate año 2017* [Tesis de pregrado, Universidad PrivadaDel Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14231>
- Celeste Martín, M. (2019) *prevención y sanción a la evasión fiscal* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de cuyo- UNCUYO.]
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/16312/martin-fcesr.pdf
- Cerón Villacorta, E. y Tecocha Portocarrero, R.I (2021) *Comercio electrónico y la actitud frente a la evasión tributaria de las empresas, Provincia de San Martín, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85590/Ceron_V E-Tecocha_PRI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cruz B éjar, J.R (2017) *Implicancias tributarias del comercio electrónico en el impuesto general a las ventas en el cercado de Arequipa 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional De San Agustín].

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3723/Cocrbejr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cordero Linzán, M.G. (2019) *El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo*. [Tesis de maestría, Universidad Católica Santiago De Guayaquil].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14064/1/T-UCSG-POS-MFEE-179.pdf>

Cornejo Espinoza, S. (2017) *La evasión tributaria y su impacto en la recaudación fiscal en el Perú* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14553/Cornejo_ESA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Decreto Legislativo 1524, (17/02/2022) Decreto Legislativo que modifica el Decreto Legislativo N.º 943, Ley del registro único de contribuyentes y otras normas vinculadas con dicho registro, *Diario Oficial El Peruano*. Lima: Poder Ejecutivo.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-modifica-el-decreto-legislativo-n-9-decreto-legislativo-n-1524-2040462-2/>

Decreto Legislativo 1523, (17/02/2022) Decreto Legislativo que modifica El Código Tributario, *Diario Oficial El Peruano*. Lima: Poder Ejecutivo.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-modifica-el-codigo-tributario-decreto-legislativo-n-1523-2040462-1/>

Domínguez Ruiz, C.E (2021) *Evasión tributaria y su influencia en la recaudación del impuesto general a las ventas de las Mypes en la Asociación Monterrey del distrito de Santa Anita, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana De Las Américas].

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1646/TESIS%20->

[%20DOMINGUEZ%20RUIZ%20ERLY%20GRINET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Escobar Ebell, L.R. y Morales Bermúdez, E.I (2018). *El comercio electrónico y su impacto tributario en el sector retail de Perú, año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas].

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625183/Esco
bar_el.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

El Tribunal Constitucional (2021) TC declara fundado pedido de Telefónica para no pagar S/ 729 millones a SUNAT, *Diario el Peruano*.
[https://elperuano.pe/noticia/115653-tc-declara-fundado-pedido-de-telefonica-
para-no-pagar-s-729-millones-a-sunat](#)

Franco Neira, F. (2021) *Formalización de los pequeños comerciantes en Colombia antela Cámara de Comercio Electrónico para reducir la evasión fiscal en las ventas electrónicas* [Tesis de pregrado, Universidad Militar Nueva Granada].

[https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38691/Favian%20
Franco%20Neira2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Gaceta Constitucional & Procesal Constitucional (2022-04) Caso Interbank: TC se pronuncia sobre el pago de interés moratorio en deuda tributaria y la capitalización de los mismos. *La ley*. [https://laley.pe/art/13317/caso-interbank-
tc-se-pronuncia-sobre-el-pago-de-interes-moratorio-en-deuda-tributaria-y-la-
capitalizacion-de-los-mismos](#)

García Camacho, F. L. y Gonzales Diaz, M.D.R (2020) *Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio electrónico internacional en la empresa Contugas S.A.C. Lima 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Científica Del Sur]

[https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1391/TBG
arc%C3%ADa%20FGonz%C3%A1les%20M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Grijalva Porras R.L y Guerra Fernández, O.D. (2019) *El control fiscal y la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en Lima Metropolitana, año 2017 fiscal* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín De Porres].

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4712/grijalva_guerra.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guapinaula Mocha, J. A., y Mendieta Ferán, E. C. (2021). *Análisis del comercio electrónico transfronterizo en el Ecuador y su incidencia en la tributación* [Tesis de pregrado, Universidad del Azuay].

