

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN

Tesis

**Regulación del comercio electrónico por redes  
sociales y la recaudación del IGV, distrito de San  
Miguel, periodo 2023**

Milagros Jessenia Canaza Huahualuque  
Erika Marleny Mercado Caravantes  
Carolina Morales Reto

Para optar el Grado Académico de Maestro en Tributación

Lima, 2024

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**ANEXO 6****INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DEL  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

A : Mg. Jaime Sobrados Tapia  
: Director Académico de la Escuela de Posgrado

DE : **Ernesto Andrés Ortiz Ortiz**  
: Asesor del Trabajo de Investigación

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de Trabajo de  
Investigación

FECHA : 27/09/2024

---

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado Asesor del Trabajo de Investigación/Tesis/Artículo Científico titulado **"REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERÍODO 2023"**, perteneciente a los **Bach. CANAZA HUAHUALUQUE, MILAGROS JESSENIA; MERCADO CARAVANTES, ERIKA MARLENY y MORALES RETO, CAROLINA** de la **MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN**; se procedió con el análisis del documento mediante la herramienta "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software, cuyo resultado es **14 %** de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados con plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SÍ  NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SÍ  NO   
(Máximo nº de palabras excluidas: **0**)
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo SÍ  NO   
estudiante

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.  
Atentamente,



---

**Ernesto Andrés Ortiz Ortiz**  
**DNI: 20122192**

## **DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD**

Yo, CANAZA HUAHUALUQUE, MILAGROS JESSENIA, identificada con Documento Nacional de Identidad N° 71656427, egresada de la MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La Tesis titulada "REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Grado Académico de MAESTRO EN TRIBUTACIÓN.
2. La Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La Tesis es original e inédita, y no ha sido realizada, desarrollada o publicada, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicada ni presentada de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

Lima, 20 de Setiembre de 2024.



CANAZA HUAHUALUQUE MILAGROS JESSENIA  
DNI. N° 71656427



Huella

---

**Arequipa**

Av. Los Incas S/N,  
José Luis Bustamante y Rivero  
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara  
(054) 412 030

**Huancayo**

Av. San Carlos 1980  
(064) 481 430

**Cusco**

Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo  
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,  
carretera San Jerónimo - Saylla  
(084) 480 070

**Lima**

Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos  
(01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores  
(01) 213 2760

---

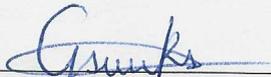
## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, MERCADO CARAVANTES ERIKA MARLENY, identificada con Documento Nacional de Identidad N° 45444734, egresada de la MAESTRÍA EN TRIBUTACION, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La Tesis titulada "REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO CERCADO DE LIMA, PERIODO 2023", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Grado Académico de MAESTRO EN TRITBURACION.
2. La Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La Tesis es original e inédita, y no ha sido realizada, desarrollada o publicada, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicada ni presentada de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometién dome a las acciones legales pertinentes.

Lima, 18 de setiembre del 2024.

  
MERCADO CARAVANTES ERIKA MARLENY  
DNI. N° 45444734



Huella

---

**Arequipa**

Av. Los Incas S/N,  
José Luis Bustamante y Rivero  
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara  
(054) 412 030

**Huancayo**

Av. San Carlos 1980  
(064) 481 430

**Cusco**

Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo  
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,  
carretera San Jerónimo - Saylla  
(084) 480 070

**Lima**

Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos  
(01) 213 2760

Jr. Junin 355, Miraflores  
(01) 213 2760

---

**DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD**

Yo, MORALES RETO, CAROLINA identificada con Documento Nacional de Identidad N° 75010220, egresada de la MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La Tesis titulada "REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Grado Académico de MAESTRO EN TRIBUTACIÓN
2. La Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La Tesis es original e inédita, y no ha sido realizada, desarrollada o publicada, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicada ni presentada de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

Lima, 20 de Septiembre de 2024.

  
MORALES RETO, CAROLINA  
DNI. N° 75010220



Huella

**Arequipa**  
Av. Los Incas S/N,  
José Luis Bustamante y Rivero  
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara  
(054) 412 030

**Huancayo**  
Av. San Carlos 1980  
(064) 481 430

**Cusco**  
Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av.  
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,  
carretera San Jerónimo - Saylla  
(084) 480 070

**Lima**  
Av. Alfredo Mendiola 5210, Los C  
(01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores  
(01) 213 2760

# REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="https://repositorio.continental.edu.pe">repositorio.continental.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://repositorio.upsc.edu.pe">repositorio.upsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://repositorio.ulasamericas.edu.pe">repositorio.ulasamericas.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="https://repositorio.unu.edu.pe">repositorio.unu.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="https://repositorio.upla.edu.pe">repositorio.upla.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://repositorio.uandina.edu.pe">repositorio.uandina.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%

9	<a href="http://upc.aws.openrepository.com">upc.aws.openrepository.com</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="http://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
13	<a href="http://repositorio.uap.edu.pe">repositorio.uap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://repositorio.urp.edu.pe">repositorio.urp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
16	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
17	<a href="http://kchispanicnews.com">kchispanicnews.com</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

21	Submitted to Cliffsid Park High School Trabajo del estudiante	<1 %
22	ciencialatina.org Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
24	www.conapri.org Fuente de Internet	<1 %
25	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
26	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
27	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
29	Submitted to Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE Trabajo del estudiante	<1 %
30	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	<1 %

32	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
33	repositorio.uaustral.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	revistas.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	intranet.comunidadandina.org Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	www.ccce.org.co Fuente de Internet	<1 %
38	actualicese.com Fuente de Internet	<1 %
39	baixardoc.com Fuente de Internet	<1 %
40	linkedpolitics.project.cwi.nl Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.lamolina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.unprg.edu.pe	

Fuente de Internet

<1 %

44

[apirepositorio.unh.edu.pe](http://apirepositorio.unh.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

45

[cathi.uacj.mx](http://cathi.uacj.mx)

Fuente de Internet

<1 %

46

[digilib.uin-suka.ac.id](http://digilib.uin-suka.ac.id)

Fuente de Internet

<1 %

47

[documents.mx](http://documents.mx)

Fuente de Internet

<1 %

48

[dspace.uazuay.edu.ec](http://dspace.uazuay.edu.ec)

Fuente de Internet

<1 %

49

[editorialeidec.com](http://editorialeidec.com)

Fuente de Internet

<1 %

50

[notablesdelaciencia.conicet.gov.ar](http://notablesdelaciencia.conicet.gov.ar)

Fuente de Internet

<1 %

51

[repositorio.uct.edu.pe](http://repositorio.uct.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

52

[repositorio.unjbg.edu.pe](http://repositorio.unjbg.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

53

[repositorio.upao.edu.pe](http://repositorio.upao.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

54

[repositorio.usil.edu.pe](http://repositorio.usil.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

55	<a href="https://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
56	<a href="https://revistacientifica.uamericana.edu.py">revistacientifica.uamericana.edu.py</a> Fuente de Internet	<1 %
57	<a href="https://s3.amazonaws.com">s3.amazonaws.com</a> Fuente de Internet	<1 %
58	<a href="https://tis.salkeiz.k12.or.us">tis.salkeiz.k12.or.us</a> Fuente de Internet	<1 %
59	<a href="http://www.kansas.ahorrando.org">www.kansas.ahorrando.org</a> Fuente de Internet	<1 %
60	<a href="http://www.unirioeditora.com.ar">www.unirioeditora.com.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
61	<b>Yosmary-Carolina Durán-Sánchez, Chess-Emmanuel Briceño- Núñez, Alen-David Montilla-Soto. "Aplicación de la ley del impuesto al valor agregado en las operaciones de comercio electrónico", Fórum Empresarial, 2021</b> Publicación	<1 %
62	<a href="https://albertovillalobos1.wordpress.com">albertovillalobos1.wordpress.com</a> Fuente de Internet	<1 %
63	<a href="https://dsl.upc.es">dsl.upc.es</a> Fuente de Internet	<1 %
64	<a href="https://es.slideshare.net">es.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %

65	<a href="http://repositorio.udh.edu.pe">repositorio.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
66	<a href="http://repositorio.udl.edu.pe">repositorio.udl.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
67	<a href="http://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
68	<a href="http://repositorio.unsaac.edu.pe">repositorio.unsaac.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
69	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
70	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
71	<a href="http://www.fondoeditorial.unah.edu.pe">www.fondoeditorial.unah.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
72	<a href="http://www.informatica-juridica.com">www.informatica-juridica.com</a> Fuente de Internet	<1 %
73	<a href="http://www.munisanmiguel.gob.pe">www.munisanmiguel.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
74	<a href="http://inba.info">inba.info</a> Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

**Asesor**

Mg. Ernesto Andrés Ortiz Ortiz

### **Agradecimiento**

Agradecemos a Dios por ser nuestro soporte, a la Escuela de posgrado de la Universidad Continental por ser el espacio académico durante dos años, a los docentes por sus enseñanzas, a mis compañeros por todo lo compartido a lo largo de este tiempo.

Gracias a todos y cada uno de ellos quienes fueron parte del logro de este objetivo.

### **Dedicatoria**

Dedicamos con todo el corazón esta Tesis a Dios por darnos las fuerzas necesarias en esta misión, a nuestros padres por habernos guiado como las personas que somos en la actualidad.

## Índice

Asesor .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Índice.....	v
Índice de tablas .....	viii
Índice de figuras .....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	12
Capítulo I. Planteamiento del estudio.....	13
1.1. Planteamiento y formulación del problema .....	13
1.1.1. Planteamiento del problema .....	13
1.1.2. Formulación del problema. ....	15
A. Problema general.....	15
B. Problemas Específicos.....	15
1.2. Determinación de objetivo.....	16
1.2.1. Objetivo general.....	16
1.2.2. Objetivos específicos.....	16
1.3. Justificación e importancia del estudio .....	16
1.3.1. Justificación Teórica .....	16
1.3.2. Justificación Práctica .....	17
1.3.3. Justificación Social .....	17
1.4. Limitaciones de la presente investigación .....	18
Capítulo II. Marco Teórico .....	19
2.1. Antecedentes de la investigación .....	19
2.2. Bases teóricas.....	22
2.2.1. Regulación de comercio electrónico.....	22
2.2.2. Recaudación tributaria.....	27
2.3. Definición de términos básicos.....	38
2.3.1. Comercio electrónico.....	38
2.3.2. Cultura tributaria.....	38
2.3.3. Educación Tributaria.....	38

2.3.4. Educación Financiera .....	38
2.3.5. IGV .....	39
2.3.6. Impuesto a la renta.....	39
2.3.7. Infracciones .....	39
2.3.8. Multas.....	39
2.3.9. Obligaciones tributarias .....	39
2.3.10. Redes sociales .....	40
Capítulo III. Hipótesis .....	41
3.1. Hipótesis.....	41
3.1.1. Hipótesis general.....	41
3.1.2. Hipótesis específica.....	41
3.2. Operacionalización de variables.....	41
3.2.1. Variable independiente.....	41
3.2.2. Variable dependiente.....	41
3.2.3. Instrumento .....	41
3.2.4. Matriz de operacionalización .....	43
Capítulo IV. Metodología .....	45
4.1. Método, tipo o alcance de investigación.....	45
4.1.1. Método .....	45
4.1.2. Tipo o alcance .....	45
4.2. Diseño de la investigación.....	45
4.3. Población y muestra .....	46
4.3.1. Población.....	46
4.3.2. Muestra .....	47
4.4. Técnica e instrumento de recolección de datos .....	47
4.5. Técnicas de análisis de datos .....	48
Capítulo V. Resultados.....	49
5.1. Resultados y análisis.....	49
5.2. Discusión de resultados .....	63
Conclusiones.....	67
Recomendaciones.....	68
Referencias .....	69
Apéndice .....	77

Apéndice A. Matriz de consistencia.....	77
Apéndice B. Instrumentos de recolección de datos.....	79
Apéndice C. Ficha técnica de instrumentos .....	81
Apéndice D. Validez de expertos .....	85
Apéndice D. Confiabilidad de Instrumentos .....	854

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Valoración de la variable Regulación del comercio electrónico .....	49
<b>Tabla 2</b>	Primera dimensión Modalidades del comercio electrónico .....	50
<b>Tabla 3</b>	Segunda dimensión Medios de pago .....	51
<b>Tabla 4</b>	tercera dimensión Cumplimiento tributario .....	52
<b>Tabla 5</b>	Valoración de la variable Recaudación de Impuestos.....	53
<b>Tabla 6</b>	Primera dimensión Procedimiento de fiscalización .....	54
<b>Tabla 7</b>	Segunda dimensión Facultad de fiscalización .....	55
<b>Tabla 8</b>	Tercera dimensión Impuestos.....	56
<b>Tabla 9</b>	Pruebas de normalidad .....	58
<b>Tabla 10</b>	Correlación entre regulación de comercio electrónico y la recaudación de impuestos .....	59
<b>Tabla 11</b>	Correlación entre Modalidades del comercio electrónico y recaudación de impuestos .....	60
<b>Tabla 12</b>	Correlación entre los medios de pago y recaudación de impuestos .....	61
<b>Tabla 13</b>	Correlación entre cumplimiento tributario y recaudación de impuestos .....	62

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Valoración de la variable Regulación del comercio electrónico .....	50
<b>Figura 2</b>	Primera dimensión Modalidades del comercio electrónico .....	51
<b>Figura 3</b>	Segunda dimensión Medios de pago .....	52
<b>Figura 4</b>	Tercera dimensión Cumplimiento tributario .....	53
<b>Figura 5</b>	Valoración de la variable Recaudación de Impuestos .....	54
<b>Figura 6</b>	Primera dimensión Procedimiento de fiscalización.....	55
<b>Figura 7</b>	Segunda dimensión Facultad de fiscalización.....	56
<b>Figura 8</b>	Tercera dimensión Impuestos .....	57

## Resumen

La presente investigación consideró como objetivo determinar el impacto entre la regulación del comercio electrónico por redes sociales y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023. Además, el marco metodológico fue conformado por un método cuantitativo, de tipo básica, así mismo contó con un nivel descriptivo – correlacional y un diseño no experimental con corte transversal. La muestra fue compuesta por 20 participantes que utilizan herramientas del E-commerce para poder comercializar sus productos en las diferentes plataformas digitales. Se obtuvo que el 80% de los participantes consideran a la variable en nivel bajo, al igual que para la recaudación tributaria. Se concluye que el 80% de los participantes valoran en un nivel bajo a la variable regulación del comercio electrónico, en cuanto a la recaudación de impuestos se obtuvo que de igual forma el 80% fue en nivel bajo, además el coeficiente de correlación fue de 0.948 lo cual significa que existe una correlación positiva y significativa, además se aceptó la  $H_a$  y se rechazó la  $H_0$ .

**Palabras clave:** Comerciantes, recaudación tributaria, impuestos, comercio informal, E-commerce.

## Abstract

The objective of this research was to determine the impact between the regulation of electronic commerce through social networks and the collection of the general sales tax of taxpayers domiciled in the District of San Miguel, 2023. In addition, the methodological framework was formed by a quantitative method. . . , of basic type, also had a descriptive-correlational level and a non-experimental design with cross-section. The sample was made up of 20 participants who use electronic commerce tools to market their products on different digital platforms. It was obtained that 80% of the participants consider the variable at a low level, the same as for tax collection. It is concluded that 80% of the participants value the variable regulation of electronic commerce at a low level, in terms of tax collection it was obtained that in the same way 80% was at a low level, in addition the compensation coefficient was 0.948 which means that there is a positive and significant improvement, in addition the  $H_a$  was accepted and the  $H_0$  was rejected.

**Keywords:** Merchants, tax collection, taxes, informal commerce, electronic commerce.

## INTRODUCCIÓN

En la presente investigación titulada “Regulación del comercio electrónico por redes sociales y la recaudación del IGV, distrito de san miguel, periodo 2023” considero como objetivo general determinar el impacto entre la regulación del comercio electrónico por redes sociales y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023, por lo que contará con la siguiente estructura:

Capítulo I. Se encontró conformado por el planteamiento del estudio lo cual conllevó a la formulación de los problemas, así mismo, se planteó los objetivos, justificación y las limitaciones de la presente investigación.

Capítulo II. Se encontró conformado por los antecedentes de la investigación, las bases teóricas de las variables regulación del comercio electrónico y la recaudación tributaria, además de las definiciones de los términos básicos sobre las variables.

Capítulo III. Se encontró conformado por la hipótesis de la investigación tanto general y específicas, la operacionalización de las variables e instrumento a utilizar, además de la matriz.

Capítulo IV. Se encontró conformado por la metodología, método además del diseño, población y muestra, junto con la técnica e instrumento de recolección de datos y la técnica de análisis de datos.

Capítulo V. Se mostraron los resultados y la discusión de los resultados.

Finalmente se planteó las conclusiones, recomendaciones, referencias y apéndices de la investigación.

## **Capítulo I. Planteamiento del estudio**

### **1.1. Planteamiento y formulación del problema**

#### **1.1.1. Planteamiento del problema**

El comercio electrónico se ha incrementado a raíz de la pandemia COVID – 19 que se atravesó a nivel mundial, esto debido a que muchas familias se quedaron sin trabajo y otras optaron por realizar labores a nivel virtual, por lo que tuvieron que emprender en diferentes negocios, como la importación, creación de contenido vía redes sociales, tratando de generar algún tipo de ingreso familiar, por lo tanto, genera la problemática de qué pasa con ellos a nivel tributario, es por ello que la presente investigación se realiza para conocer la correlación entre las variables en estudio.