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11280>

Hernández et. al. (2014) Metodología de la Investigación Hernández Sampieri 6a Edición. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11280/1/16817.pdf>

Hoyos Mendoza, M.D.L.A (2020) *Cultura tributaria y su relación con la evasión de obligaciones tributarias en Latinoamérica, años 2012 al 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23758/Hoyos%20Mendoza%20Mar%3%ada%20de%20Los%20%3%8Ingeles.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jaramillo Pineda, M. (2019) *El concepto de establecimiento permanente en la era del comercio electrónico y su incidencia en la sujeción pasiva del impuesto sobre la renta en Colombia*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/45072/Tesis%20Mariana%20Jaramillo%20P.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lázaro Cuya, K. (2020) *Negocios digitales y su incidencia en la evasión tributaria en las empresas que comercializan productos y servicios por internet en Lima Metropolitana, año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62064/Lazaro_CKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Leiva Lucano, N.M. y Marín Vargas, Y. (2019) *La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria en Latinoamérica y el Perú, años 2012 al 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21013/Leiva%20Lucano%20%20N%3%a%9lida%20Maril%3%ba%20-%20Mar%3%adn%20Vargas%20Yojana.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Lombardi Legajo E.C. (2019) Régimen Tributario en el Comercio Electrónico Argentino [Tesis de pregrado, Universidad siglo XXI]

<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/17700/LOMBARDI%20EMMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mairena, Belia M. y Montano Morales, C. F. (2019) *El Comercio Electrónico de bienes como medio de evasión fiscal en Nicaragua*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua Unan-León]

<http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/8259/1/245649.pdf>

Medina Tinoco, R.I (2018) *Cultura tributaria y evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad San Pedro].

http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9543/Tesis_58722.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Muñoz Gonzales D.S y Pachas Yallicuna G.A (2020) *Evasión tributaria en las empresas online entre los años 2011-2020* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25687>

Nolasco Aguado, Z. (2021) *Comercio electrónico y su influencia en la evasión tributaria en tiempos de Covid – 19, en empresas electrónicas, Huanta -Ayacucho, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66547/Nolasco_AZ-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Pacheco González, C. A. (2020). *La informalidad y su incidencia en la evasión tributaria de las MYPES del sector abarrotes del mercado de productores de Santa Anita, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Del Perú]

<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/474>

Pablo Almeida, H. (2017) Control de la evasión tributaria en un país en vías de desarrollo: La visibilidad de la economía oculta y su evasión [Tesis de doctorado, universidad de Lérida]

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405315/Tpah1de1.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Paredes Caicedo, G.D.R. (2017) *El comercio electrónico y la recaudación del impuesto al valor agregado en el ecuador* [Tesis de maestría, Instituto de Altos Estudios Nacionales, IAEN]

<https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/handle/24000/5913/TESISPAREDES%20GIOCONDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quijano Torres, G.A. y Barajas Ortiz, N. (2019) *Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales*. [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomas, Bucaramanga]

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/19393/2019QuijanoGerson.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quintero Miranda, W. J. (2019) *Análisis del crecimiento del comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal De Milagro].

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5075/1/AN%C3%81LISIS%20DEL%20CRECIMIENTO%20DEL%20COMERCIO%20ELECTR%C3%93NICO%20Y%20SU%20IMPACTO%20EN%20LA%20RECAUDACI%C3%93N%20DE%20IMPUESTOS%20EN%20.pdf>

Rado Juárez, D.M. (2019) *Incidencia Del Comercio Electrónico En Las Empresas Familiares Del Centro Artesanal Cusco, Año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cuzco]

http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3881/253T20190153_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Reyes Vallejo, C.X. (2018) *Impacto del comercio electrónico en las recaudaciones tributarias en el ecuador*. [Tesis de pregrado, Universidad De Guayaquil].

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47152/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20Cristhian%20Reyes%20FINAL.pdf>

Sierra et.al. (2022). Comercio electrónico y las tendencias tributarias del sector gastronómico en Colombia durante la COVID-19. *Revista de ciencias sociales*, 28(2), 217-232.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8378012>

Soto, M (08/08/2016). SUNAT: por error del contador multaron a hombre de 52 años con S/89 mil [Cuarto Poder]. Canal N. <https://canaln.pe/actualidad/jefe-sunat-reconoce-error-cobro-multa-s89-mil-contribuyente-n242457>

Ticona Mamani, M. y Quispe Chura, M (2020) *Nivel de Conocimiento en Tributación y Evasión Tributaria de los Contribuyentes que Utilizan Comercio Electrónico en Arequipa, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Del Perú].

[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3301/Delia%20Ticona Maribel%20Quispe Tesis Titulo%20Profesional 2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3301/Delia%20Ticona%20Maribel%20Quispe%20Tesis%20Titulo%20Profesional%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valencia Flores, V. (2021) *Evasión tributaria En La Municipalidad Distrital De Andrés Avelino Cáceres Dorregaray -2018* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana De Ciencias E Informática].

<http://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/428/VALENCIA%20FLORES%20VANESA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vera Romero, K.V. (2019) *Análisis del riesgo fiscal tributario en el comercio electrónico en el ecuador 2013-2017* [Tesis de pregrado, Universidad De Guayaquil].

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38867/1/AN%20ANÁLISIS%20DEL%20RIESGO%20FISCAL%20TRIBUTARIO%20EN%20EL%20COMERCIO%20ELECTRÓNICO%20EN%20EL%20ECUADOR%202013-2017.pdf>

Vidal Romero, W.R (2020) *El comercio electrónico y la realidad tributaria peruana* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]

<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6553/PNT00012V63.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Videla Kamenopolsky, J.A. (2019) *El e-commerce en Impuesto a las Ganancias e IVA en Argentina para el año 2019. Comparación con Chile. Propuesta impositiva.* [Tesis de pregrado, Universidad Siglo 21].

<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/17575/VIDELA%20KAMENOPOLSKY%20JUAN%20ANDRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Apéndices

Apéndice 1

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	DISEÑO METODOLOGICO
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera se relaciona comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS ¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?</p> <p>¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – político y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?</p> <p>¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – social y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?</p> <p>¿De qué manera se relaciona comercio electrónico – económico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Determinar la relación entre comercio electrónico – tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>Determinar la relación entre comercio electrónico – político y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>Determinar la relación entre comercio electrónico – social y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>Determinar la relación entre comercio electrónico – económico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL Existe relación entre comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICAS Existe relación entre comercio electrónico – tecnológico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>Existe relación entre comercio electrónico – político y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>Existe relación entre comercio electrónico – social y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p> <p>Existe relación entre comercio electrónico – económico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el Distrito De Villa María Del Triunfo, Lima 2022.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Comercio electrónico</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Evasión tributaria</p>	<p>1. Comercio electrónico - Tecnológico.</p> <p>2. Comercio electrónico político.</p> <p>3. Comercio electrónico social.</p> <p>4. Comercio electrónico económico.</p> <p>1. Defraudación tributaria.</p> <p>2. Elusión tributaria.</p> <p>3. Cultura tributaria.</p>	<p>TIPO Correlacional</p> <p>DISEÑO No experimental - Transversal</p> <p>ENFOQUE - Cuantitativo</p> <p>POBLACIÓN Microempresarios que realizan comercio electrónico en el Distrito de Villa María del Triunfo.</p> <p>MUESTRA Se trabajará con una muestra de 52 personas.</p> <p>TECNICA Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS Cuestionario de Google.</p>

Nota: Tesis Escobar y Morales (2018), Comejo (2017) y elaboración propia

Apéndice 2

Cuestionario para medir el comercio electrónico

Cuestionario 01

La presente encuesta se realiza por motivos estrictamente académicos. Por favor, marque con un aspa la alternativa que considere adecuada.