A nivel internacional, en Ecuador ha aumentado de manera considerable la informalidad del comercio electrónico, de tal manera, Briones y Bailón (2021) mencionan que se han implementado nuevas tecnologías debido al aumento del crecimiento del comercio electrónico o también conocido e-commerce a nivel mundial, así mismo, incrementó el uso de redes sociales como aplicaciones de teléfonos, plataformas digitales, páginas web, dedicado a mercados online, la problemática recae en que éstos nuevos emprendedores no tienen el suficiente conocimiento para poder tributar, evadiendo impuestos de manera constante.

En Chile, la tributación en la economía digital se ha visto deficiente debido a que no todos los emprendedores han optado por emitir comprobantes de pago, y tampoco inscribirse a un registro único del contribuyente, por lo tanto, Faúndez et al. (2021) menciona que se ha ido presentando problemáticas en cuanto a la economía digital ya que desde el 2015 ha aumentado y la recaudación tributaria ha disminuido ya que a raíz de la pandemia que se atravesó a nivel mundial, consideraron que el internet se podría convertir en un paraíso fiscal.

En Venezuela, Durán et al. (2021) menciona que se está presentando la problemática de que el comercio electrónico originó la creación de una serie de leyes para su regulación, es por ello que no existe un adecuado control de las nuevas empresas que se han formado a nivel online y no se conoce si cumplen o

no con sus obligaciones tributarias, lo cual es un problema para el estado ya que disminuye sus ingresos y por ende menos obras para el bien de los ciudadanos.

En México, García et al. (2020) menciona que la recaudación tributaria se ha visto deficiente debido a que el tipo de comercio ha incrementado y no son formales, por lo que es una actividad económica en línea y no tiene mucha fiscalización por parte de la entidad recaudadora, por lo que disminuyó para el 2020 un 4.5%.

A nivel nacional, debido a la pandemia COVID – 19 se ha visto afectado la recaudación de impuestos, ya que muchos optaron por el comercio electrónico pero en el rubro informal, ante ello, Cerón et al. (2022) consideró que en el Perú debido a la pandemia, los ciudadanos empezaron a comercializar a través de medios electrónicos y se cuadruplicaron sus ventas pero sin embargo, no se encuentran en un rubro formal, por lo que aumenta la problemática ya que no se recauda y cumple las metas establecidas.

Soler (2021) indica que el comercio electrónico y el marketing digital han ayudado a muchos ciudadanos a generar ingresos a nivel nacional e internacional, ya que han llegado a varios lugares, tanto importando como exportando, pero se encuentra la problemática que no se tiene un local comercial, y debido al gran número de estafas online, ya no se tiene la confianza por lo que, en el 2021, disminuyó en un 3.5%.

Camarena (2019) indica que la recaudación del IGV se encuentra deficiente ya que no se ha contemplado en su legislación específica para que se pueda sujetar a gravamen las transacciones realizadas en el ámbito de la economía digital; por lo que, no tienen métodos a seguir para gravar las rentas derivadas de las operaciones digitales, por lo que hay deficiencias en su recaudación.

Malpartida et al. (2021) en su investigación, presentó la deficiencia que en ciertas empresas debido a que optaron por la virtualidad y dejaron de declarar sus ventas como deberían, evadiendo impuestos, ocasionando pérdidas económicas debido a las multas a las cuales se encontrarían sujetas por no cumplir con sus obligaciones como contribuyentes.

La problemática de la investigación recae en la regulación del comercio electrónico y la recaudación tributaria del IGV, por lo que se enfoca en la ciudad de Lima, donde, debido a que Herrera (2023) señala que el 70% de las compras en línea en Perú son realizadas en esta ciudad, para lo cual se eligió al distrito de San Miguel como unidad de análisis utilizando el periodo 2023, como problema principal se tiene que en el país existe una falta de normativas específicas y efectivas que supervisen las transacciones en línea que se realizan en el comercio electrónico, por lo que a medida que el entorno digital se vuelve más prominente las redes sociales van tomando más protagonismo para el comercio en línea, pero sin embargo, se refleja constantemente la falta de regulaciones adecuadas ya que puede promover prácticas comerciales deshonestas, como la evasión fiscal. Esto significa un desafío para la administración tributaria en San Miguel, ya que la ausencia de regulaciones adecuadas puede complicar la identificación y gravamen de transacciones realizadas a través de estas plataformas, lo que a su vez impacta negativamente en la recaudación del IGV y, por ende, en los ingresos destinados al desarrollo del distrito y a la prestación de servicios públicos.

Por lo tanto, es crucial investigar y proponer soluciones que permitan establecer regulaciones claras y eficaces que garanticen la equidad y transparencia en el comercio electrónico a través de las redes sociales, así como una recaudación justa del IGV en el distrito de San Miguel, por lo que se formula los siguientes problemas.

### **1.1.2. Formulación del problema.**

#### **A. Problema general.**

¿De qué manera la regulación del comercio electrónico por redes sociales impactaría en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?

#### **B. Problemas Específicos.**

¿De qué manera impactaría las modalidades del comercio electrónico en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?

¿De qué manera impactaría los medios de pago en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?

¿De qué manera impactaría el cumplimiento tributario en la recaudación del impuesto a la venta de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?

## **1.2. Determinación de objetivo**

### **1.2.1. Objetivo general**

Determinar el impacto entre la regulación del comercio electrónico por redes sociales y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

Determinar el impacto entre las modalidades del comercio electrónico y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023

Determinar el impacto entre los medios de pago y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

Determinar el impacto entre el cumplimiento tributario y la recaudación del impuesto a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

## **1.3. Justificación e importancia del estudio**

### **1.3.1. Justificación Teórica**

Desde un punto de vista teórico, su objetivo radica en comprender la aplicación de las leyes y regulaciones existentes en el ámbito del comercio electrónico específicamente en transacciones realizadas a través de plataformas de redes sociales. Este enfoque implica el análisis de aspectos legales vinculados

a la protección del consumidor, la seguridad en las transacciones en línea y la competencia en el entorno digital, es decir fomentar la competencia justa entre los diversos actores del mercado

### **1.3.2. Justificación Práctica**

En la práctica, esta regulación asegura un entorno comercial confiable y transparente, promoviendo la confianza del consumidor en las transacciones en línea. Además, al regular adecuadamente estas actividades, se facilita la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV), contribuyendo así al fortalecimiento de las finanzas públicas y al desarrollo económico del país. Asimismo, la investigación se orienta hacia la identificación de desafíos y oportunidades que surgen de la regulación del comercio electrónico en redes sociales, especialmente en lo que respecta a la recaudación del IGV. Al comprender el impacto de la regulación en las transacciones comerciales en estas plataformas, se puede evaluar su repercusión en la recaudación de impuestos.

### **1.3.3. Justificación Social**

La indagación tiene una justificación social por que su objetivo principal es asegurar la protección y seguridad de los consumidores que realizan transacciones en línea, especialmente en un entorno tan dinámico como las redes sociales. Al establecer normativas claras, se fomenta la confianza del consumidor y se disminuye el riesgo de fraudes o prácticas comerciales deshonestas. En cuanto a la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV), una regulación adecuada del comercio electrónico a través de redes sociales ayuda a combatir la evasión fiscal y garantizar que todas las transacciones sean gravadas de manera imparcial, lo que fortalece las finanzas públicas y permite la inversión en servicios y programas sociales beneficiosos para toda la sociedad. Por lo tanto, la investigación en este campo no solo tiene un impacto directo en la protección del consumidor y la equidad en el mercado, sino también en el bienestar social mediante una recaudación fiscal más eficiente y justa.

### **Importancia del estudio.**

La investigación es significativa ya que servirá como medio para conocer, analizar y actuar ante la situación actual con respecto al comercio electrónico, que trae un nuevo reto a la administración tributaria en nuestro país.

Por otra parte, pretende analizar los alcances a nivel tributario de las operaciones que se derivan del comercio electrónico, con ello se busca estimular el desarrollo de nuevas formas impositivas a las transacciones que involucren este tipo de comercio

#### **1.4. Limitaciones de la presente investigación**

La presente investigación tuvo como limitación que los antecedentes fueron de cierta manera limitados debido al rubro en el que se está realizando la investigación, además, otra limitación ha sido encontrar nuestra muestra, debido al anonimato que se deseaba conservar.

## Capítulo II. Marco Teórico

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Almacho (2020) analizó en Ecuador, el efecto existente entre la recaudación de tributos directos e indirectos en base a las importaciones de servicios digitales a nivel Latinoamericano con alcance mundial, debido a que las plataformas usadas no se encuentran exclusivamente en la nación ecuatoriana. El enfoque fue mixto, de alcance descriptivo y documental, empleando un registro bibliográfico proporcionado por entidades globales y optando por analizar los datos a través de matrices, añadiendo una entrevista estructura al jefe zonal del departamento de gestión tributaria. De este análisis se afirmó que la venta por servicios digitales para el país fue de 1 226 millones, destacando plataformas como Apple y Amazon, pero con una recaudación deficiente en el pago tributario a la nación ecuatoriana; y en cuanto a la entrevista realizada, postuló que mientras las plataformas de uso no se establezcan en el mismo territorio, no puede darse un seguimiento que muestre realmente la fluctuación de dinero.

Brianti y Rivas (2021) buscaron identificar las causas que fortalecen la incurrencia fiscal en las microempresas argentinas. Su marco metodológico fue de tipo mixto, alcance descriptivo, tipo práctico, diseño no experimental, tomando como muestra una empresa mantenida en anonimato debido a la incurrencia en sus tributaciones, considerando para recolectar información las entrevistas estructuradas al área directiva, además de un registro documental. En sus resultados se expuso que las ganancias en ventas antes del pago de impuestos eran altas, superando los 2,5 millones de pesos argentinos mensuales, siendo creciente las tasas de impuestos por inmobiliario, salud e higiene y en los ingresos brutos, reduciendo a ganancias netas en menos de 2 millones, presentando deudas comerciales a partir del 2018 de hasta 12 millones anualmente, lo que se acumuló en más de 27 millones para finales del 2019 con una tasa de evasión del 68%, reflejado en los documentos revisados.

Pincay (2021) presentó como propósito reconocer el grado de incidencia que mantiene el comercio electrónico como estrategia de comercialización para las

Pymes durante la pandemia de COVID – 19. Utilizó una metodología de inductiva – deductiva, analítica, sintética y bibliográfica, recopilando distintas fuentes de información dentro de la misma empresa, integrando entrevistas al área gerencial y encuestas a los trabajadores. El análisis de datos recopilados evidenció que las ventas durante el tiempo de pandemia fueron menores, mientras que quienes utilizaron estrategias electrónicas se vieron beneficiados por el alcance de los medios, pero con índices elusivos en pago tributario altos. Se concluyó recomendando el uso del comercio electrónico como una estrategia para potenciar las ventas en las microempresas con la necesidad complementaria de poder regular por medio de mejores normativas.

Calva (2021) tuvo como finalidad identificar las implicancias dentro del comercio electrónico y cómo influye en el aspecto tributario, dentro del sector Retail en Ecuador. El enfoque de la metodología fue descriptivo, diseño no experimental, empleando como técnica la encuesta y la recopilación de documentos. En sus hallazgos se indicó que las transacciones digitales para el 2019 eran de 24 millones, incrementándose en un 13% para los años anteriores, mientras que las ventas digitales fueron de 13 971 millones de dólares en el mismo año, y las ventas por comercio electrónico fueron de 1 648 millones, siendo portales internacionales los más usados; en cambio la recaudación de impuestos no se ajustó a las cantidades presentadas. Se concluye que es importante el incremento de ventas por medio electrónico, seguido de una mayor regulación en el pago de tributos.

Amán (2022) analizó la venta de laptops por medio de la plataforma digital de Mercado libre Ecuador y su implicancia en la recaudación de impuestos al valor agregado durante el periodo de 2019. Su metodología se dio con un enfoque mixto, inductivo, seleccionando la muestra en relación con el número total de comerciantes en la red mencionada. Se encontró que las ventas fueron por 27 860 laptops, representando el total de 995 224 USD, recaudación de 119 426,88 USD, de los que se obtuvo de IGV 35 828,06 (30% del estimado), evadiéndose 83 598,81 (70%), reconociendo que las formas de trámite repercuten en el análisis general pues se emplean medios de venta en efectivo. Se concluye la importancia de mejorar las prácticas por comercio electrónico

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Bobadilla (2019) planteó el estudio acerca de identificar la asociación entre ventas online con la recaudación de impuestos en la ciudad de Huaraz en el 2017. Su metodología fue de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no correlacional, empleando un cuestionario elaborado y validado con 14 ítems, aplicado a 17 propietarios de tiendas online. Se pudo observar que el 64.71% de ellos no emite comprobantes de pago, y de ellos el 70.59% mantiene niveles altos de ingresos y maneja un nivel medio para marketing digital, afirmando por medio de un análisis de tablas cruzadas existir una relación media entre variables. Se concluye la necesidad de mejores gestiones y la expansión del estudio acerca del tema, pues es importante el reconocimiento del cómo se comporta esta forma de comercio y frente ello se puedan tomar medidas con mayores fundamentos.

Atachahua (2020) consideró determinar la asociación entre la función de fiscalización realizada por la SUNAT en los negocios que operan de forma electrónica por medio de las redes sociales. Su enfoque fue cuantitativo, alcance correlacional, diseño no experimental, empleando como técnica la encuesta. Sus resultados muestran como índices más relevantes en relación a la variable fiscalización tributaria que el 76% no atendieron los requerimientos en el proceso de fiscalización, el 68% desconoce las posibilidades de acceso a información, mientras que la variable de ventas por comercio electrónico revelaron a un 42% manifestando recabar más atención de clientes por medio digitales (respuestas en "siempre"), añadiendo que solo al 14% le parece un costo alto por este tipo de medio, además de un 18% quienes admitieron no emitir comprobantes de pago por ventas electrónicas y un 15% que nunca paga sus impuestos, plasmándose en base a esos resultados una relación nula entre constructos, teniendo como significancia un 0.123 para el p valor

Briceño (2022) presentó una investigación con el fin de reconocer el nivel de asociación entre el conocimiento de régimen tributario y el nivel de formalidad del grupo textil. Se enfocó desde una metodología mixta, nivel descriptivo, diseño no experimental, con una muestra de 30 administrativos, además de personal del área de contaduría y subgerentes. En el análisis elaborado se pudo identificar que el conocimiento de formalización fue de un 26,7% sin impacto en el proceso inicial de formar una Mype, mientras que en el proceso se detectó un 6,7%, y en un 20%

se dieron las Mypes que se accedieron a conocimientos tributarios y lograron una estabilidad económica, llegando a brindar beneficios laborales en un 6.7%, relacionándose por medio de tablas cruzadas ambas variables y determinando una asociación significativa y positiva (significancia de 0.010)

Ruiz (2022) estudió acerca de cómo las herramientas tecnológicas se vinculan a la evasión tributaria de las microempresas del distrito de Callería. Su diseño enfoque fue mixto, tipo aplicado, nivel correlacional y corte transversal, reconociendo como muestra a 384 Mypes, empleando una técnica de encuesta con 48 preguntas. Los resultados mostraron que el 58% de las microempresas usa herramientas tecnológicas en un nivel “muy bueno”, siendo el más alto, el manejo de factura electrónicas con un 52,1%; mientras que la variable de evasión tributaria se daba en el 15,8% de ellas, incumpliendo en sus tributos y teniendo defraudaciones tributarias en un 54,9%, alcanzando un nivel de relación de  $-0.879$  entre variables, con una significancia de 0.000.

Tamariz (2022) consideró como propósito analizar el nivel de relación entre el comercio electrónico y la evasión de impuestos en pymes que operan por medio de internet. La estructura metodológica consideró un enfoque mixto, alcance correlacional, diseño no experimental, corte transversal, realizando el estudio en una muestra de 53 microempresas, recopilando los datos por medio de encuestas de 27 y 15 preguntas para cada variable. Se encontró que el 46% presenta niveles bajos en la implementación y ganancias en el comercio electrónico, mientras que el 64% evade impuestos en nivel medio, marcando un índice de correlación en nivel bajo y negativo ( $-0.294$ ) entre la implementación tecnológica y la evasión de impuestos, y en niveles generales una significancia de  $.013$ , menor al p valor, y en grado de asociación de  $-0.341$ . por Rho de Spearman.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Regulación de comercio electrónico.**

Citando a Sigmond (2018) refiere al proceso de establecer y aplicar normativas, leyes y regulaciones que rigen las transacciones comerciales realizadas a través de plataformas en línea, sitios web, aplicaciones móviles y otros canales digitales. El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento

significativo en las últimas décadas, y las autoridades gubernamentales han trabajado en la creación de marcos legales para garantizar la seguridad, la protección del consumidor, la recaudación de impuestos y la integridad del mercado en línea (García et al., 2020). La regulación del comercio electrónico es esencial para garantizar que este sector económico siga siendo seguro y confiable tanto para los consumidores como para las empresas, de manera que también contribuye a la recaudación de impuestos y al funcionamiento adecuado de la economía digital en el ámbito global (Ramírez et al., 2022).

#### **2.2.2.1. Importancia de la regulación de comercio electrónico.**

Como afirma García et al. (2020) la regulación del comercio electrónico es esencial para garantizar que el comercio en línea sea justo, seguro y beneficioso tanto para los consumidores como para las empresas ya que juega un papel importante en la recaudación de impuestos y en el desarrollo económico en la era digital.