Escala de Likert: 1 Nunca, 2 Casi nunca, 3 A veces, 4 Casi siempre y 5 Siempre

	1	2	3	4	5
Comercio electrónico					
Tecnológico					
1. El comercio electrónico es empleado principalmente por sus clientes que cuentan con tecnología smartphone.					
2. En su empresa, las tecnologías vinculadas al comercio electrónico son materia de innovación.					
3. En su empresa, el comercio electrónico es afectado por la expansión constante de tecnologías.					
Político					
4. Desde la perspectiva de su empresa, la democracia representa un contexto favorable para el comercio electrónico.					
5. Desde la perspectiva de su empresa, el estado, a través de sus organismos especializados, supervisa el desarrollo del comercio electrónico.					
6. Desde la perspectiva de su empresa, el estado toma acciones en beneficio del comercio electrónico.					
Social					
7. Los distintos estratos sociales de sus clientes tienen el mismo acceso al comercio electrónico.					
8. Desde la perspectiva de su empresa, el comercio electrónico puede llegar a más personas, que el comercio tradicional.					
9. Desde la perspectiva de su empresa, el comercio electrónico es un mecanismo de desarrollo social.					
Económico					
10. Los distintos estratos económicos de sus clientes tienen el mismo acceso al comercio electrónico.					
11. En su empresa, el comercio electrónico genera puestos de trabajo.					
12. Desde la perspectiva de su empresa, el comercio electrónico ayuda a dinamizar la economía del país.					

Apéndice 3

Cuestionario N° 02

ESCALA DE OPINIÓN

Estimado (a), con la presente escala de opinión pretendemos obtener información respecto a la Evasión Tributaria, para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las preguntas.

Marque con una (X) la alternativa que considera pertinente en cada caso.

ESCALA VALORATIVA

CODIGO	CATEGORIA	
S	Siempre	5
CS	Casi siempre	4
AV	A veces	3
CN	Casi nunca	2
N	Nunca	1

VARIABLE 1: EVASION TRIBUTARIA						
	DIMENSION DEFRAUDACIÓN TRIBUTARIA	S	CS	AV	CN	N
1	Evadir el pago de impuestos afecta a los ingresos del Estado.					
2	En el Perú existe desconocimiento sobre el pago de tributos.					
3	Los ingresos del Estado bajan al disminuir el pago de impuestos.					
4	La fiscalización por parte de Sunat incentiva la omisión de pago de impuestos.					
5	Ocultar información sobre el pago de impuestos a Sunat es un delito.					
	DIMENSION ELUSION TRIBUTARIA	S	CS	AV	CN	N
6	Minimizar el pago de impuestos afecta a las actividades económicas del Estado					
7	Minimizar el pago de tributos disminuye el dinero del Estado.					
8	Evitar pagar tributos basándose en un vacío legal constituye un delito.					
9	Cometer delitos tributarios disminuye la inversión del Estado					
10	Omitir el pago de impuestos perjudica la realización de obras públicas.					
	DIMENSION CULTURA TRIBUTARIA	S	CS	AV	CN	N
11	Conocer acerca de tributación genera más ingresos para el Estado.					
12	Promover un lenguaje sencillo de tributación evita evadir pagar impuestos.					
13	Fomentar la difusión sobre obligaciones tributarias es prioridad para el Estado.					
14	La información sobre tributos, impuestos, se debe impulsar, en colegios, institutos y centros laborales.					
15	Si existe mayor entendimiento y claridad en temas de tributación se incrementan los ingresos para el Estado.					

Apéndice 4

Alfa de Cronbach de la variable comercio electrónico.

Fiabilidad

Escala: COMERCIO ELECTRÓNICO

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	12

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PREGUNTA1	34,0000	55,556	,620	,810
PREGUNTA2	33,7000	56,011	,657	,808
PREGUNTA3	34,0000	53,778	,529	,819
PREGUNTA4	34,0000	53,778	,735	,800
PREGUNTA5	33,9000	62,544	,189	,844
PREGUNTA6	33,9000	63,433	,141	,848
PREGUNTA7	33,9000	57,211	,622	,812
PREGUNTA8	33,7000	53,567	,623	,809
PREGUNTA9	33,6000	56,267	,563	,815
PREGUNTA10	34,1000	62,100	,340	,831
PREGUNTA11	34,2000	60,178	,394	,827
PREGUNTA12	34,0000	57,111	,586	,814

Estadísticas de escala			
Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
37,0000	67,556	8,21922	12

Apéndice 5

Alfa de Cronbach de la variable evasión tributaria.

Fiabilidad

Escala: EVASION TRIBUTARIA

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,734	15

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PREGUNTA1	51,0000	59,556	,519	,700
PREGUNTA2	50,6000	74,044	-,360	,755
PREGUNTA3	52,1000	59,433	,429	,709
PREGUNTA4	52,0000	69,556	-,010	,757
PREGUNTA5	50,4000	70,711	-,008	,743
PREGUNTA6	51,6000	51,156	,774	,657
PREGUNTA7	52,1000	50,322	,726	,661
PREGUNTA8	51,9000	59,656	,452	,706
PREGUNTA9	51,4000	56,933	,659	,683
PREGUNTA10	50,9000	63,211	,305	,723
PREGUNTA11	51,5000	62,278	,400	,713
PREGUNTA12	51,7000	66,233	,163	,738
PREGUNTA13	51,0000	72,222	-,125	,756
PREGUNTA14	50,6000	75,156	-,481	,759
PREGUNTA15	51,2000	56,400	,715	,678

Estadísticas de escala			
Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
55,0000	71,111	8,43274	15

Apéndice 6

Carta de autorización



"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

INFORME DE REVISIÓN DE TESIS

Lima, 15 de junio de 2022.

Señora : MBA Doris Farfán Valdivia
Jefe de Grados y Títulos - UPA

Asunto: Informe de tesis aprobadas provenientes del Taller de
Tesis de Ciencias Empresariales – JUNIO – 2022.

Ref. : TESIS REVISADAS Y APROBADAS PROVENIENTES DEL TALLER DE
TESIS DE CIENCIAS EMPRESARIALES – JUNIO – 2022

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para informarle que habiendo sido designado como docente revisor de los trabajos de investigación (TI) culminados durante el Taller de Tesis a mi cargo; le presento el título de la tesis con su(s) autor(es) respectivo(s) en calidad de aprobado(s):

Título:

COMERCIO ELECTRÓNICO Y EVASIÓN TRIBUTARIA EN MICROEMPRESARIOS DE VENTAS POR INTERNET EN EL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL TRIUNFO, LIMA 2022.

Presentado por:

TAMARIZ REYES, MIRIAN YESSENIA

Línea de investigación: TRIBUTACIÓN Y AUDITORIA

Considero que el mismo se encuentra: **Aprobado.**

Docente Revisor de tesis
Dr. Fernando Núñez Vara

Apéndice 7 Datos de investigación de Comercio electrónico y evasión tributaria.

Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos de la Variable Comercio Electrónico.

Genero	Edad	PREGUNTAS											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Femenino	41	3	1	4	1	2	2	3	5	4	4	4	3
Femenino	41	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4
Femenino	23	5	4	4	3	4	5	3	5	5	4	2	3
Masculino	24	4	5	4	4	3	2	2	4	4	4	5	4
Masculino	25	4	5	3	4	4	3	2	2	4	4	2	3
Femenino	43	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3
Femenino	31	4	5	4	3	4	2	2	5	5	2	4	4
Femenino	41	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4
Masculino	27	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
Femenino	27	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4
Femenino	29	3	4	5	4	2	3	4	5	5	2	5	4
Femenino	48	2	4	1	4	3	2	2	5	5	2	2	4
Masculino	43	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2
Masculino	25	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
Femenino	40	4	4	4	3	2	2	2	4	4	2	2	2
Femenino	34	3	3	1	2	5	5	3	3	2	3	3	2
Femenino	24	3	2	4	2	4	5	3	2	3	4	2	3
Femenino	24	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3
Masculino	23	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Femenino	44	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	3	2
Femenino	22	3	2	5	2	4	5	4	1	1	3	1	2
Masculino	26	2	3	4	1	4	5	4	2	3	3	4	2
Femenino	44	1	2	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2
Femenino	24	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3
Masculino	26	4	5	2	5	1	1	5	5	5	5	3	3
Femenino	31	3	2	2	3	4	5	3	1	3	3	3	3
Femenino	26	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2
Femenino	20	2	3	1	2	3	3	4	1	2	4	2	2
Masculino	20	2	2	3	1	1	3	5	3	1	5	3	1
Femenino	41	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2
Femenino	24	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Femenino	23	3	2	2	5	1	2	2	2	1	3	3	3
Femenino	41	3	2	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3
Masculino	54	1	1	1	1	3	3	2	1	1	2	3	3
Femenino	35	2	1	3	3	4	3	2	1	1	2	2	2
Femenino	25	3	4	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3
Masculino	29	2	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Masculino	30	2	1	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2
Masculino	25	2	2	3	3	4	4	3	2	2	2	3	3
Femenino	23	4	3	3	2	2	2	3	1	1	4	3	2
Masculino	40	3	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2	1
Femenino	23	3	3	2	2	4	3	5	1	1	5	3	2
Femenino	19	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Femenino	29	3	2	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2
Femenino	26	1	3	2	3	2	3	1	1	2	3	2	3
Femenino	38	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
Femenino	25	4	4	5	3	4	3	2	1	1	2	1	1
Masculino	43	1	2	3	2	2	3	3	1	3	3	2	2
Femenino	32	1	3	2	2	4	3	2	1	2	5	2	3
Femenino	30	1	3	3	1	2	3	4	1	1	4	1	2
Femenino	40	2	1	3	3	4	4	3	2	1	2	5	3
Masculino	30	2	3	4	3	4	4	2	1	1	2	3	2