La regulación del comercio electrónico es de suma importancia por varias razones:

**Protección del Consumidor:** Establecer regulaciones garantiza que los consumidores estén protegidos contra prácticas comerciales injustas, fraudes y productos o servicios de baja calidad. Esto fomenta la confianza en las compras en línea y promueve un entorno comercial más seguro.

**Competencia Justa:** La regulación evita que las empresas utilicen prácticas desleales para obtener ventajas injustas sobre la competencia. Esto es esencial para garantizar una competencia justa en el mercado y evitar el dominio de las grandes empresas.

**Recaudación de Impuestos:** Al regular el comercio electrónico, los gobiernos pueden asegurarse de que las empresas paguen impuestos adecuados. Esto evita la evasión fiscal y garantiza que los ingresos fiscales se utilicen para financiar servicios públicos esenciales.

**Seguridad de Datos:** Las regulaciones pueden establecer estándares de seguridad de datos que protejan la información personal y financiera de los consumidores. Esto es especialmente importante en un entorno en línea donde la privacidad es una preocupación clave.

**Desarrollo Económico:** Un entorno regulado puede impulsar el crecimiento del comercio electrónico al proporcionar un marco predecible para las empresas. Esto, a su vez, puede estimular la inversión y la innovación en el comercio en línea.

**Confianza del Consumidor:** Las regulaciones bien diseñadas pueden aumentar la confianza del consumidor en el comercio electrónico. Cuando los consumidores confían en que sus derechos están protegidos, es más probable que realicen compras en línea, lo que beneficia a las empresas.

**Estándares de Calidad:** Las regulaciones pueden establecer estándares de calidad para los productos y servicios en línea, lo que garantiza que los consumidores obtengan lo que se les prometió.

**Ciberseguridad:** Las regulaciones pueden requerir que las empresas tomen medidas para protegerse contra ataques cibernéticos y violaciones de datos, lo que es esencial en un mundo cada vez más digital.

### **2.2.2.2. Dimensiones de la variable.**

#### **A) Modalidades del comercio electrónico**

El comercio electrónico, conocido como e-commerce, es un conjunto de métodos que permiten comprar y vender bienes y servicios a través de Internet. Las modalidades de comercio electrónico permiten a las empresas y consumidores interactuar en el ámbito de las transacciones comerciales de manera segura y eficiente, eliminando barreras físicas y ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios a nivel global (Arroyave et al, 2021). Entre las modalidades más comunes se tiene las siguientes:

B2C: se refiere cuando se tiene por finalidad efectuar la venta al consumidor final, es decir de empresa a consumidor, por ejemplo, el comprar ropa en tienda en línea (Nuñez y Miranda, 2020).

B2B: concierne a las transacciones que se dan entre empresas y se logra la venta de productos o servicios (empresa a empresa) (Nuñez y Miranda, 2020).

C2C: alude a que los clientes venden bienes o servicios directamente a otros clientes, como por ejemplo en el caso de las plataformas de subastas en línea que permiten a los usuarios vender bienes usados, en este caso es de consumidor a consumidor (Nuñez y Miranda, 2020).

C2B: concierne a que los consumidores producen bienes o servicios, y las empresas los adquieren, lo antes mencionado se muestra por ejemplo en el caso de los influencers que ofrecen sus servicios a las empresas para promocionar productos (consumidor a empresa) (Nuñez y Miranda, 2020).

## **B) Medios de pago**

Los instrumentos, canales o formas utilizadas para realizar transacciones financieras y liquidar pagos entre partes que participan en una compra o intercambio de bienes y servicios se denominan medios de pago. Estos métodos facilitan la transferencia de valor entre el comprador y el vendedor, así mismo existen varios tipos de medios de pago, cada uno con sus propias características y grados de aceptación en diferentes situaciones (Nuñez y Miranda, 2020).

Desde el punto de vista de Troya et al. (2019) La conveniencia, la seguridad, la aceptación en el lugar de la transacción y las preferencias de las partes involucradas son factores que afectan la elección del medio de pago, por lo tanto, la variedad de medios de pago permite a las personas y empresas elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades y preferencias. De manera que se tiene por indicadores:

Depósitos en cuenta: se refiere al acto de depositar dinero en un banco en una cuenta financiera. Este procedimiento consiste en mover fondos a una cuenta específica de un individuo o entidad en una institución financiera desde una fuente externa, como efectivo, cheques u otros instrumentos financieros.

Transferencias bancarias: movimientos electrónicos de fondos entre cuentas bancarias, facilitados por sistemas de banca en línea o aplicaciones móviles.

Tarjetas de crédito y débito: las tarjetas de crédito permiten a los titulares realizar compras a crédito, acumulando un saldo que debe pagarse en una fecha posterior, generalmente con intereses si no se paga en su totalidad, no obstante, las tarjetas de débito están vinculadas a una cuenta bancaria del titular y se pueden usar para pagar directamente o retirar efectivo en cajeros automáticos. El valor de la transacción se calcula directamente de la cuenta.

De la misma manera el autor, da a conocer los componentes claves del marketing digital:

**Sitio web:** refiere al lugar donde se sube la información necesaria para empezar algún tipo de comercio, y dar a conocer su servicio o producto.

**Redes sociales:** son las redes que se encuentran en tendencia, las cuales permiten interactuar para que puedan promocionar sus productos o servicios de manera online.

**Publicidad en línea:** Estos anuncios se dirigen a audiencias específicas y pueden ser una forma efectiva de aumentar la visibilidad y las conversiones.

**SEO:** este implica mejorar el contenido y la estructura de un sitio web para que aparezca en los resultados de los motores de búsqueda, lo que aumenta la visibilidad orgánica y la clasificación en línea.

**Marketing de contenidos:** Esto implica crear contenido el cual sea impactante para el consumidor, que llame su atención mediante colores, formas e información que el cliente se encuentre requiriendo.

### **C) Cumplimiento tributario**

Con base a Trujillo (2022) menciona que los contribuyentes deben cumplir con sus responsabilidades fiscales y tributarias según las leyes y regulaciones establecidas por la autoridad fiscal de un país. Esto incluye la presentación de declaraciones de impuestos, el pago oportuno de los tributos debidos, la correcta documentación de las transacciones financieras y el cumplimiento de otros requisitos tributarios, como la retención de impuestos en nombre de terceros (Palacios y Sánchez, 2019).

El cumplimiento tributario es fundamental para garantizar que un país obtenga los ingresos necesarios para financiar servicios públicos y programas gubernamentales, y su importancia radica en el hecho de que contribuye al funcionamiento adecuado de la economía y el estado (Bada, 2020).

### **2.2.2. Recaudación tributaria.**

A razón de Fernández y Padilla (2023) la recaudación tributaria se refiere al proceso mediante el cual un gobierno colecta ingresos o fondos para financiar sus operaciones y programas a través de la recaudación de impuestos y otros tributos.

Estos impuestos pueden incluir el impuesto sobre la renta, el impuesto al valor agregado (IVA), impuestos a la propiedad, impuestos a las ganancias corporativas y otros gravámenes; en efecto la recaudación tributaria es una fuente fundamental de ingresos para los gobiernos y se utiliza para financiar servicios públicos, infraestructura, programas sociales y otras actividades gubernamentales (Palacios y Sánchez, 2019).

#### **2.2.2.1. Importancia de la recaudación tributaria.**

Desde la opinión de Palacios y Sánchez (2019) La recaudación tributaria es de suma importancia para el funcionamiento de un país y tiene varios impactos significativos:

**Financiamiento del Gobierno:** Los ingresos tributarios son la principal fuente de financiamiento de los gobiernos. Estos ingresos se utilizan para proporcionar servicios públicos esenciales como educación, atención médica, infraestructura, seguridad y servicios sociales. Sin una recaudación tributaria adecuada, el gobierno no podría funcionar y brindar estos servicios.

**Redistribución de la Riqueza:** Los impuestos permiten una redistribución de la riqueza. Los gobiernos pueden utilizar sistemas fiscales progresivos para gravar más a quienes tienen ingresos más altos y proporcionar asistencia a quienes tienen menos ingresos. Esto contribuye a reducir la desigualdad económica.

**Control de la Inflación:** Los ingresos fiscales ayudan a controlar la inflación al regular la cantidad de dinero en circulación. Cuando los gobiernos recaudan más de lo que gastan, pueden retirar dinero de la economía, lo que puede ayudar a prevenir la inflación descontrolada.

**Estabilidad Económica:** La recaudación tributaria también puede utilizarse para estabilizar la economía. Los gobiernos pueden aumentar los impuestos durante los períodos de crecimiento económico y reducirlos durante las recesiones para estimular la demanda agregada y estabilizar la economía.

**Promoción de la Inversión Pública:** Los ingresos tributarios permiten la inversión en infraestructura, investigación y desarrollo, y otros proyectos de interés público que pueden estimular el crecimiento económico a largo plazo.

**Cumplimiento de Obligaciones Internacionales:** Los gobiernos también utilizan los ingresos fiscales para cumplir con sus obligaciones internacionales y pagar deudas. Esto es fundamental para mantener la confianza en los mercados financieros y en la economía en general.

**Provisión de Bienes y Servicios Públicos:** La recaudación tributaria es esencial para financiar la provisión de bienes y servicios públicos, como educación, atención médica, transporte público, seguridad, protección del medio ambiente y más. Estos servicios son fundamentales para el bienestar y la calidad de vida de la población.

**Fortalecimiento del Estado de Derecho:** La recaudación tributaria contribuye al fortalecimiento del Estado de Derecho, ya que implica que los ciudadanos y las empresas cumplen con sus obligaciones fiscales. Esto promueve un entorno de cumplimiento de las leyes y regulaciones.

En resumen, la recaudación tributaria es un pilar fundamental de la economía y el funcionamiento del gobierno. Contribuye a la provisión de servicios públicos, la redistribución de la riqueza, la estabilidad económica y el cumplimiento de las obligaciones internacionales. La eficiencia y equidad en la recaudación de impuestos son cruciales para el bienestar económico y social de un país.

## **Comprobantes de pago**

Los comprobantes de pago son registros escritos que confirman una transacción económica entre dos partes. Estos documentos contienen detalles específicos sobre la operación, como el importe, la fecha, los participantes y los artículos o servicios involucrados. La forma de los comprobantes de pago puede variar según el tipo de transacción y las regulaciones locales, pero suelen incluir información como el nombre y la dirección del emisor y del receptor, la descripción de los productos o servicios adquiridos, el importe pagado y los impuestos correspondientes. Estos registros son esenciales para mantener un registro preciso de las transacciones y pueden ser utilizados como prueba en caso de disputas legales o auditorías. Algunos ejemplos comunes de comprobantes de pago son las facturas, recibos, boletas de venta y tickets de compra.

### **Emisión de los comprobantes de pago**

Cuando se trata de la venta de bienes muebles en el país, realizada a través de Internet y donde el pago, ya sea parcial o total, se efectúa antes de la entrega del bien:

a) La obligación tributaria del IGV surge en la fecha en que se recibe el pago y por el monto recibido.

b) Esta obligación se genera incluso si no se ha emitido el comprobante de pago en el momento establecido en el Reglamento de Comprobantes de Pago.

c) El comprobante de pago debe ser emitido en la fecha en que se reciba el pago total o cada pago parcial, y por el monto recibido, y debe entregarse junto con el bien.

La infracción contemplada en el numeral 1 del artículo 174° del Texto Único Ordenado (TUO) del Código Tributario, que implica no emitir y/o no proporcionar comprobantes de pago, no abarca la emisión tardía de estos documentos.

### **Sujetos obligados a emitir comprobantes de pago SUNAT**

Las personas naturales que operan negocios o las entidades jurídicas que obtienen ingresos de tercera categoría a través de su actividad económica y cuyos

ingresos las clasifican en el Régimen General (RG), el Régimen Especial de Renta (RER) o el Régimen Mype Tributario (RMT), han sido identificadas por la Sunat como emisores electrónicos mediante una Resolución de Superintendencia. Además, puedes verificar si estás obligado a emitir tus comprobantes de pago de forma electrónica consultando el registro correspondiente.

### **El Sistema de Emisión Electrónica (SEE)**

Se utiliza para generar comprobantes de pago y documentos relacionados desde la plataforma Sunat Operaciones en Línea y la aplicación Sunat. Permite llevar a cabo diversas operaciones como consultar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), emitir Recibos por Honorarios Electrónicos (RHE), así como Facturas Simplificadas, siempre y cuando se realice la identificación correspondiente mediante la clave SOL.

Ventajas:

- La emisión de los documentos es gratuita.
- Los comprobantes de pago y documentos electrónicos tienen validez tributaria.
- La serie es alfanumérica y su numeración es secuencial, generada automáticamente por el sistema.
- La autenticidad del documento emitido desde la plataforma web está garantizada por la Sunat, gracias a los mecanismos de seguridad implementados.
- No es necesario que el emisor electrónico adquiriera un certificado digital, ya que todos los documentos generados en el sistema son firmados digitalmente por la Sunat.

Tipos de comprobantes o documentos que se pueden emitir:

- Factura.
- Boleta de venta.

- Recibo por Honorarios.
- Notas de crédito.
- Notas de débito.
- Comprobante de retenciones.
- Comprobante de percepciones.

### **Desarrollo de la facultad de recaudación tributaria**

En cuanto a este punto, se refiere al proceso gradual y continuo a lo largo de los años, debido a que se tiene lograr la financiación de los gastos públicos para fortalecer la capacidad del estado y promover los servicios e infraestructura básica (Manrique-Cáceres & Narváez, 2020).

### **Determinación de la obligación tributaria**

En Perú, la determinación de la obligación tributaria sigue un proceso establecido por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), que es el ente encargado de la administración y recaudación de impuestos en el país (Código Tributario, 2023)

### **Declaraciones juradas**

Son documentos mediante los cuales los contribuyentes informan a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) sobre su situación tributaria, detallando los ingresos, gastos, patrimonio y demás elementos relevantes para el cálculo de los impuestos que deben pagar. Estas declaraciones son un componente fundamental del sistema tributario y son utilizadas por la SUNAT para determinar la obligación tributaria de los contribuyentes (Código Tributario, 2023).

### **Pagos**

El pago de los impuestos tributarios se realiza de acuerdo con los plazos establecidos por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y las normativas vigentes, por lo que los contribuyentes tienen

la obligación de efectuar los pagos correspondientes a sus obligaciones tributarias en las fechas indicadas para evitar multas e intereses moratorios (SUNAT, 2023).

### **Cobranzas coactivas**

El proceso de cobranza coactiva es una herramienta utilizada por la SUNAT para recuperar las deudas tributarias que los contribuyentes tienen pendientes de pago. Este proceso se lleva a cabo cuando los contribuyentes no cumplen voluntariamente con sus obligaciones tributarias después de los recordatorios y notificaciones correspondientes por parte de la SUNAT (SUNAT, 2023).

### **Regulación especial**

SUNAT (2023) menciona que existen regulaciones especiales para las obligaciones tributarias que pueden aplicarse en determinadas circunstancias o para ciertos tipos de contribuyentes. Estas regulaciones pueden incluir beneficios fiscales, regímenes especiales de tributación o procedimientos simplificados, entre otros aspectos. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de regulaciones especiales de las obligaciones tributarias en Perú:

**Régimen MYPE Tributario:** Este régimen está dirigido a micro y pequeñas empresas (MYPEs) y ofrece beneficios fiscales, como tasas reducidas de impuestos y procedimientos simplificados de cumplimiento tributario, con el objetivo de promover su formalización y desarrollo (SUNAT, 2023).

**Régimen Especial de Renta (RER):** Este régimen permite a ciertos contribuyentes, como pequeños negocios y profesionales independientes, pagar impuestos de manera simplificada, basados en sus ingresos brutos y con tasas impositivas reducidas (SUNAT, 2023).

**Régimen Especial del Impuesto a la Renta de Cuarta Categoría:** Este régimen se aplica a los trabajadores independientes y les permite deducir ciertos gastos relacionados con su actividad, como gastos de movilidad, alquiler de local, entre otros, para calcular su impuesto a la renta de manera más favorable (SUNAT, 2023).

**Regímenes Especiales para el Sector Agrario:** Existen regímenes tributarios especiales para el sector agrario que incluyen beneficios como tasas

impositivas reducidas, deducciones específicas y facilidades de pago, con el fin de promover la actividad agrícola y el desarrollo rural (SUNAT, 2023).

**Beneficios y Exoneraciones Tributarias:** En ciertos casos, se pueden otorgar beneficios fiscales y exoneraciones tributarias a determinados sectores económicos, actividades o regiones del país, con el objetivo de estimular la inversión, la creación de empleo o el desarrollo de zonas específicas (SUNAT, 2023).

### **Tratamiento tributario del IGV**

El IGV es un impuesto indirecto que grava la venta de bienes, la prestación de servicios y la importación de bienes (Llaque, 2022).

Por lo que se tiene lo siguiente:

**Sujeto Pasivo del Impuesto:** Los sujetos pasivos del IGV son los vendedores o prestadores de servicios que realizan operaciones gravadas con el impuesto. Son responsables de calcular, recaudar y declarar el impuesto ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

**Base Imponible:** La base imponible del IGV está constituida por el valor de la venta de bienes o servicios, incluyendo el precio, los tributos y otros conceptos que formen parte del valor de la operación. En el caso de la importación de bienes, la base imponible está constituida por el valor en aduana de los bienes más los derechos de importación y otros tributos.