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada (2022)

Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos de la Variable Evasión Tributaria.

PREGUNTAS															
N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	5	4	1	2	4	5	5	2	4	4	4	2	5	5	5
2	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
3	2	5	1	3	5	1	1	2	1	1	3	5	5	5	1
4	3	5	4	4	5	1	1	2	2	5	2	2	3	4	3
5	5	5	4	1	5	4	2	4	4	5	4	3	5	4	5
6	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	5	3
7	5	4	3	4	3	4	2	1	4	5	1	2	3	4	4
8	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5
9	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
10	2	4	1	1	5	2	1	4	5	5	5	2	5	5	4
11	3	3	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4
15	5	5	5	4	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	3	5	5	5	1	3	4	5	5	5	5	3	1
17	4	5	3	2	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
18	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
19	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
21	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5
22	5	3	5	3	5	5	5	4	3	5	5	3	3	3	3
23	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
24	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
25	5	5	1	5	3	3	1	1	3	5	5	2	3	3	3
26	3	3	5	5	5	3	2	4	2	5	3	3	5	2	3
27	5	3	3	2	5	3	4	5	1	2	5	5	5	5	4
28	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
29	5	5	3	5	5	3	3	1	1	1	3	5	3	5	5
30	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	5	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	5	4
33	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	3	5	5	3	3
34	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5	5
36	5	5	4	4	5	5	4	1	4	5	5	3	4	4	3
37	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
38	5	4	5	4	3	4	5	2	4	5	5	5	3	5	5
39	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4
40	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	2	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5
42	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	2	3	5	5	2
43	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
44	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4
45	5	3	1	3	4	5	5	5	3	5	5	4	5	3	5
46	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	2
47	4	3	1	2	3	5	4	3	5	4	5	2	1	1	1
48	5	3	5	2	5	5	5	3	5	4	3	3	5	4	3
49	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3
50	5	1	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4
51	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	5
52	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	1	5	5	5

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada (2022)

Base de datos de las variables de estudio.