**Tasa Impositiva:** La tasa impositiva del IGV es del 18%. Sin embargo, existen algunas excepciones y casos especiales en los que se aplican tasas diferenciadas o se otorgan exoneraciones, como en el caso de ciertos bienes de primera necesidad, medicamentos, entre otros.

**Débito Fiscal:** Es el monto total del IGV que un contribuyente ha cobrado en sus ventas o ha pagado en sus importaciones durante un período determinado. Este monto constituye el impuesto a pagar a la SUNAT.

**Crédito Fiscal:** Es el monto del IGV que un contribuyente ha pagado en sus compras de bienes o servicios destinados a su actividad económica gravada. Este

crédito fiscal puede ser utilizado para compensar el débito fiscal y reducir el monto a pagar al fisco.

**Declaración y Pago del Impuesto:** Los contribuyentes están obligados a presentar declaraciones mensuales o bimestrales, según corresponda, en las cuales detallan las operaciones gravadas realizadas durante el período y calculan el monto del impuesto a pagar. Este impuesto se paga utilizando los formularios y medios de pago establecidos por la SUNAT.

**Comprobantes de Pago:** Los contribuyentes deben emitir comprobantes de pago, como facturas, boletas de venta o recibos por honorarios, en los cuales se detalle el monto del IGV incluido en la operación. Estos comprobantes son utilizados como sustento de las operaciones gravadas y son requeridos por la SUNAT en caso de fiscalización.

#### **- Ámbito de aplicación**

El IGV se aplica a la venta de bienes muebles, la prestación de servicios y la importación de bienes realizadas en el territorio peruano. También se aplican algunas disposiciones especiales para operaciones específicas, como las ventas realizadas a través de sistemas de crédito y las ventas realizadas por no domiciliados (SUNAT, 2024).

#### **- Nacimiento**

El IGV nace en el momento en que se realiza una operación gravada. Esto significa que el impuesto se genera cuando se vende un bien, se presta un servicio o se importa un bien sujeto a este impuesto. El monto del impuesto se determina en función de la base imponible de la operación y la tasa impositiva correspondiente (SUNAT, 2024).

#### **- Declaración**

Los contribuyentes están obligados a presentar declaraciones mensuales o bimestrales, según corresponda, en las cuales detallan las operaciones gravadas realizadas durante el período y calculan el monto del impuesto a pagar. Esta declaración se realiza utilizando los formularios proporcionados por la SUNAT (SUNAT, 2024).

### - **Determinación**

La determinación del IGV se realiza multiplicando la base imponible de la operación por la tasa impositiva correspondiente. La base imponible está constituida por el valor de la venta de bienes o servicios, incluyendo el precio, los tributos y otros conceptos que formen parte del valor de la operación (SUNAT, 2024).

### - **Registro**

Una vez determinado el monto del impuesto a pagar, los contribuyentes deben registrar este impuesto en sus libros contables y en los registros establecidos por la SUNAT. Esto implica llevar un registro detallado de las operaciones gravadas, los montos de IGV cobrados o pagados, así como cualquier otro dato relevante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias (SUNAT, 2024).

#### **2.2.2.2. Dimensiones de la variable.**

##### **A) Procedimiento de fiscalización.**

Según Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2023) el procedimiento de fiscalización se refiere al conjunto de pasos y acciones que realiza una autoridad fiscal o tributaria para verificar y evaluar el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de un contribuyente o empresa. Este proceso tiene como objetivo asegurar que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias, como el pago de impuestos y la presentación de declaraciones fiscales precisas.

El procedimiento de fiscalización generalmente involucra las siguientes etapas:

**Notificación:** La autoridad fiscal notifica al contribuyente que se llevará a cabo una revisión de sus registros y declaraciones fiscales. Esta notificación puede ser de rutina o estar relacionada con un tema específico.

**Recolección de Información:** El fisco recopila información relacionada con las finanzas y operaciones del contribuyente. Esto puede incluir revisar libros

contables, registros financieros, declaraciones de impuestos y otra documentación relevante.

**Análisis de la Información:** Se lleva a cabo un análisis detallado de la información recopilada para identificar posibles irregularidades o incumplimientos fiscales.

**Comunicación con el Contribuyente:** Si se encuentran problemas o discrepancias, se establece comunicación con el contribuyente para discutir los hallazgos y proporcionar la oportunidad de aclarar o corregir cualquier asunto.

**Determinación de Deuda:** Si se confirman incumplimientos fiscales, la autoridad fiscal determina la deuda tributaria pendiente y notifica al contribuyente.

**Sanciones o Multas:** Dependiendo de la gravedad de las irregularidades, se pueden imponer sanciones, multas o intereses sobre la deuda tributaria.

**Recurso y Apelación:** El contribuyente generalmente tiene el derecho de apelar la decisión de la autoridad fiscal si no está de acuerdo con los hallazgos o las sanciones impuestas.

Es importante tener en cuenta que el procedimiento de fiscalización puede variar de un país a otro y puede aplicarse de manera diferente según las leyes y regulaciones fiscales locales. También, las autoridades fiscales suelen tener el poder de realizar auditorías o inspecciones sin previo aviso para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

## **B) Facultad de fiscalización.**

Maravi (2020) indica que la facultad de fiscalización se refiere al poder o autoridad que poseen las entidades gubernamentales, como la agencia tributaria o de ingresos, para llevar a cabo auditorías, inspecciones y revisiones de los registros y declaraciones de los contribuyentes o empresas con el propósito de verificar el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Esta facultad es esencial para garantizar la recaudación de impuestos y el cumplimiento de las leyes fiscales. Permite a la autoridad fiscal:

**Auditar y Revisar:** Realizar auditorías y revisiones detalladas de los registros financieros, contables y fiscales de los contribuyentes.

**Verificar Declaraciones:** Comparar las declaraciones de impuestos presentadas por los contribuyentes con la información recopilada durante la auditoría para detectar posibles discrepancias.

**Identificar Incumplimientos:** Descubrir incumplimientos fiscales, como subdeclaraciones de ingresos, deducciones no autorizadas o evasión de impuestos.

**Imponer Sanciones:** Aplicar sanciones, multas o intereses sobre los contribuyentes que no cumplan con sus obligaciones fiscales.

**Recopilar Información:** Obtener información adicional o documentación necesaria para determinar la deuda tributaria.

**Asegurar la Conformidad:** Asegurarse de que los contribuyentes cumplan con las regulaciones fiscales y paguen los impuestos correspondientes.

Es importante destacar que la facultad de fiscalización debe ejercerse con transparencia y respetando los derechos y garantías de los contribuyentes. Por lo general, las autoridades fiscales están obligadas a notificar a los contribuyentes antes de llevar a cabo una auditoría y deben seguir procedimientos legales específicos. Los contribuyentes tienen derecho a apelar las decisiones de la autoridad fiscal si no están de acuerdo con los resultados de la auditoría.

### **C) Impuestos.**

Son tasas que se tienen que cancelar ante la entidad recaudadora, estos pagos son establecidos por las autoridades fiscales y se basan en varios factores, como los ingresos, el patrimonio, las transacciones, o el uso de ciertos bienes y servicios (Maraví, 2020)

Así mismo, cancelar los impuestos es una parte fundamental como aporte del ciudadano ya que con ello se podrá regularizar las obras paralizadas, servicios públicos, además de la educación, también se podrá mejorar la atención médica, la seguridad, la infraestructura y otros programas y servicios gubernamentales. De tal manera, existe un amplio detalle sobre cada impuesto que se encuentra sujeto

el ciudadano a cancelar, ya que dependerá de la actividad a la que se dedique (Maraví, 2020).

Por lo tanto, los impuestos son una forma de recaudar dinero por parte del gobierno para financiar sus operaciones y proporcionar servicios públicos esenciales. Los sistemas fiscales varían de un país a otro y a menudo se basan en leyes tributarias específicas que determinan quién debe pagar impuestos, cuánto deben pagar y cómo se administran y recaudan estos impuestos (Maraví, 2020).

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **2.3.1. Comercio electrónico**

Se define como el intercambio de bienes, servicios e información a través de Internet u otras redes digitales, abarcando actividades como la compra y venta de productos, servicios financieros y publicidad, realizadas mediante medios electrónicos, asimismo alude a cómo es que los clientes compran productos o servicios que se encuentran requiriendo (Peinado et al., 2023).

#### **2.3.2. Cultura tributaria**

Se refiere al conjunto de conocimientos, valores, actitudes y comportamientos que tanto ciudadanos como organizaciones tienen en relación con el sistema tributario de un país. Esto implica comprender las obligaciones fiscales, cumplir voluntariamente con las leyes tributarias y reconocer la importancia de contribuir al financiamiento de los servicios públicos (Maraví, 2020).

#### **2.3.3. Educación Tributaria**

Consiste en un proceso de enseñanza y aprendizaje que tiene como objetivo promover el conocimiento y la comprensión de los principios básicos del sistema tributario, así como los derechos y obligaciones de los contribuyentes. Su propósito es fortalecer una cultura tributaria sólida y el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales (Palacios y Sánchez, 2019)

#### **2.3.4. Educación Financiera**

Se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades y comportamientos necesarios para administrar de manera efectiva los recursos financieros personales y tomar decisiones financieras informadas. Esto incluye aspectos como el ahorro, presupuesto, inversión y manejo del crédito (Martínez et al., 2021).

### **2.3.5. IGV**

Es un impuesto indirecto que grava el consumo de bienes y servicios en el territorio peruano. Se aplica a la mayoría de las transacciones comerciales y su tasa puede variar según el tipo de bien o servicio (Maraví, 2020).

### **2.3.6. Impuesto a la renta**

Es un impuesto directo que grava los ingresos obtenidos por personas naturales y jurídicas. En el caso de las personas naturales, se grava los ingresos provenientes de su trabajo, negocios, inversiones, entre otros, mientras que, en el caso de las personas jurídicas, se grava las utilidades generadas por la empresa (Maraví, 2020).

### **2.3.7. Infracciones**

Son acciones u omisiones que contravienen las disposiciones legales establecidas en las leyes tributarias, como la falta de pago de impuestos o la presentación de información incorrecta; por lo tanto, se genera cuando un ciudadano realiza comercio, y no cumple con las declaraciones o permisos de funcionamientos, además que no cumpla con la normativa de acuerdo a la ley (Cordero, 2020).

### **2.3.8. Multas**

Son sanciones pecuniarias impuestas por las autoridades tributarias a los contribuyentes que cometen infracciones o incumplen las obligaciones fiscales, con el fin de desalentar el incumplimiento y promover el cumplimiento voluntario de las leyes tributarias (Cordero, 2020).

### **2.3.9. Obligaciones tributarias**

Son los deberes que tienen los contribuyentes de cumplir con las disposiciones establecidas en las leyes tributarias, incluyendo la presentación de

declaraciones, el pago de impuestos y la conservación de registros contables (Palacios y Sánchez, 2019).

### **2.3.10. Redes sociales**

Son plataformas digitales que permiten a los usuarios crear perfiles personales, compartir contenido, interactuar con otras personas y participar en comunidades virtuales, ejemplos populares incluyen Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn (Peinado et al., 2023).

## **Capítulo III. Hipótesis**

### **3.1. Hipótesis**

#### **3.1.1. Hipótesis general.**

La regulación del comercio electrónico por redes sociales impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

#### **3.1.2. Hipótesis específica.**

Las modalidades del comercio electrónico impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

Los medios de pago impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

El cumplimiento tributario impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

### **3.2. Operacionalización de variables**

#### **3.2.1. Variable independiente**

Regulación del comercio electrónico.

#### **3.2.2. Variable dependiente**

Recaudación de impuestos.

#### **3.2.3. Instrumento**

Encuesta – Cuestionario



### 3.2.4. Matriz de operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala de Valoración
<b>Regulación de Comercio Electrónico</b>	Herreros (2019) menciona que la regulación del comercio electrónico consiste en la venta, distribución de productos y/o servicios a través de medios electrónicos, tales como redes sociales, páginas web u otras plataformas virtuales.	La definición operacional de la regulación del comercio electrónico se refiere a establecer un conjunto de normativas, leyes y políticas que gobiernen y controlen las actividades comerciales realizadas a través de medios electrónicos, como internet. Estas regulaciones pueden abarcar aspectos diversos, como la protección de datos personales, la seguridad de las	Modalidades del comercio electrónico	B2C	1	Ordinal
				B2B	2	
				C2C	3	
				C2B	4	
			Medios de pago	Depósitos en cuenta	5	
				Transferencias	6	
				Tarjetas de crédito y debito	7	
			Cumplimiento tributario	Inscripción al RUC	8	
				Comprobantes de pago	9	
				Declaración y pago	10	
					11	
				Percepción de riesgo tributario	12	

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala de Valoración
		transacciones , los derechos del consumidor, la propiedad intelectual, la fiscalidad, entre otros.				
<b>Recaudación de tributaria</b>	Suarez et al. (2020) quien indica que la recaudación tributaria se refiere al proceso de cobro que realiza una entidad estatal de parte de los contribuyentes , siendo llevado a cabo por el área tributaria de la institución	La definición operacional de la recaudación tributaria se refiere al proceso mediante el cual un gobierno o entidad fiscal recopila los ingresos provenientes de impuestos, tasas y contribuciones obligatorias impuestas a individuos, empresas u otras entidades dentro de su jurisdicción.	Procedimiento de Fiscalización	Notificación	13	
				Requerimientos	14	
				Descargos	15	
		Facultad de fiscalización	Acceso a la información	16		
			Protección de datos	17 y 18		
			Discrecionalidad	19 y 20		
		Impuestos	Impuesto general a las ventas	21 y 22		
			Impuesto a la renta	23		
			Impuesto predial	24		
<b>Instrumento</b>				Encuesta - Cuestionario		

**Nota:** Adaptado de las investigaciones de Bobadilla, K. (2019) y Atachahua, W. (2020).

## Capítulo IV. Metodología

### 4.1. Método, tipo o alcance de investigación

#### 4.1.1. Método

Se consideró al método cuantitativo, la cual se basa en los niveles correlaciones utilizando procesos estadísticos y numéricos que aporten con exactitud y objetividad en las mediciones que se requieren, además de que este método no alberga valoraciones subjetivas ni por disposición externa a lo cuantitativo (Hernández y Mendoza, 2018).

#### 4.1.2. Tipo o alcance

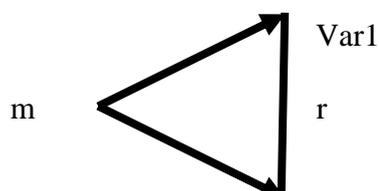
La presente investigación fue de tipo básica, donde Mamani (2019) la define como aquella indagación que se enriquece con bases teóricas, definiciones entre otros, también es conocida como investigación pura.

Del mismo modo manifestó un nivel descriptivo, el cual se caracteriza fundamentalmente por enfocarse a establecer una relación entre dos variables, siendo esta estadística ya que no intenta establecer una relación de causalidad (Mendevil et al., 2020).

### 4.2. Diseño de la investigación

Asimismo, se tuvo un diseño no experimental, el cual es definido según Vizcaíno et al. (2023) como el diseño que consiste en la no manipulación deliberada de variables ni aplicación de tratamientos a los sujetos en estudio, en cambio, se observan y recopilan datos sobre los sujetos en su entorno natural.

Además, fue de corte transversal, porque la investigación se desarrollará considerando al periodo 2023; por lo tanto, es aquella que se caracteriza por recopilar datos de una población o muestra en un punto específico en el tiempo, sin seguimiento a lo largo del tiempo; en otras palabras, se obtiene información de diferentes individuos o elementos de estudio en un solo momento, lo que permite analizar y comparar diversas variables en ese instante (Arias, 2021).



Var2

Donde:

m= Muestra de estudio

Var1= Regulación del comercio electrónico

Var2= Recaudación de IGV

r= Relación de Var1; Var 2

### **4.3. Población y muestra**

#### **4.3.1. Población.**

Hernández et al. (2014) refiere que la población representa a todos los involucrados en el estudio, es a los individuos que cumplen con ciertos criterios y son objeto de estudio en una investigación específica. Esta población puede variar de acuerdo al enfoque de la investigación. Puede ser una población finita o una población infinita.

Por lo tanto y según el **CAPECE** (2023) indica que para este año los negocios de e commerce superaron los 300 mil en el Perú creciendo exponencialmente (+30%) a comparación del último año 2022, de los cuales el 95% de transacciones se concentra en la capital y sus distritos siendo uno de ellos el distrito de San Miguel como uno de los de mayor demanda de compras online (MuniSanMiguel, 2022).

#### **Criterios de inclusión**

Se utilizaron como criterios de inclusión en la muestra a todos los individuos mayores de edad de cualquier sexo que hayan utilizado herramientas del e-commerce para poder comercializar sus productos en plataformas de redes sociales durante el período determinado del año 2023.

#### **Criterios de exclusión**

Así mismo, se excluyeron de la población y muestra a personas menores de edad y todos aquellos que no han utilizado herramientas del e-commerce para comercializar unidades de negocio.

### **Características de la población**

- **Edad entre 20 a 35 años**, ya que la tecnología y el comercio electrónico a menudo atraen a personas más jóvenes que están familiarizadas con las herramientas digitales, lo cual aprovechan para la venta de textiles.

- **Flexibilidad**, tienen la capacidad de adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y a las demandas de los clientes, ajustando su oferta de productos según sea necesario.

- **Capacidad de adaptación a las tendencias de la moda**, son capaces de adaptarse rápidamente a estos cambios y ofrecer productos que estén en línea con las últimas tendencias Limeñas principalmente.

- **Conexiones en la industria**, los emprendedores textiles tienen conexiones con proveedores de materias primas, fabricantes y otros actores clave en la industria textil tanto interdistrital (no solo en Ate Vitarte), así como interregional.

#### **4.3.2. Muestra**

A criterio de Vizcaíno et al. (2023) se define como el subconjunto representativo de la población total para ser estudiado en lugar de toda la población.

La presente investigación consideró una muestra a conveniencia donde, fue conformada por 20 sujetos de estudio, quienes administraron negocios con la dinámica e commerce.

#### **4.4. Técnica e instrumento de recolección de datos**

Como técnica se utilizó como recolección de datos se utiliza a la encuesta, el cual es definido por Barrios y Delgado (2020) donde afirman que una encuesta es un método utilizado para obtener información sistemáticamente a través de la

formulación de preguntas estandarizadas a una muestra representativa de individuos o grupos con el objetivo de obtener datos sobre sus opiniones, actitudes, creencias, comportamientos u otras características relevantes.

Como instrumento de recolección de datos se realizó un cuestionario, el cual es definido por Barrios y Delgado (2020) como aquel documento que concierne a recopilar información para investigar un tema en particular, de manera que se realizan preguntas según la variable estudiada, dichas preguntas siguen una estructura además pueden ser de naturaleza cerrada, donde se proporcionan opciones de respuesta predefinidas para que los encuestados elijan, o de naturaleza abierta, donde los encuestados pueden ofrecer respuestas en sus propias palabras.

De tal manera, los instrumentos fueron elaborados bajo la escala Likert conteniendo 12 ítems para cada variable, es decir, 12 para la regulación del comercio electrónico y 12 para la recaudación tributaria, los cuales fueron aplicados a los participantes seleccionados para la muestra de la investigación.

En cuanto a la validación de los instrumentos de recolección de datos, se encontrará validada por expertos en las variables de la indagación, con el fin de que se pueda aplicar a los participantes, y con ello, obtener la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

#### **4.5. Técnicas de análisis de datos**

Se emplearon en el software estadístico SPSS, se procedió a realizar dos análisis el primero es un descriptivo, en el cual se plasmó las valoraciones de las variables y las dimensiones para conocer en qué nivel se encuentran, así mismo se considera dentro del análisis cuantitativo los estadísticos de confiabilidad donde se midieron el nivel del Alpha de Cronbach, para saber la fiabilidad del instrumento, de igual manera los estadísticos de normalidad, donde se determinó la distribución normal o no normal según las variables y dimensiones, se escogió el análisis de kolmogorov o shapiro dependiendo de dicho resultados los cuales en su mayoría deberían aceptar el criterio del menos 0,050, además se consideró que el número de la muestra de investigación es de 20 sujetos de estudios, menores al criterio de 50 el cual debería ser el correcto verificando con los resultados de normalidad,

luego de esto se identificó el coeficiente de correlación, y se detalló el análisis de contrastación de hipótesis para poder ejecutar el rechazo o aceptación de la Ho en las relaciones de las dimensiones y variables, llegando así a brindar una mejor conclusión de la investigación en base a las respuestas con fundamento estadístico.

Una vez identificada la prueba de correlación adecuada para las distribuciones observadas, se procedió a desarrollar ésta en las variables y dimensiones de acuerdo con los objetivos del estudio, respondiendo a cada uno de estos, de modo que se obtenga información adecuada para la obtención de conclusiones y recomendaciones consistentes y óptimas.

## **Capítulo V. Resultados**

### **5.1. Resultados y análisis**

En este capítulo, se procedió a realizar un análisis descriptivo de las dos variables que se han estudiado en la investigación, siempre teniendo en consideración la base de datos que fue recolectada de la aplicación del instrumento a los sujetos de estudio se detalla lo siguiente:

**Tabla 1**

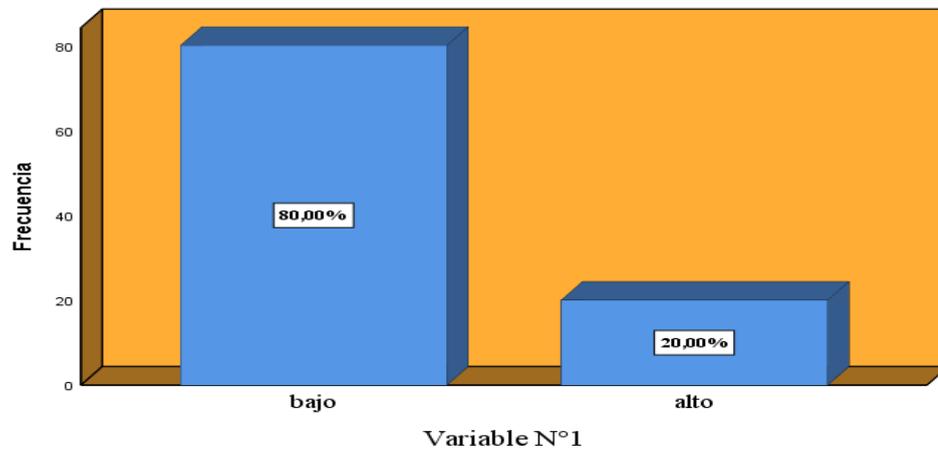
*Valoración de la variable Regulación del comercio electrónico*

<b>Regulación del comercio electrónico</b>			
		f	%
Válido	Bajo	16	80,0
	Alto	4	20,0
	Total	20	100,0

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 1**

*Valoración de la variable Regulación del comercio electrónico*



*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la variable Regulación del comercio electrónico se encuentra en un nivel bajo preponderante con el 80% de percepción del encuestado mientras que solo el 20% opina que se encuentra en un nivel alto, por lo tanto, los participantes que respondieron que se encuentra nivel bajo es porque realizan un comercio electrónico con el propósito de ubicarse en un sector informal y así no cancelar sus impuestos, ya que consideran que no tendrían beneficios sino gastos extras, por lo que ante una posible fiscalización podrían generarse sanciones o multas.

**Tabla 2**

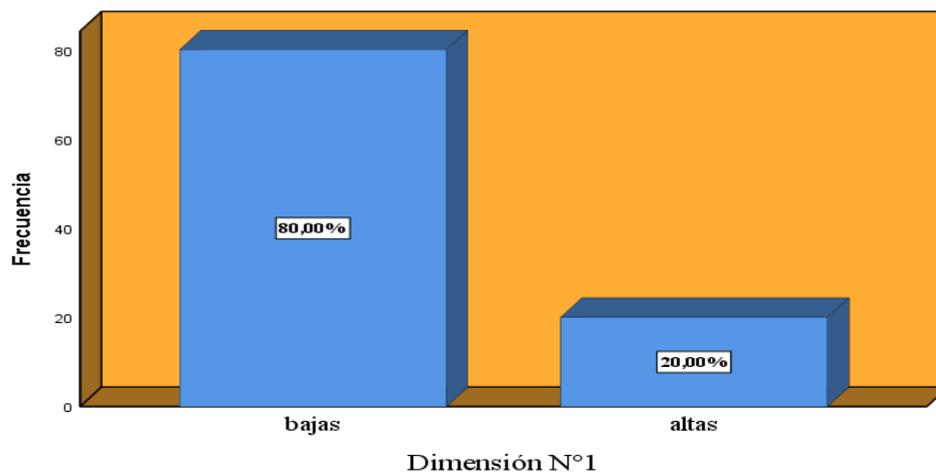
*Primera dimensión Modalidades del comercio electrónico*

<b>Modalidades del comercio electrónico</b>			
		Fr.	%
Válido	Bajas	16	80,0
	Altas	4	20,0
	Total	20	100,0

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 2**

*Primera dimensión Modalidades del comercio electrónico*



*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la primera dimensión modalidades del comercio electrónico se encuentra en un nivel de ventas bajas preponderante con el 80% de percepción del encuestado mientras que sólo el 20% opina que las ventas se encuentran altas, ello debido a que las modalidades del comercio electrónico se ha vuelto un rubro informal ya que se ha generado un nivel alto desde pandemia sobre ventas de diferentes sectores por redes sociales, lo cual hacen que sus ventas sean informales, sin emitir comprobantes a sus clientes.

**Tabla 3**

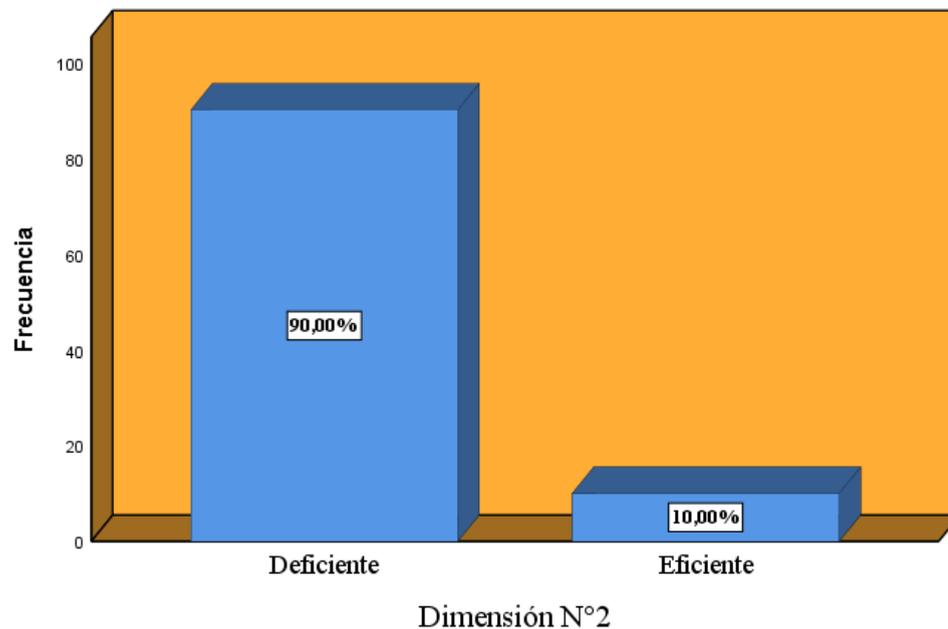
*Segunda dimensión Medios de pago*

<b>Medios de pago</b>			
		f	%
Válido	Deficiente	18	90,0
	Eficiente	2	10,0
	Total	20	100,0

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 3**

*Segunda dimensión Medios de pago*



*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la segunda dimensión medios de pago se encuentra en un nivel deficiente preponderante con el 90% de percepción del encuestado mientras que sólo el 10% opina que se encuentra en un nivel eficiente. Por lo tanto, los participantes consideraron que los medios de pago para los clientes muchas veces no han sido los adecuados por la desconfianza de que sus pedidos no lleguen a su destino, otros porque no contaban con el pos de venta para que puedan utilizar sus tarjetas de crédito.

**Tabla 4**

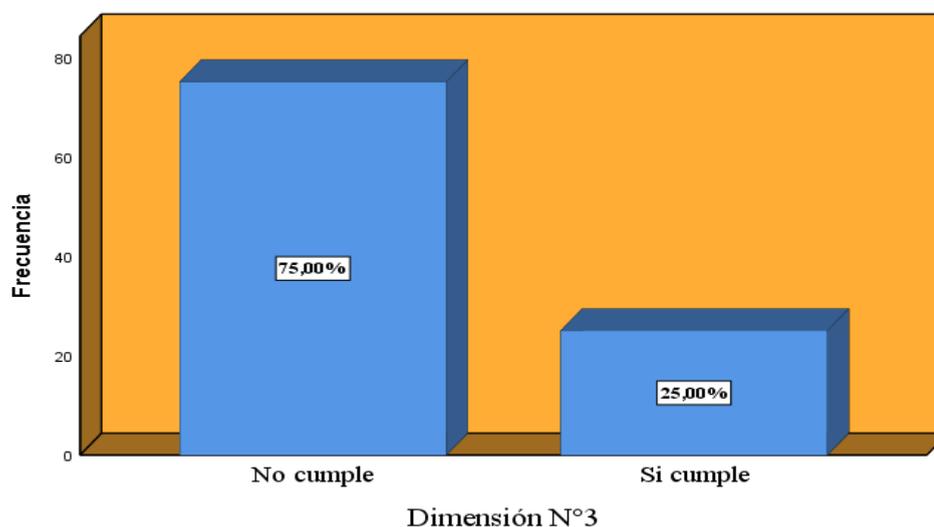
*Tercera dimensión Cumplimiento tributario*

<b>Cumplimiento tributario</b>			
		f	%
Válido	No cumple	15	75,0
	Si cumple	5	25,0
	Total	20	100,0

Nota: Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 4**

*Tercera dimensión Cumplimiento tributario*



Nota: Realizado en el SPSS por las investigadoras.

#### **Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la tercera dimensión cumplimiento tributario se encuentra en un nivel que no cumple preponderante con el 75% de percepción del encuestado mientras que sólo el 25% responde que si cumple con sus deberes tributarios. Por lo tanto, los participantes evidenciaron que no cuentan con un nivel alto de cumplimiento tributario, ya que en su mayoría no se encuentran inscritos en el registro único del contribuyente, sin embargo, por las actividades que realizan deberían de declarar y pagar sus impuestos, generando así una evasión tributaria.

**Tabla 5**

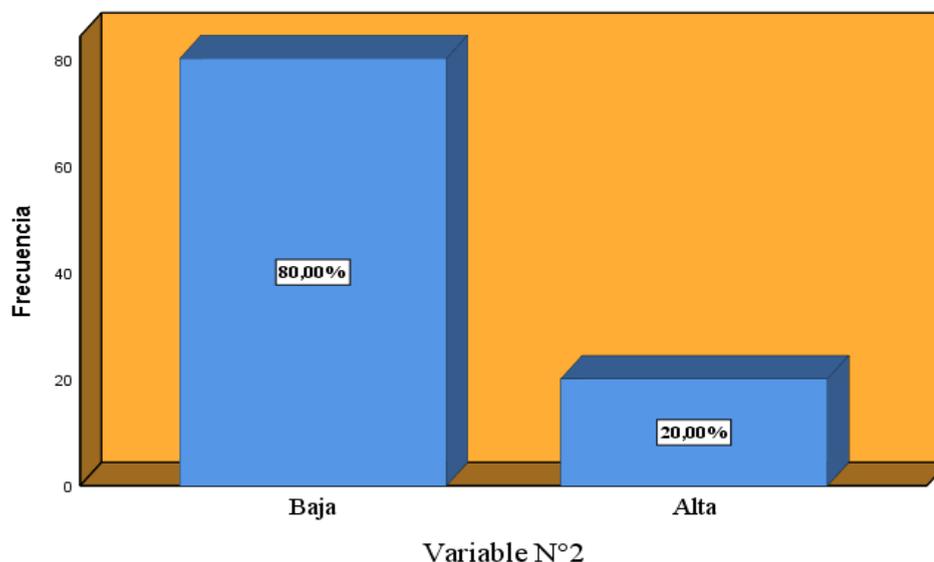
*Valoración de la variable Recaudación de Impuestos*

<b>Recaudación de Impuestos</b>			
		f	%
Válido	Baja	16	80,0
	Alta	4	20,0
	Total	20	100,0

Nota: Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 5**

*Valoración de la variable Recaudación de Impuestos*



Nota: Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la segunda variable recaudación de impuestos se encuentra en un nivel baja preponderante con el 80% de percepción del encuestado mientras que sólo el 20% responde que si existe una alta recaudación de impuestos. Por lo tanto, se encuentra en nivel bajo debido a que no se tiene un adecuado control en los procedimientos de fiscalización, además que la facultad de fiscalización por parte de la SUNAT es limitada ante las actividades que el contribuyente realiza, sin poder controlar los impuestos que deberían cancelar.

**Tabla 6**

*Primera dimensión Procedimiento de fiscalización*

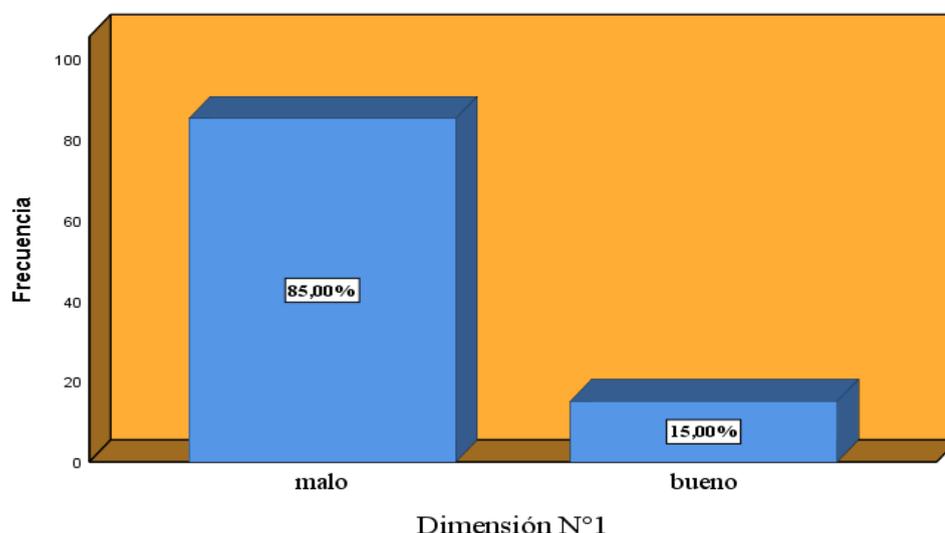
Procedimiento de fiscalización				
		f	%	
Válido	Malo	17	85,0	

Bueno	3	15,0
Total	20	100,0

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 6**

*Primera dimensión Procedimiento de fiscalización*



*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la primera dimensión procedimiento de fiscalización se encuentra en un nivel malo preponderante con el 85% de percepción del encuestado mientras que sólo el 15% considera que si existe un nivel bueno en el proceso de fiscalización. Por lo tanto, los participantes lo ubican en nivel bajo ya que la entidad recaudadora no tiene el suficiente control de todos los contribuyentes informales que existen que se encuentran evadiendo impuestos ya que no todos cuentan con un RUC, por lo que no pueden ser notificados por procedimientos de fiscalización.

**Tabla 7**

*Segunda dimensión Facultad de fiscalización*

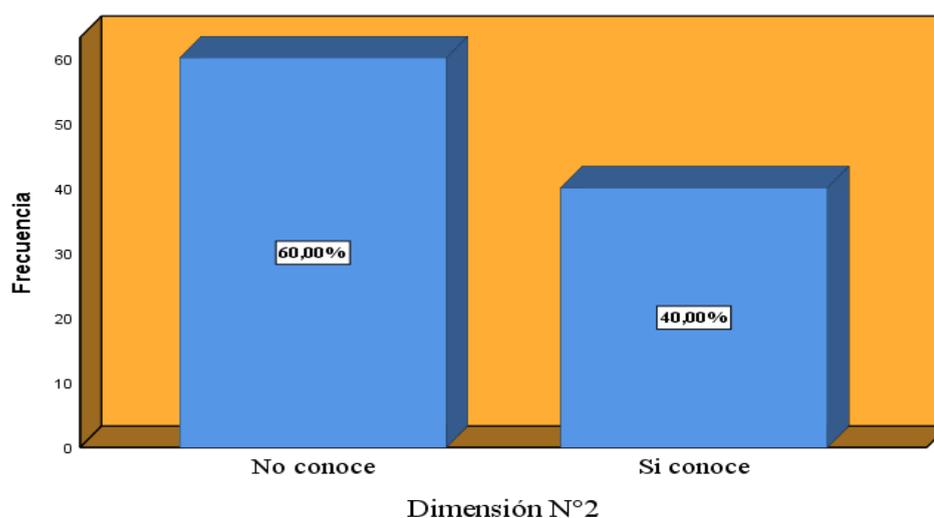
Facultad de fiscalización	
f	%

	No conoce	12	60,0
Válido	Si conoce	8	40,0
	Total	20	100,0

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 7**

*Segunda dimensión Facultad de fiscalización*



*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la segunda dimensión facultad de fiscalización se encuentra en un nivel donde el 60% de percepción del encuestado no lo reconocen mientras que el 40% considera que si conoce la facultad de fiscalización por parte del estado. Ante ello, los participantes indicaron que se encuentran en niveles deficientes ya que los contribuyentes respondieron que no conocen debido a que son temas netamente tributarios que no saben si tienen la facultad de poder revisar o no dichas operaciones sobre los accesos a la información, ventas u otros.

**Tabla 8**

*Tercera dimensión Impuestos*

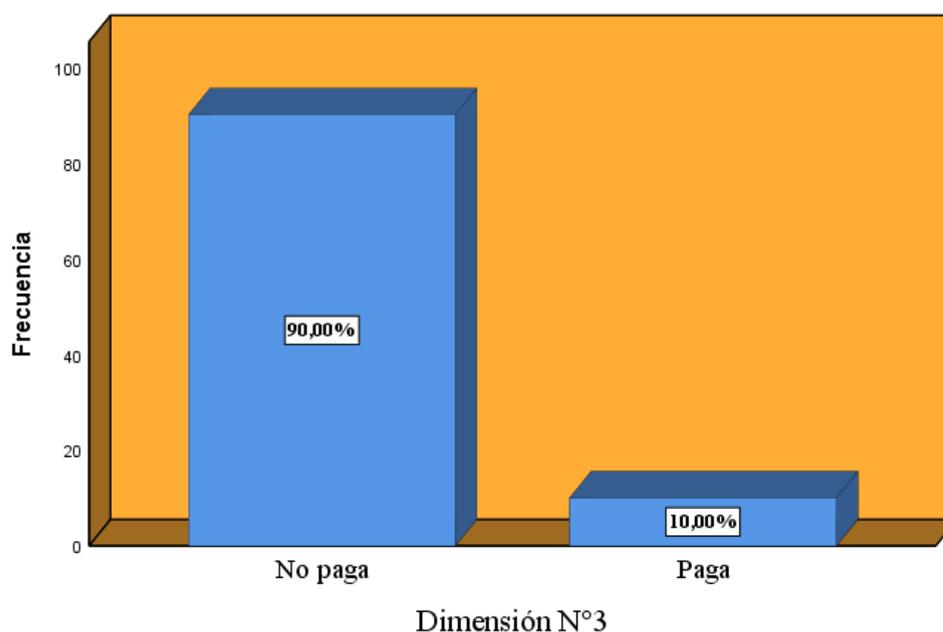
Impuestos	
f	%

	No paga	18	90,0
Válido	Paga	2	10,0
	Total	20	100,0

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Figura 8**

*Tercera dimensión Impuestos*



*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

Podemos evidenciar en la tabla y en la gráfica mostradas, que la valoración de la tercera dimensión impuestos se encuentra en un nivel donde el 90% de percepción del encuestado afirma no pagar impuestos mientras que sólo el 10% afirma que si cumplir con el pago correspondiente de sus impuestos. De tal manera, la mayoría de los participantes no pagan los impuestos ya que no se encuentran registrados en el RUC por lo que evaden impuestos.

Así pues, ya habiendo realizado el análisis inferencial, y con lo explicado en el esqueleto metodológico para llegar a la normalidad, se llegó a considerar el análisis de Shapiro Wilk, el cual se realiza con todo el grupo consignada como la muestra de estudio, en este caso constituida por aquellos participantes que forman

la muestra; 20 sujetos de estudio, por lo que la presente prueba será beneficiosa para poder realizar los objetivos del estudio.

**Tabla 9**

*Pruebas de normalidad*

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D1: Modalidades del comercio electrónico	,372	20	,000	,728	20	,000
D2: Medios de pago	,288	20	,000	,860	20	,008
D3: Cumplimiento tributario	,259	20	,001	,837	20	,003
V1: REGULACION COMERCIO ELECTRONICO	,372	20	,000	,728	20	,000
D1: Procedimiento de Fiscalización	,250	20	,002	,856	20	,007
D2: Facultad de Fiscalización	,372	20	,000	,728	20	,000
D3: Impuestos	,259	20	,001	,813	20	,001
V2: RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO	,361	20	,000	,762	20	,000

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

Tal y como muestra la tabla, evidencia que, tanto para las dimensiones como para las variables, la significancia tiene cifras las cuales se encuentran por debajo del valor promedio (valor < 0.05), lo que quiere decir, que las respuestas recogidas con el cuestionario, no cuentan con una distribución normal, lo que conlleva a utilizar el coeficiente de correlación Rho de Spearman el cual es el idóneo para distribuciones que son no paramétricas.

A continuación, se realizó el análisis de los objetivos para poder darle una respuesta y a su vez conocer si se acepta o rechaza la hipótesis.

**Contrastación de hipótesis**

Ha: La regulación del comercio electrónico impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

H0: La regulación del comercio electrónico NO impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

**Tabla 10**

*Correlación entre regulación de comercio electrónico y la recaudación de impuestos*

			<b>Regulación Comercio Electrónico</b>	<b>Recaudación de impuestos</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Regulación Comercio Electrónico</b>	Coef. de correlación	1,000	,948
		Sig.	.	,000
	<b>Recaudación de impuestos</b>	N	20	20
		Coef. de correlación	,948	1,000
		Sig.	,000	.
		N	20	20

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

La presente tabla manifiesta el resultado de la contrastación de hipótesis ya que los datos muestran un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna, así mismo el nivel de correlación rho de spearman es de 0.948 lo que denota una relación positiva alta entre las variables de estudio, por lo tanto, si se aplica una regulación del comercio electrónico para los contribuyentes, se tiene un impacto directo en la recaudación de impuestos.

**Hipótesis específica 1**

Ha1: Las modalidades del comercio electrónico impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023

H0: Las modalidades del comercio electrónico NO impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023

**Tabla 11**

*Correlación entre las modalidades del comercio electrónico y recaudación de impuestos*

			<b>Las modalidades del comercio electrónico</b>	<b>Recaudación de impuestos</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Las modalidades del comercio electrónico</b>	Coef. de correlación	1,000	,948
		Sig.	.	,000
	<b>Recaudación de impuestos</b>	N	20	20
		Coef. de correlación	,948	1,000
		Sig.	,000	.
		N	20	20

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

### **Interpretación:**

La presente tabla manifiesta el resultado de la contrastación de hipótesis ya que los datos muestran un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna. Así mismo el nivel de correlación Rho de spearman es de 0.948 lo que denota una relación positiva alta entre la variable y la dimensión de estudio, por lo tanto, si se explica con mayor comprensión a los contribuyentes sobre las modalidades que existen del comercio electrónico se va a poder obtener un impacto directo sobre el nivel de recaudación de impuestos, evitando así la evasión tributaria.

### **Hipótesis específica 2**

Ha1: Los medios de pago impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

Ha0: Los medios de pago NO impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes en el Distrito de San Miguel, 2023.

**Tabla 12**

*Correlación entre Los medios de pago y recaudación de impuestos*

			<b>Los medios de pago</b>	<b>Recaudación de impuestos</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Los medios de pago</b>	Coef. de correlación	1,000	,891
		Sig.	.	,000
		N	20	20
	<b>Recaudación de impuestos</b>	Coef. de correlación	,891	1,000
		Sig.	,000	.
		N	20	20

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

**Interpretación:**

La presente tabla manifiesta el resultado de la contrastación de hipótesis ya que los datos muestran un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna. Así mismo el nivel de correlación Rho de spearman es de 0.891 lo que denota una relación positiva alta entre la variable y la dimensión de estudio. De tal manera, si el contribuyente conoce los medios de pago que cuenta o puso a disposición la entidad recaudadora para facilitar los pagos de los impuestos con el único propósito de que se tenga un impacto positivo en el nivel de recaudación de impuestos.

### Hipótesis específica 3

Ha1: El cumplimiento tributario impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

H0: El cumplimiento tributario NO impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.

**Tabla 13**

*Correlación entre cumplimiento tributario y recaudación de impuestos*

			<b>Cumplimiento tributario</b>	<b>Recaudación de impuestos</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Cumplimiento tributario</b>	Coef. de correlación	1,000	,851
		Sig.	.	,000
		N	20	20
	<b>Recaudación de impuestos</b>	Coef. de correlación	,851	1,000
		Sig.	,000	.
		N	20	20

*Nota:* Realizado en el SPSS por las investigadoras.

#### **Interpretación:**

La presente tabla manifiesta el resultado de la contrastación de hipótesis ya que los datos muestran un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna. Así mismo el nivel de correlación Rho de spearman es de 0.851 lo que denota una relación positiva alta entre la variable y la dimensión de estudio. Por lo tanto, al tener esa correlación positiva se tiene que el cumplimiento tributario tiene un impacto directo en la recaudación de impuestos ya que el contribuyente cumple con las declaraciones y pagos de impuestos según lo establecido por la SUNAT.

## 5.2. Discusión de resultados

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, para el objetivo general que fue determinar el impacto entre la regulación del comercio electrónico por redes sociales y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023. Se obtuvo que el 80% de los participantes valora en un nivel bajo a la variable regulación del comercio electrónico, en cuanto a la recaudación de impuestos se obtuvo que de igual forma el 80% fue en nivel bajo. Así mismo, el resultado de la contrastación de hipótesis ya que los datos muestran un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna, así mismo el nivel de correlación rho de spearman es de 0.948 lo cual significa que existe una correlación positiva y significativa.

Lo cual coincide con la investigación de Tamariz (2022) ya que consideró como propósito analizar el nivel de relación entre el comercio electrónico y la evasión de impuestos en pymes que operan por medio de internet. Se encontró que el 46% presenta niveles bajos en la implementación y ganancias en el comercio electrónico, mientras que el 64% evade impuestos en nivel medio, marcando un índice de correlación en nivel bajo y negativo (-.294) entre la implementación tecnológica y la evasión de impuestos, y en niveles generales una significancia de .013, menor al p valor, y en grado de asociación de -.341. por Rho de Spearman.

Para ello Almacho (2020) menciona que, en Ecuador, la venta por servicios digitales para el país fue de 1 226 millones, destacando plataformas como Apple y Amazon, pero con una recaudación deficiente en el pago tributario a la nación ecuatoriana; y en cuanto a la entrevista realizada, postuló que mientras las plataformas de uso no se establezcan en el mismo territorio, no puede darse un seguimiento que muestre realmente la fluctuación de dinero.

Otro autor que coincide es de Ruiz (2022) donde su resultado mostró que el 58% de las microempresas usa herramientas tecnológicas en un nivel “muy bueno”, siendo el más alto, el manejo de factura electrónicas con un 52,1%; mientras que la variable de evasión tributaria se daba en el 15,8% de ellas, incumpliendo en sus

tributos y teniendo defraudaciones tributarias en un 54,9%, alcanzando un nivel de relación de  $-0.879$  entre variables, con una significancia de  $0.000$ .

En cuanto al primer objetivo específico, determinar el impacto entre las modalidades del comercio electrónico y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023, de tal manera, el 80% consideraron que se encuentra en nivel bajo las modalidades del comercio electrónico, además el resultado de la contrastación de hipótesis muestran un  $p$  valor de  $0.000$ , lo que es menor al criterio establecido  $0.05$ , por lo tanto, se rechaza la  $H_0$  nula y se acepta la  $H_1$  es decir la alterna. Así mismo el nivel de correlación Rho de spearman es de  $0.948$  lo que denota una relación positiva alta entre la variable y la dimensión de estudio.

Coincidiendo con la indagación de Briceño (2022) ya que el análisis elaborado se pudo identificar que el conocimiento de formalización fue de un 26,7% sin impacto en el proceso inicial de formar una Mype, mientras que en el proceso se detectó un 6,7%, y en un 20% se dieron las Mypes que se accedieron a conocimientos tributarios y lograron una estabilidad económica, llegando a brindar beneficios laborales en un 6.7%, relacionándose por medio de tablas cruzadas ambas variables y determinando una asociación significativa y positiva.

De tal manera, Brianti y Rivas (2021) menciona que las ganancias en ventas antes del pago de impuestos eran altas, superando los 2,5 millones de pesos argentinos mensuales, siendo creciente las tasas de impuestos por inmobiliario, salud e higiene y en los ingresos brutos, reduciendo a ganancias netas en menos de 2 millones, presentando deudas comerciales a partir del 2018 de hasta 12 millones anualmente, lo que se acumuló en más de 27 millones para finales del 2019.

Así mismo, el comercio electrónico, conocido como e-commerce, es un conjunto de métodos que permiten comprar y vender bienes y servicios a través de Internet. Las modalidades de comercio electrónico permiten a las empresas y consumidores interactuar en el ámbito de las transacciones comerciales de manera segura y eficiente, eliminando barreras físicas y ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios a nivel global (Arroyave et al, 2021).

Para el segundo objetivo específico, determinar el impacto entre los medios de pago y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023, se obtuvo que el medio de pago se encuentra valorado en nivel deficiente en un 90%, por lo que la contrastación de hipótesis muestra un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna. Así mismo el nivel de correlación Rho de spearman es de 0.891.

Ello coincide con Bobadilla (2019) ya que pudo observar que el 64.71% de ellos no emite comprobantes de pago, y de ellos el 70.59% mantiene niveles altos de ingresos y maneja un nivel medio para marketing digital, afirmando por medio de un análisis de tablas cruzadas existir una relación media entre variables. Se concluye la necesidad de mejores gestiones y la expansión del estudio acerca del tema, pues es importante el reconocimiento del cómo se comporta esta forma de comercio y frente ello se puedan tomar medidas con mayores fundamentos.

Además, Núñez y Miranda (2020) menciona que los instrumentos, canales o formas utilizadas para realizar transacciones financieras y liquidar pagos entre partes que participan en una compra o intercambio de bienes y servicios se denominan medios de pago. Estos métodos facilitan la transferencia de valor entre el comprador y el vendedor, así mismo existen varios tipos de medios de pago, cada uno con sus propias características y grados de aceptación en diferentes situaciones

Finalmente para el tercer objetivo específico, determinar el impacto entre el cumplimiento tributario y la recaudación del impuesto de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023, se obtuvo que el 75% de los participantes mencionaron que no cumplen con el pago de sus obligaciones tributarias, de tal manera, el resultado de la contrastación de hipótesis muestran un p valor de 0.000, lo que es menor al criterio establecido 0.05, por lo tanto, se rechaza la H nula y se acepta la H1 es decir la alterna. Así mismo el nivel de correlación Rho de spearman es de 0.851.

Lo cual coincide con la indagación de Atachahua (2020) ya que sus resultados muestran como índices más relevantes en relación a la variable

fiscalización tributaria que el 76% no atendieron los requerimientos en el proceso de fiscalización, el 68% desconoce las posibilidades de acceso a información , mientras que la variable de ventas por comercio electrónico revelaron a un 42% manifestando recabar más atención de clientes por medio digitales (respuestas en “siempre”), añadiendo que solo al 14% le parece un costo alto por este tipo de medio, además de un 18% quienes admitieron no emitir comprobantes de pago por ventas electrónicas y un 15% que nunca paga sus impuestos, plasmándose en base a esos resultados una relación nula entre constructos, teniendo como significancia un 0.123 para el p valor.

Calva (2021) indica que en sus resultados, que las transacciones digitales para el 2019 eran de 24 millones, incrementándose en un 13% para los años anteriores, mientras que las ventas digitales fueron de 13 971 millones de dólares en el mismo año, y las ventas por comercio electrónico fueron de 1 648 millones, siendo portales internacionales los más usados; en cambio la recaudación de impuestos no se ajustó a las cantidades presentadas.

Además, Trujillo (2022) menciona que los contribuyentes deben cumplir con sus responsabilidades fiscales y tributarias según las leyes y regulaciones establecidas por la autoridad fiscal de un país. Esto incluye la presentación de declaraciones de impuestos, el pago oportuno de los tributos debidos, la correcta documentación de las transacciones financieras y el cumplimiento de otros requisitos tributarios, como la retención de impuestos en nombre de terceros.

## Conclusiones

**Primera:** Se concluye que el 80% de los participantes valoran en un nivel bajo a la variable regulación del comercio electrónico, en cuanto a la recaudación de impuestos se obtuvo que de igual forma el 80% fue en nivel bajo, además el coeficiente de correlación fue de 0.948 lo cual significa que existe una correlación positiva y significativa, además se aceptó la  $H_a$  y se rechazó la  $H_0$ .

**Segunda:** Se concluye que el 80% consideraron que se encuentra en nivel bajo las modalidades del comercio electrónico, además el resultado del coeficiente de correlación fue de 0.948 lo que denota una relación positiva alta entre la variable y la dimensión de estudio, además se aceptó la  $H_a$  y se rechazó la  $H_0$ .

**Tercera:** Se concluye que el medio de pago se encuentra valorado en nivel deficiente en un 90%, además el coeficiente de correlación fue de 0.891, además la significancia fue de 0.000, lo cual se genera que se acepte la  $H_a$  y se rechace la  $H_0$ .

**Cuarta:** Se concluye que el 75% de los participantes mencionaron que no cumplen con el pago de sus obligaciones tributarias, por lo que el coeficiente de correlación fue de 0.851, además la significancia fue de 0.000 por lo que se acepta la  $H_a$  y se rechace la  $H_0$ .

## Recomendaciones

**Primera:** Se recomienda brindar capacitaciones a los contribuyentes y nuevos emprendedores respecto a las obligaciones que se encuentran afectos y que deben cumplir, a pesar de contar con algún negocio online, por lo tanto, os comerciantes como los consumidores deben recibir educación y capacitación sobre sus obligaciones tributarias en el comercio electrónico. Los gobiernos y las organizaciones relevantes pueden proporcionar recursos y programas de capacitación para ayudar a las partes interesadas a comprender y cumplir con las regulaciones tributarias aplicables.

**Segunda:** Se recomienda seleccionar una estructura comercial adecuada, ya que como empresa individual, sociedad, corporación u otra forma legal, es crucial elegir la estructura comercial adecuada. Cada estructura tiene implicaciones diferentes en cuanto a responsabilidad legal, tratamiento fiscal y requisitos de cumplimiento.

**Tercera:** Se recomienda registrar y documentar de manera precisa, ya que es importante llevar un registro detallado y preciso de todas las transacciones comerciales, incluidos los ingresos y los gastos, mantén una documentación adecuada, como facturas, recibos y registros contables, que respalde tus declaraciones de impuestos.

**Cuarta:** Se recomienda aprovechar las deducciones y créditos fiscales ya que ello puede mejorar la utilización de los beneficios tributarios, además cumplir con las presentaciones oportuna de las declaraciones de los impuestos respetando los plazos establecidos para evitar multas y sanciones.

## Referencias

- Almachi, D. (2020). *Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato].  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10123/1/Am%c3%a1n%20Hua%2c%20A.%282022%29%20Comercio%20Electr%c3%b3nico%20y%20su%20impacto%20en%20las%20recaudaciones%20tributarias%20del%20Ecuador%2c%20periodo%202019.pdf>
- Amán, A. (2022). *Comercio electrónico y su impacto en las recaudaciones tributarias del Ecuador, periodo 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo].
- Arias, J. (2021). *Proyecto de tesis Guía para la elaboración*. Arequipa: Agro cursos.  
[https://www.researchgate.net/publication/350072280\\_Proyecto\\_de\\_Tesis\\_guia\\_para\\_la\\_elaboracion](https://www.researchgate.net/publication/350072280_Proyecto_de_Tesis_guia_para_la_elaboracion)
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*.  
<http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la Investigación*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Arroyave, K., Cevallos, V., Ponce, S., & Parrales, M. (2021). E-commerce: experiencias de usuarios en sus compras por internet. *Revista publicando*, 8(1), 1 - 10.  
<https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2246>
- Atchahua, W. (2020). *Fiscalización tributaria y comercio electrónico en las redes sociales - provincia de Coronel Portillo, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Ucayali].  
[http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5572/B4\\_2023\\_UNU\\_CONTABILIDAD\\_T\\_2022\\_WALDIR\\_ATACHAHUA.pdf?sequence=3](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5572/B4_2023_UNU_CONTABILIDAD_T_2022_WALDIR_ATACHAHUA.pdf?sequence=3)
- Bada, Y. (2020). *PLANEAMIENTO TRIBUTARIO Y SU INCIDENCIA EN EL PAGO DEL IGV Y LA RENTA EN MINERÍA Y CONSTRUCCIÓN HERMANOS CERNA SAC – 2018*.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7366/Bada%20Loloy%20Yoel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Barrios, E., & Delgado, U. (2020). Diseño y validación del cuestionario "Actitud hacia la investigación en estudiantes universitarios". *Revista Innova Educación, vol. 2, no 2*, 280-302.
- Bobadilla, K. (2019). *Las ventas online y su recaudación de impuestos en la ciudad de Huaraz, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de los Ángeles Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15553/IMPUESTO\\_RECAUDACION\\_BOBADILLA\\_SALAS\\_KATERIN\\_GLORIA.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15553/IMPUESTO_RECAUDACION_BOBADILLA_SALAS_KATERIN_GLORIA.pdf?sequence=1)
- Brianti, J., & Rivas, F. (2021). *Pymes en Argentina, Evasión Fiscal & Presión Fiscal en una era digital*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín].  
<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1754/1/TFPP%20EEYN%20021%20BJC-RFM.pdf>
- Briceño, Y. (2022). *Nivel de conocimiento del régimen MYPE tributario y su impacto en la formalización de empresas del sector textil, La Victoria, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola].  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0d7e1e3b-d666-4c78-8191-301f395c9802/content>
- Briones, J., & Bailón, W. (2021). Comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador del 2012 - 2021. *Revista Científica*. <https://www.cienciaecuador.com.ec/index.php/ojs/article/view/99>
- Calva, D. (2021). *El comercio y su impacto tributario en el sector Retail de Ecuador, 2018*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Machala].  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/18094/1/TT%20tesis%20titulacion%20impacto%20tributario%20comercio%20electronico%20Diana%20Calva%20.pdf>
- Camarena, R. (2019). Comentarios para modernizar el régimen del impuesto general a las ventas en el Perú en el Marco de la Economía Digital: La experiencia de la comunidad Europea y el inmaduro régimen peruano. *Revista Consultora Independiente, 76*, 271-290.  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/download/22642/21803/>

- CAPECE . (2023). *Cámara Peruana de Comercio Electronico* . capece.org.pe:  
[https://capece.org.pe/wp-content/uploads/2023/11/00OBSERVATORIO-ECOMMERCE-2023-V.Final\\_.pdf](https://capece.org.pe/wp-content/uploads/2023/11/00OBSERVATORIO-ECOMMERCE-2023-V.Final_.pdf)
- Cerón, E., Tecocha, R., Soto, S., & Villafuerte, A. (2022). Comercio electrónico y la actitud frente a la evasión tributaria de las empresas, Provincia San Martín, 2021 . *Revista Sapienza*, 3(1), 336-353.  
<https://journals.sapienzaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/download/175/112>
- Céspedes, J. (2019). Ventas y marketing en entornos empresariales basados en Internet de las Cosas. *InnovaG*, 1(5), 31 - 40.  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/21293>
- Código Tributario. (2023). Texto Completo Único Ordenado del Código tributario. SUNAT. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/>
- Cordero, E. (2020). EL PLAZO EN LA PRESCRIPCIÓN DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS ANTE EL PRINCIPIO DE PROPORCIONALIDAD. *Revista chilena de derecho*, 47(2), 1 - 10.  
[https://doi.org/https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34372020000200359&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://doi.org/https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34372020000200359&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Corrales, J., Ruiz, C., & Angulo, M. (2019). Evaluación de impacto del comercio electrónico en las ventas de las pymes en colombia: un análisis econométrico. *Clío América*, 13(26), 328 - 339.  
<https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/3558>
- Durán, Y., Briceño, C., & Montilla, A. (2021). Aplicación de la ley del impuesto al valor agregado en las operaciones de comercio electrónico . *Revista Forum Empresarial* , 26(1), 1-33.  
<https://www.redalyc.org/journal/631/63169773001/html/>
- Faúndez, A., Vidal, Á., Olgún, A., & Molina, F. (2021). Tributación en la economía digital: Propuestas impulsadas por la OCDE y el impacto frente a los principios rectores de todo sistema tributario. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(1), 9-28. <https://www.scielo.cl/pdf/rchdt/v10n1/0719-2584-rchdt-10-1-00009.pdf>

- Fernández, L., & Padilla, M. (2023). PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA PARA OPTIMIZAR LOS INDICES DE RENTABILIDAD DE LA COMPAÑIA PRAME ORGANIC'S E.I.R.L. CHICLAYO 2021.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10721/Fernandez%20Delgado%20Leslie%20&%20Padilla%20Ramos%20Monica.pdf?sequence=11>
- García, C., Martínez, G., Silva, F., & Guzmán, C. (2020). Análisis a la propuesta de la aplicación del impuesto al valor agregado al comercio electrónico en México. *Revista ciencias de la documentación*, 6(1), 1 - 18.  
<https://bkp.cienciasdeladocumentacion.cl/gallery/art%206%20v016ene2020.pdf>
- García, C., Martínez, G., Silva, F., & Guzmán, C. (2020). Análisis a la propuesta de la aplicación del impuesto al valor agregado al comercio electrónico en México. *Revista Ciencias de la Documentación*, 6(1), 79-92.  
<https://bkp.cienciasdeladocumentacion.cl/gallery/art%206%20v016ene2020.pdf>
- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, C., & Arias, J. (2023). *Metodología de la investigación*. Editorial Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *www.esup.edu.pe/*. Metodología de la Investigación Científica:  
<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education.  
<https://bit.ly/42oLPJn>
- Herrera, C. (2023). El comercio electrónico es un motor de impulso para la economía peruana. *El comercio electrónico es un motor de impulso para la economía peruana*. <https://lacamara.pe/el-comercio-electronico-es-un-motor-de-impulso-para-la-economia-peruana/>

- Herreros, S. (2019). Comercio Internacional. *CEPAL*.  
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/59d5ab63-4698-4da1-ac9c-f081e94f0de2/content>
- Llaque, F. (2022). Control de las prácticas de evasión en el IGV: a propósito del decreto legislativo N ° 1532 sobre los sujetos sin capacidad operativa (SSCO). *Revista del instituto aduanero y tributario*, 1(2), 37 - 44.  
<https://revistas.sunat.gob.pe/index.php/tya/article/view/21/5>
- Malpartida, O., Román, V., & Salas, H. (2021). Impacto del comercio electrónico en la gestión de ventas en el Emporio Comercial de Gamarra (Lima-Perú), 2021. *Revista de investigación en ciencias sociales y humanidades*, 10(2).  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9030576.pdf>
- Mamani, Y. (2019). *Introducción a la metodología de la investigación 2021*. Cochabamba, Bolivia. [https://www.researchgate.net/profile/Yercin-Mamani-Ortiz/publication/353246749\\_INTRODUCCION\\_A\\_LA\\_METODOLOGIA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACION\\_2021/links/61033fca1ca20f6f86e99c47/INTRODUCCION-A-LA-METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-2021.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Yercin-Mamani-Ortiz/publication/353246749_INTRODUCCION_A_LA_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_2021/links/61033fca1ca20f6f86e99c47/INTRODUCCION-A-LA-METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-2021.pdf)
- Manrique-Cáceres, J., & Narváez, J. (2020). Niveles de recaudación tributaria e inversión pública a nivel departamental en el Perú 2008 - 2017. *Revista Ciencia UNEMI*, 13(33), 108 - 119.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8375326.pdf>
- Maraví, M. (2020). La actividad de fiscalización en el TUO de la LPAG: Revisión del marco legal del OSITRAN. *FORSETI*, 8(11), 84 - 107.  
<https://revistas.up.edu.pe/index.php/forseti/article/view/1258>
- Mendevil, L., Sánchez, A., Cabrera, L., & Bustamante, G. (2020). *Guía académica para elaborar el trabajo de Investigación*. Pontificia Universidad Católica del Perú - Facultad de Educación.
- MuniSanMiguel. (Septiembre de 2022). *munisanmiguel.gob.pe*.  
<https://munisanmiguel.gob.pe/san-miguel-emprendedores-son-reconocidos/>
- Núñez, E., & Miranda, J. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), 1 - 10.  
<https://masd.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2915>

- Palacios, O., & Sánchez, S. (2019). La Planificación Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en la empresa de servicios DC TECH S.A.C. en el periodo 2018.  
[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3763/Oscar%20Palacios\\_Sylvia%20Sanchez\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3763/Oscar%20Palacios_Sylvia%20Sanchez_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Pincay, L. (2021). *Comercio electrónico en tiempos de pandemia COVID - 19 como estrategia de comercialización para las microempresas de la ciudad de Jipijapa*. [Tesis de pregrado, UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ].  
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3465/1/PINCAI%20CEVALLOS%20LISETH%20EVELYN.%20TESIS%20%20COMERCIO%20EXTERIOR.pdf>
- Ramírez, C., Ojeda, L., Margarit, D., Jirón, P., & Imilan, W. (2022). Comercio electrónico mediante WhatsApp Análisis del "Mall Virtual a un Click" desarrollado por migrantes en Chile. *Bitácora Urbano Territorial*, 32(2), 1-10. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-79132022000200101&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-79132022000200101&script=sci_arttext)
- Robles, B. F. (2019). Población y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-247.  
<http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/download/1269/1099>
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2021). *Metodología de la Investigación*. Edicumbre Editorial Corporativa .
- Ruiz, M. (2022). *El uso de herramientas tecnológica y la evasión tributaria de las Mypes en el distrito de Callería, Ucayali, 2022*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Ucayali].  
[http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/6004/B2\\_2023\\_UNU\\_DOCTORADO\\_2022\\_TD\\_MOISES-RUIZ-PEREZ\\_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/6004/B2_2023_UNU_DOCTORADO_2022_TD_MOISES-RUIZ-PEREZ_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sigmond, K. (2018). El comercio electrónico en los tratados de libre comercio de México. *Revista IUS*, 12(41), 1 - 10.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-21472018000100359&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-21472018000100359&script=sci_arttext)

- Soler, S. (2021). Comercio electrónico y marketing digital en tiempos de covid - 19. Análisis en una empresa privada peruana. *Revista Gestión en el Tercer Milenio*, 24(48), 59-66.  
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/articloe/download/21819/17410/75465>
- Suarez, H. M., Palomino, G. d., & Aguilar, C. M. (2020). Gestión de recaudación tributariamunicipal: Una visión cultural. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, vol. 4, no 2, 635-654.  
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/105/91>
- SUNAT. (2022). *Orientación al usuario* . Procedimiento de fiscalización :  
<https://orientacion.sunat.gob.pe/3121-procedimiento-de-fiscalizacion-personas>
- SUNAT. (2023). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*.  
[https://www.google.com/search?q=administraci%C3%B3n+tributaria&oq=administraci%C3%B3n+tributaria&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUyDAgAEEAYFBiHAhiABDIPCAEQRRg5GIMBGLEDGIAEMgclAhAAGIAEMgclAxAAGIAEMgclIBBAAGIAEMgclBRAAGIAEMgclBhAAGIAEMgclBxAAGIAEMgclCBAAGIAEMgclCRAAGIAE0g](https://www.google.com/search?q=administraci%C3%B3n+tributaria&oq=administraci%C3%B3n+tributaria&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyDAgAEEAYFBiHAhiABDIPCAEQRRg5GIMBGLEDGIAEMgclAhAAGIAEMgclAxAAGIAEMgclIBBAAGIAEMgclBRAAGIAEMgclBhAAGIAEMgclBxAAGIAEMgclCBAAGIAEMgclCRAAGIAE0g)
- SUNAT. (2024). Impuesto General a las Ventas.  
<https://emprender.sunat.gob.pe/tributando/declaro-pago/impuesto-general-las-ventas>
- Tamariz, M. (2022). *Comercio electrónico y evasión tributaria en microempresarios de ventas por internet en el distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Ámericas].  
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/2390/1.%20TESIS%20MIRIAN%20YESSENIA%20TAMARIZ%20REYES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Troya, K., Camacho, J., Encalada, G., & Sandoya, L. (2019). El marketing digital en las empresas de Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*,, 4(1), 1 - 10.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368338>

Trujillo, S. (2022). La planificación tributaria como base de sustentabilidad económica financiera de la Asociación de Comerciantes Distribuidores de Huevos Unión Avícola de la Provincia de Tungurahua.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34350/1/T5232i.pdf>

Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9462.

<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

## Apéndice

### Apéndice A. Matriz de consistencia

Matriz de consistencia						
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Ítems	Criterio de valoración
General	General	General	Variable 1:			Escala Dicotómica (Sí - No)
¿De qué manera la regulación del comercio electrónico por redes sociales impactaría en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?	Determinar el impacto entre la regulación del comercio electrónico por redes sociales y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.	La regulación del comercio electrónico por redes sociales impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.	Regulación del comercio electrónico	D1: Modalidades del comercio electrónico	1 – 4	
				D2: Medios de pago	5 – 7	
				D3: Cumplimiento Tributario	8 – 12	
Específicos	Específicos	Específicos	Variable 2:			
¿De qué manera impactaría las modalidades del comercio electrónico en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?	Determinar el impacto entre las modalidades del comercio electrónico y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.	Las modalidades del comercio electrónico impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.	Recaudación de impuestos	D1: Procedimientos de fiscalización	1 – 3	
¿De qué manera impactaría los medios de pago en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?	Determinar el impacto entre los medios de pago y la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.	Los medios de pago impactan significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.		D2: Facultad de Fiscalización	4 – 8	
¿De qué manera impactaría el cumplimiento tributario en la recaudación del impuesto a la venta de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023?	Determinar el impacto entre el cumplimiento tributario y la recaudación del impuesto de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.	El cumplimiento tributario impacta significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas de los contribuyentes domiciliados en el Distrito de San Miguel, 2023.		D3: Impuestos	9 – 12	
METODOLOGÍA						

Método	Cuantitativo
Tipo o Alcance	Básica
Diseño	Descriptivo correlacional
Población	60 comerciantes
Muestra	20 comerciantes - Por conveniencia
Instrumentos	Encuesta - Cuestionario

## Apéndice B. Instrumentos de recolección de datos

### Cuestionario

La presente investigación requiere de la aplicación de los presentes cuestionarios, de tal manera se solicita que se responda de acuerdo a la experiencia en la que se encuentra.

N °	Ítem	Respuesta	
<b>Variable: Regulación del comercio electrónico</b>		<b>Escala Dicotómica</b>	
<b>Dimensión 1: Las modalidades del comercio electrónico</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿La empresa realiza transacciones de manera directa con los consumidores finales?		
2	¿Las empresas emplean comercio electrónico de manera virtual para no cumplir con el pago de impuestos?		
3	¿Las plataformas virtuales forman parte de su canal de ventas?		
4	¿En el comercio electrónico C2B, las empresas pueden responder directamente a las ofertas hechas por los consumidores individuales?		
<b>Dimensión 2: Los medios de pago</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
5	¿Los depósitos han sido de uso eficiente?		
6	¿Las transferencias han sido de uso eficiente, ya sea dentro del mismo banco o entre diferentes instituciones financieras?		
7	¿Las tarjetas de crédito y débito han sido usados de manera eficiente?		
<b>Dimensión 3: Cumplimiento tributario</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
8	¿Se encuentra inscrito en el RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias?		
9	¿Emite comprobantes de pago por sus ventas?		
10	¿Declara y paga sus impuestos?		
11	¿Respeto el cronograma de cancelación de las declaraciones mensuales?		
12	¿Qué tanto tiene la percepción de riesgo tributario?		

N °	Ítem	Respuesta	
<b>Variable: Recaudación de impuestos</b>		<b>Escala Dicotómica</b>	
<b>Dimensión 1: Procedimiento de fiscalización</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
13	¿Alguna vez fue notificado de un procedimiento de fiscalización?		
14	¿Atendió los requerimientos de un procedimiento de fiscalización?		
15	¿Realizó algún descargo en un procedimiento de fiscalización?		
<b>Dimensión 2: Facultad de fiscalización</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
16	¿Conoce que la SUNAT tiene la facultad de acceso a su información?		
17	¿Conoce si la SUNAT puede revisar sus ventas por redes sociales?		
18	¿Conoce si existe una norma que protege sus datos?		
19	¿Sabe si la SUNAT puede dar seguimiento a las actividades online?		
20	¿Conoce la facultad de discrecional de la SUNAT?		
<b>Dimensión 3: Impuestos</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
21	¿Usted realiza pagos del IGV?		
22	¿El pago de IGV se realiza de acuerdo a las ventas mensuales?		
23	¿Usted realiza el pago del impuesto a la renta?		
24	¿Usted realiza el pago del impuesto predial?		

## Apéndice C. Ficha técnica de instrumentos

### FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO

#### A. TÍTULO

REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023

#### B. OBJETIVOS

El siguiente instrumento, tiene como propósito recolectar información de los comerciantes.

#### C. AUTORES

Bobadilla, K. (2019) y Atachahua, W. (2020)

#### D. ADAPTACIÓN

CANAZA HUAHUALUQUE, MILAGROS JESSENIA  
MERCADO CARAVANTES, ERIKA MARLENY  
MORALES RETO, CAROLINA

#### E. ADMINISTRACIÓN

Individual

#### F. DURACIÓN

10 minutos

#### G. SUJETOS DE APLICACIÓN

20 comerciantes del Distrito de San Miguel

#### H. TÉCNICA

- Encuesta / Cuestionario

#### I. PUNTUACIÓN Y ESCALA DE CALIFICACIÓN

Puntuación numérica	Rango o nivel
1	Sí
2	No

## J. DIMENSIONES E INDICADORES

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Modalidades del comercio electrónico	B2C
	B2B
	C2C
	C2B
Medios de pago	Depósitos en cuenta
	Transferencias
	Tarjetas de crédito y débito
Cumplimiento tributario	Inscripción al RUC
	Comprobantes de pago
	Declaración y pago
	Percepción de riesgo tributario
Procedimiento de Fiscalización	Notificación
	Requerimientos
	Descargos
Facultad de fiscalización	Acceso a la información
	Protección de datos
	Discrecionalidad
Impuestos	Impuesto general a las ventas
	Impuesto a la renta
	Impuesto predial

## ENCUESTA – CUESTIONARIO

**FECHA:**

**HORA:**

**INSTRUCCIONES:**

El presente cuestionario tiene como propósito obtener mayor información sobre los participantes.

N °	Ítem	Respuesta	
<b>Variable: Regulación del comercio electrónico</b>		<b>Escala Dicotómica</b>	
<b>Dimensión 1: Las modalidades del comercio electrónico</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿La empresa realiza transacciones de manera directa con los consumidores finales?		
2	¿Las empresas emplean comercio electrónico de manera virtual para no cumplir con el pago de impuestos?		
3	¿Las plataformas virtuales forman parte de su canal de ventas?		
4	¿En el comercio electrónico C2B, las empresas pueden responder directamente a las ofertas hechas por los consumidores individuales?		
<b>Dimensión 2: Los medios de pago</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
5	¿Los depósitos han sido de uso eficiente?		
6	¿Las transferencias han sido de uso eficiente, ya sea dentro del mismo banco o entre diferentes instituciones financieras?		
7	¿Las tarjetas de crédito y débito han sido usados de manera eficiente?		
<b>Dimensión 3: Cumplimiento tributario</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
8	¿Se encuentra inscrito en el RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias?		
9	¿Emite comprobantes de pago por sus ventas?		
10	¿Declara y paga sus impuestos?		
11	¿Respeta el cronograma de cancelación de las declaraciones mensuales?		
12	¿Qué tanto tiene la percepción de riesgo tributario?		

N °	Ítem	Respuesta	
<b>Variable: Recaudación de impuestos</b>		<b>Escala Dicotómica</b>	
<b>Dimensión 1: Procedimiento de fiscalización</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
13	¿Alguna vez fue notificado de un procedimiento de fiscalización?		
14	¿Atendió los requerimientos de un procedimiento de fiscalización?		
15	¿Realizó algún descargo en un procedimiento de fiscalización?		
<b>Dimensión 2: Facultad de fiscalización</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
16	¿Conoce que la SUNAT tiene la facultad de acceso a su información?		
17	¿Conoce si la SUNAT puede revisar sus ventas por redes sociales?		
18	¿Conoce si existe una norma que protege sus datos?		
19	¿Sabe si la SUNAT puede dar seguimiento a las actividades online?		
20	¿Conoce la facultad de discrecional de la SUNAT?		
<b>Dimensión 3: Impuestos</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
21	¿Usted realiza pagos del IGV?		
22	¿El pago de IGV se realiza de acuerdo a las ventas mensuales?		
23	¿Usted realiza el pago del impuesto a la renta?		
24	¿Usted realiza el pago del impuesto predial?		

## Apéndice D. Validez de expertos

### Experto 1



#### Carta de Presentación

Respetado Docente:

**Mg/Dr(a). :**

**DANNY GLORIA HUAMAN ROMERO**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO**

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su colaboración como experto en la validación del presente instrumento, que es parte de la investigación que estamos desarrollando para obtener el grado de Magíster en la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental. Esta acción permitirá recopilar información para fundamentar la tesis titulada:

#### **REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO CERCADO DE LIMA, PERIODO 2023**

Es por ello que le pedimos evaluar el siguiente instrumento, observando la pertinencia y coherencia de los ítems, la relación con los objetivos propuestos en el trabajo, la claridad y objetividad de las preguntas, así como también realizar las observaciones que usted considere pertinente; su opinión constituirá un valioso aporte para esta investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

1. Carta de presentación.
2. Matriz de operacionalización de variables.
3. Matriz de consistencia
4. Reporte de validez de contenido de los instrumentos.
5. Instrumento de aplicación

Agradeciendo su valiosa colaboración.

**Lima, 07 de Diciembre de 2023**

Firma:  
Lic. Milagros Jessenia  
Canaza Huahualuque

Firma:  
Lic. Carolina Morales  
Reto

Firma:  
Lic. Erika Mercado  
Caravantes

(VALIDEZ DE CONTENIDO)

1. DATOS GENERALES

1. **Título de la investigación:** REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACION DEL IGV, DISTRITO CERCADO DE LIMA, PERIODO 2023

2. **Autores de la investigación:** CANAZA HUAHUALUQUE, MILAGROS JESSENIA; MERCADO CARAVANTES, ERIKA MARLENY; Y MORALES RETO, CAROLINA.

3. **Nombre del Instrumento:** CUESTIONARIO SOBRE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO CERCADO DE LIMA, PERIODO 2023.

4. **Nombre del experto:** DANNY GLORIA HUAMAN ROMERO

5. **Área de desempeño laboral:** \_\_\_\_\_

Marque en el recuadro respectivo, si el instrumento a su juicio cumple o no con el criterio exigido:



CRITERIOS			VALORACIÓN		OBSERVACIÓN
			SI	NO	
1	CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y preciso.			
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.			
3	PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia de la Educación.			
4	ORGANIZACION	Existe una organización lógica			
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			
6	ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir.			
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos.			
8	COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.			
9	METODOLOGIA	La estrategia corresponde al propósito de la medición.			
10	SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación.			

1. **Criterio de validación del experto:** Procede su aplicación: Si ( ) **No** ( )

NOMBRES Y APELLIDOS		
DIRECCIÓN		
TÍTULO PROFESIONAL/ ESPECIALIDAD		
GRADO ACADÉMICO Y MENCION		
FIRMA		

## Experto 2



### Carta de Presentación

Respetado Docente:

**Mg. Beatriz Rosalia Zapata Escobar**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO**

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su colaboración como experto en la validación del presente instrumento, que es parte de la investigación que estamos desarrollando para obtener el grado de Magíster en la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental.

Esta acción permitirá recopilar información para fundamentar la tesis titulada:

**REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023**

Es por ello que le pedimos evaluar el siguiente instrumento, observando la pertinencia y coherencia de los ítems, la relación con los objetivos propuestos en el trabajo, la claridad y objetividad de las preguntas, así como también realizar las observaciones que usted considere pertinente; su opinión constituirá un valioso aporte para esta investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

1. Carta de presentación.
2. Matriz de operacionalización de variables.
3. Matriz de consistencia
4. Reporte de validez de contenido de los instrumentos.
5. Instrumento de aplicación

Agradeciendo su valiosa colaboración.

**Huancayo, 18 de Noviembre de 2023**

Firma:  
Lic. Milagros Jessenia  
Canaza Huahualuque

Firma:  
Lic. Carolina Morales  
Reto

Firma:  
Lic. Erika Mercado  
Caravantes

**REPORTE DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
(VALIDEZ DE CONTENIDO)**

**I. DATOS GENERALES**

**1. Título de la investigación:** REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO SAN MIGUEL, PERIODO 2023

**2. Autores de la investigación:** CANAZA HUAHUALUQUE, MILAGROS JESSENIA, MERCADO CARAVANTES, ERIKA MARLENY, Y MORALES RETO, CAROLINA.

**3. Nombre del Instrumento:** CUESTIONARIO SOBRE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023.

**4. Nombre del experto:** MAG. CPC BEATRIZ ROSALIA ZAPATA ESCOBAR

**5. Área de desempeño laboral:** PROCURADURIA GENERAL DEL ESTADO

Marque en el recuadro respectivo, si el instrumento a su juicio cumple o no con el criterio exigido:

Criterios			Valoración		Observación
			Si	No	
1	CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y preciso.			
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.			
3	PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia de la Educación.			
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica			
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			
6	ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir.			
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos.			
8	COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.			
9	METODOLOGÍA	La estrategia corresponde al propósito de la medición.			
10	SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación.			

1. **Criterio de validación del experto:** Procede su aplicación: **Si (x)** **No( )**

Nombres y apellidos	BEATRIZ ROSALIA ZAPATA ESCOBAR	
Dirección	AV. OSCAR R. BENAVIDES N° 3046	
Título profesional/ Especialidad	CONTADOR PUBLICO	
Grado académico y mención	MAGISTER EN GESTION PUBLICA	
Firma		

## Experto 3



### Carta de Presentación

Respetado Docente:

**Mg. Beatriz Rosalia Zapata Escobar**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO**

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su colaboración como experto en la validación del presente instrumento, que es parte de la investigación que estamos desarrollando para obtener el grado de Magíster en la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental.

Esta acción permitirá recopilar información para fundamentar la tesis titulada:

**REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023**

Es por ello que le pedimos evaluar el siguiente instrumento, observando la pertinencia y coherencia de los ítems, la relación con los objetivos propuestos en el trabajo, la claridad y objetividad de las preguntas, así como también realizar las observaciones que usted considere pertinente; su opinión constituirá un valioso aporte para esta investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

1. Carta de presentación.
2. Matriz de operacionalización de variables.
3. Matriz de consistencia
4. Reporte de validez de contenido de los instrumentos.
5. Instrumento de aplicación

Agradeciendo su valiosa colaboración.

**Huancayo, 18 de Noviembre de 2023**

Firma:  
Lic. Milagros Jessenia  
Canaza Huahualuque

Firma:  
Lic. Carolina Morales  
Reto

Firma:  
Lic. Erika Mercado  
Caravantes

**REPORTE DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
(VALIDEZ DE CONTENIDO)**

**I. DATOS GENERALES**

1. **Título de la investigación:** REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO SAN MIGUEL, PERIODO 2023
2. **Autores de la investigación:** CANAZA HUAHUALUQUE, MILAGROS JESSENIA, MERCADO CARAVANTES, ERIKA MARLENY, Y MORALES RETO, CAROLINA.
3. **Nombre del Instrumento:** CUESTIONARIO SOBRE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO POR REDES SOCIALES Y LA RECAUDACIÓN DEL IGV, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PERIODO 2023.
4. **Nombre del experto:** MAG. CPC BEATRIZ ROSALIA ZAPATA ESCOBAR
5. **Área de desempeño laboral:** PROCURADURIA GENERAL DEL ESTADO

Marque en el recuadro respectivo, si el instrumento a su juicio cumple o no con el criterio exigido:

Criterios			Valoración		Observación
			Si	No	
1	CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y preciso	x		
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables	x		
3	PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia de la Educación	x		
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	x		
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	x		
6	ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir.	x		
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos.	x		
8	COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores	x		
9	METODOLOGIA	La estrategia corresponde al propósito de la medición.	x		
10	SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación	x		

1. **Criterio de validación del experto:** Procede su aplicación: Si ( x ) No ( )

Nombres y apellidos	BEATRIZ ROSALIA ZAPATA ESCOBAR	
Dirección	AV. OSCAR R. BENAVIDES N° 3046	
Título profesional/ Especialidad	CONTADOR PUBLICO	
Grado académico y mención	MAGISTER EN GESTION PUBLICA	
Firma		

## Apéndice E. Confiabilidad de instrumentos

### Alpha de Cronbach

Variable: Regulación de comercio electrónico

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

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

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,809	12

Variable: Recaudación de impuestos

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

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

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,806	12