N°	GENERO	EDAD	COMERCIO ELECTRONICO			ECONOMICO	COMERCIO ELECTRONICO	DEFRAUDACIÓN TRIBUTARIA	ELUSION TRIBUTARIA	CULTURA TRIBUTARIA	EVASION TRIBUTARIA
			TECNOLOGICO	POLITICO	SOCIAL						
1	Femenino	41	8	5	12	11	36	16	20	21	57
2	Femenino	41	12	7	12	12	43	21	21	19	61
3	Femenino	23	13	12	13	9	47	16	6	19	41
4	Masculino	24	13	9	10	13	45	21	11	14	46
5	Masculino	25	12	11	8	9	40	20	19	21	60
6	Femenino	43	12	8	12	11	43	20	15	19	54
7	Femenino	31	13	9	12	10	44	19	16	14	49
8	Femenino	41	12	12	10	8	42	24	23	22	69
9	Masculino	27	10	9	11	11	41	19	23	20	62
10	Femenino	27	8	12	11	10	41	13	17	21	51
11	Femenino	29	12	9	14	11	46	17	24	21	62
12	Femenino	48	7	9	12	8	36	24	25	25	74
13	Masculino	43	13	8	12	8	41	23	21	25	69
14	Masculino	25	12	13	13	13	51	20	24	17	61
15	Femenino	40	12	7	10	6	35	20	21	25	66
16	Femenino	34	7	12	8	8	35	23	18	19	60
17	Femenino	24	9	11	8	9	37	17	22	25	64
18	Femenino	24	8	8	6	8	30	17	17	20	54
19	Masculino	23	10	10	9	9	38	14	19	18	51
20	Femenino	44	3	5	6	7	21	24	25	24	73
21	Femenino	22	10	11	6	6	33	24	24	21	69
22	Masculino	26	9	10	9	9	37	9	21	22	60
23	Femenino	44	6	7	6	8	27	22	25	23	70
24	Femenino	24	9	7	6	8	30	19	19	17	55
25	Masculino	26	11	7	15	11	44	15	13	16	48
26	Femenino	31	7	12	7	9	35	21	16	16	53
27	Femenino	26	8	8	8	7	31	18	15	24	57
28	Femenino	20	6	8	7	8	29	20	22	23	65
29	Masculino	20	7	5	9	9	30	23	9	21	53
30	Femenino	41	9	6	9	6	30	23	24	22	69
31	Femenino	24	7	9	9	9	34	15	15	15	45
32	Femenino	23	7	8	5	9	29	15	16	17	48
33	Femenino	41	6	9	7	9	31	23	21	19	63
34	Masculino	54	3	7	4	8	22	22	25	25	72
35	Femenino	35	6	10	4	6	26	23	22	22	67
36	Femenino	25	10	6	6	8	30	23	19	19	61
37	Masculino	29	12	6	6	6	30	21	24	22	67
38	Masculino	30	5	8	5	7	25	21	20	23	64
39	Masculino	25	7	11	7	8	33	17	16	21	54
40	Femenino	23	10	6	5	9	30	20	19	20	59
41	Masculino	40	8	9	6	5	28	21	21	25	67
42	Femenino	23	8	9	7	10	34	20	15	17	52
43	Femenino	19	8	9	9	8	34	15	17	16	48
44	Femenino	29	7	7	5	6	25	21	21	19	61
45	Femenino	26	6	8	4	8	26	16	23	22	61
46	Femenino	38	9	11	9	9	38	24	24	21	69
47	Femenino	25	13	10	4	4	31	13	21	10	44
48	Masculino	43	6	7	7	7	27	20	22	18	60
49	Femenino	32	6	9	5	10	30	21	17	16	54
50	Femenino	30	7	6	6	7	26	19	22	23	64
51	Femenino	40	6	11	6	10	33	22	24	19	65
52	Masculino	30	9	11	4	7	31	19	21	21	61

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada (2022)

Apéndice 8: Informe de Turnitin**ACTA DE TURNITIN**

Dr. Fernando Esteban Núñez Vara, docente del TALLER DE TESIS DE CIENCIAS EMPRESARIALES JUNIO-2022.

Certifica que tras haberse realizado la evaluación del % de similitud de la tesis que lleva por nombre:

COMERCIO ELECTRÓNICO Y EVASIÓN TRIBUTARIA EN MICROEMPRESARIOS DE VENTAS POR INTERNET EN EL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL TRIUNFO, LIMA 2022.

presentado por el bachiller:

TAMARIZ REYES, MIRIAN YESSENIA

el reporte ha arrojado el siguiente resultado:

6 % de similitud

Se expide la presente certificación para los fines pertinentes.

Lima, 15 de junio del 2022



Dr. Fernando Núñez Vara
Docente Revisor de tesis

p.d.: se adjunta índice de similitud a continuación

TURNITIN DE TESIS DE TAMARIZ REYES, MIRIAN YESSENIA

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repository.unimilitar.edu.co Fuente de Internet	1%
6	www.mef.gob.pe Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado