



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD
DE JULIACA 2023

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. LIZ JHOVANA CONDORI COAQUIRA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ

2024



NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD
DE JULIACA 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. LIZ JHOVANA CONDORI COAQUIRA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

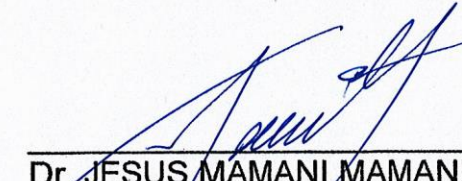
PRESIDENTE

:


Dra. BERTHA BEJAR PARRA

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. JESUS MAMANI MAMANI

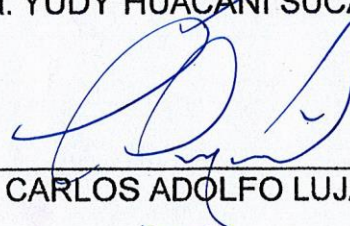
SEGUNDO MIEMBRO

:


Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

ASESOR DE TESIS

:


Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

:

ECONOMÍA SECTORIAL – P16



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 604-2024-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 17 de setiembre del 2024

VISTOS El Oficio No 073-2024-DUI-FCCF-UANCV de fecha 17 de setiembre del 2024, emitido por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y El Expediente N° CU – 011408 presentado por el (la) Bachiller: **CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA**, quien *solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación*, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023** conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: **DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA** jurado de la Tesis titulada: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023**, para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: **NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. JESUS MAMANI MAMANI
2do Miembro	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA
Asesor	: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: MIERCOLES, 25 de setiembre del 2024
Hora	: 11:00 a.m.

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)
- Archivo	(1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

[Firma]

Dra. BERTHA BEJAR PARRA
Decana (a) de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras

**RESOLUCIÓN N° 242-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 11 de julio del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-6633 de fecha 04 de junio del 2024, del **Bach. CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N°050-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dr. **CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023**, presentado por el (la) Bachiller: **CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA**, para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Judy Huacana Sacasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



RESOLUCIÓN N° 050 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 24 de abril del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-03253 de fecha 19 de abril del 2024, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación de Título: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023**, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dr. **CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023**, presentado por el (la) Bachiller: **CONDORI COAQUIRA LIZ JHOVANA**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**.

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dr. Tudy Huacapisti Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	8%
2	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Marcelino Champagnat Trabajo del estudiante	1%

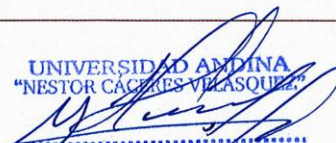
Submitted to Universidad Cesar Vallejo



Metadatos Complementarios

IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	LIZ JHOVANA CONDORI COAQUIRA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	73234896
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0001-3287-6352
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	01213364
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-5596-3435
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02425043
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SACASACA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40673820

Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL - P16
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin Financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Edificio: País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román</p> <p>Longitud: 15.4868369 Latitud: 70.2059017</p> <p>Url Maps https://maps.app.goo.gl/JCQj6DchS3QyY62f9</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Marzo 2024 - septiembre 2024
<p>URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería</p>	<p>Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01 Economía, Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</p>

UNIVERSIDAD ANDINA
 "NESTOR CACERES VELASQUEZ"

 Dra. Yudy Huacani Aucasaca
 DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
 INVESTIGACIÓN FCCF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo LIZ JHOVANA CONDORI COAQUIRA, identificado con DNI Nro. 73234896 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación,** **Trabajo Académico** denominada:

IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRONICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023

Asesorado por: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 09 de ENERO del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


FIRMA (obligatoria)


Huella



DEDICATORIA

Quiero dedicar a ,mis padres por sacrificio que han realizado al motivarme, e impulsarme a ser profesional y a mi hijo que sepa este trabajo, que puntualiza la importancia del sacrificio para alcanzar nuestros sueños.



AGRADECIMIENTO

A mi casa de estudios Universidad Andina

Néstor Cáceres Velásquez y a mis docentes.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTO iv

ÍNDICE GENERAL v

ÍNDICE DE TABLAS viii

ÍNDICE DE FIGURAS..... ix

RESUMEN x

ABSTRACT..... xi

INTRODUCCIÓN..... xii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. EL PROBLEMA..... 13

1.2. EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA 15

1.3. FORMULACION DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 16

 1.3.1. Problema general..... 16

 1.3.2. Problemas específicos 16

1.4. JUSTIFICACIÓN..... 16

1.5. OBJETIVOS..... 18

 1.5.1. Objetivo general 18

 1.5.2. Objetivos específicos 18

1.6. HIPÓTESIS DE ESTUDIO 18

 1.6.1. Hipótesis general 18

 1.6.2. Hipótesis específica..... 18

1.7. VARIABLES 19

 1.7.1. Variable 1 19

 1.7.2. Variable 2..... 19

 1.7.3. Indicadores 19

1.8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES 20



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 21

 2.1.1. A nivel internacional 21

 2.1.2. A nivel nacional 26

 2.1.3. A nivel regional 29

2.2. MARCO TEORICO INCIAL 33

 2.2.1. El comercio electrónico 33

 2.2.2. Tipos y rasgos del comercio electrónico 34

 2.2.3. Ventajas del comercio electrónico 35

 2.2.4. Dimensiones comercio electrónico 38

 2.2.5. Medios electrónicos 41

2.3. MARCO CONCEPTUAL 42

 2.3.1. Comercio 42

 2.3.2. Comercio electrónico 43

 2.3.3. Medios electrónicos 43

 2.3.4. Obligaciones Tributarias 43

CAPÍTULO III

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN 44

3.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN 44

3.3. ENFOQUE DE INVESTIGACION 44

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA 45

 3.4.1. Población 45

 3.4.2. Muestra 45

3.5. AMBITO Y TEMPORALIDAD 46

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN 47

 3.6.1. Técnicas 47



3.6.2. Instrumentos.....	47
3.7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	47
3.8. VALIDACION Y CONFIABILIDAD.....	47
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. RESULTADOS.....	48
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	66
4.2.1. Prueba de normalidad.....	66
4.2.2. Contrastación de hipótesis general.....	66
4.2.3. Contrastación de hipótesis específica 1.....	67
4.2.4. Contrastación de hipótesis específica 2.....	68
4.3. DISCUSION DE RESULTADOS.....	70
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES.....	74
BIBLIOGRAFIA.....	75
ANEXOS.....	81
ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	82
ANEXO 2 INSTRUMENTO.....	83
ANEXO 3 MATRIZ DE DATOS.....	84
ANEXO 4 GRADO DE ASOCIACIÓN DE VARIABLES.....	86



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operación de variables 20

Tabla 2 Está de acuerdo con el uso de medios electrónicos para facilitar la compra
venta de productos..... 48

Tabla 3 Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales que favorecen el
comercio electrónico 50

Tabla 4 Está de acuerdo con la emisión de facturas electrónicas..... 52

Tabla 5 Está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales que
existe en la actualidad 54

Tabla 6 Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de
medios tecnológicos..... 56

Tabla 7 Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes
..... 58

Tabla 8 Usted considera que existe exclusividad en el uso de los medios
electrónicos para el comercio electrónico..... 60

Tabla 9 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales
con el comercio electrónico 61

Tabla 10 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales
con el comercio electrónico 63

Tabla 11 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales
con el comercio electrónico 64

Tabla 12 Prueba de normalidad..... 66

Tabla 13 Correlación entre comercio electrónico y obligaciones tributarias 66

Tabla 14 Correlación entre medios digitales y obligaciones tributarias..... 67

Tabla 15 Correlación entre apertura al cambio tecnológico y obligaciones tributarias
..... 68



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Está de acuerdo con el uso de medios electrónicos para facilitar la compra venta de productos 49

Figura 2 Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales que favorecen el comercio electrónico 50

Figura 3 Está de acuerdo con la emisión de facturas electrónicas 52

Figura 4 Está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales que existe en la actualidad 54

Figura 5 Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos 56

Figura 6 Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes 58

Figura 7 Usted considera que existe exclusividad en el uso de los medios electrónicos para el comercio electrónico 60

Figura 8 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico 62

Figura 9 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico 63

Figura 10 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico 65



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como **objetivo**. Identificar la relación del comercio electrónico y su cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023 **Materiales y método**: la revisión es una metodología cuantitativa, no un plan de ensayo, para el ejemplo se enmarcó en 16 personas dedicadas al comercio electrónico, quienes respondieron a las interrogantes planteadas a través del cuestionario precodificado elaborado por la investigadora. **Resultados**: existe una conexión inmediata entre los negocios en línea y la coherencia de las obligaciones, siendo así que a mayor frecuencia de uso de medios electrónicos de comercio a través del uso de plataformas como las facturas digitales ayudan al cumplimiento de obligaciones. se observó que el 62.5% respondió que está de acuerdo con el uso de medios electrónicos, el 43.75% respondió que está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales, el 56.25% está de acuerdo con la incorporación de medios de pago electrónicos, asimismo el 56.25% respondió que tiene la disposición de modernizarse en el uso de medios tecnológicos, el 50.0% opina que los medios electrónicos ayudan en llegar a nuevos clientes. **Conclusiones**: se ha determinado que existe una correlación positiva, pudiendo confirmar que el riesgo de arancel está directamente relacionado con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca 2023 con un grado de significancia ($p < 0.05$).

Palabras clave: comercio electrónico, medios electrónicos, obligación tributaria.



ABSTRACT

The **objective** of this examination work was to distinguish the connection between online business and expense consistence in the city of Juliaca 2023. Recognize the connection between web based business and consistence with charge commitments in the city of Juliaca 2023. **Materials and method:** the study is a quantitative methodology non-trial plan, the example comprised of 16 individuals participated in web based business, who answered the inquiries presented through the pre-coded survey ready by the scientist. **Results:** there is an immediate connection between electronic business and consistence with charge commitments, and the more prominent the recurrence of purpose of electronic method for trade using stages like computerized solicitations, the more prominent the recurrence of consistence with commitments. 62.5% answered that they concur with the utilization of electronic means, 43.75% answered that they concur with the utilization of electronic method for trade, 43.5% answered that they concur with the utilization of advanced solicitations and 43.5% answered that they concur with the utilization of electronic method for business. 75% answered that they concur with the utilization of virtual stages, 56.25% concur with the consolidation of electronic method for installment, 56.25% answered that they will modernize in the utilization of mechanical means, 50.0% accept that electronic method help in arriving at new clients. Ends: has been determined that there is a positive correlation, and we can confirm that the risk of duty is directly related to e-commerce in the city of Juliaca 2023 with a degree of significance ($p < 0.05$).

Key words: electronic commerce, digital media, tax liability.



INTRODUCCIÓN

El motivo de la presente exploración es mostrar la conexión actual entre los negocios en línea y la satisfacción de los compromisos de deberes por parte de los comerciantes de la ciudad de Juliaca 2023, para lo cual particionaremos el trabajo de examen en cuatro secciones, las cuales serán definidas de la siguiente manera:

En el área esencial, dependemos el examen de la realidad desgredada, la explicación general e inequívoca de la cuestión, el resguardo de la evaluación, los objetivos generales y expresos que los expertos esperan mostrar.

En el segundo segmento dinamizamos el diseño especulativo, que consolida los ancestros que se asocian a la investigación, así como todos los focos a los que se acudirá en el examen del trabajo, en última instancia abordaremos la mejora del marco sensible para difundir el significado de los términos utilizados para el avance de la evaluación.

En la tercera área abordaremos el sistema utilizado para el análisis del trabajo de evaluación, los métodos, recursos e instrumentos empleados, así como la confianza de la prueba y de la población en general.

En la cuarta parte presentamos los resultados con la utilización de estimaciones, utilizando tablas y gráficos considerando los resultados, así como diferenciando las hipótesis y discusión de los resultados.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. EL PROBLEMA

Según la (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2023) el área de negocio de internet, durante la pandemia del Coronavirus, vio aumentar sus negocios. A nivel mundial, pasó del 16% al 19% en 2020. Como se indica en la Reunión Unificada de Países sobre Intercambio y Mejora, este aumento se debió a las limitaciones de la preparación, ya que las compras virtuales o a través de Internet estaban dominando y fueron explotadas por el sector empresarial. Los especialistas financieros, enfrentados a la difícil situación provocada por el Coronavirus, tuvieron que reevaluarse. (Comercio y desarrollo (ONU), 2021)

(Capese, 2021), toma nota de que la pandemia de Coronavirus en la nación ha provocado una enorme expansión en la utilización de los canales de negocio en línea. A partir de ahora, la comercialización a través de la Web se ha convertido en un patrón para las organizaciones y los ciudadanos necesitan para adaptarse a la utilización de la innovación, en particular en las organizaciones que tienen un lugar con el área material.

Este cambio mecánico implica llevar a cabo el uso de mundos virtuales, sitios web, facturas electrónicas y medios electrónicos un comportamiento



a la moda reciente. De otro modo, las tiendas que ofrecen sus artículos en línea podrían traer en tarifas específicas en los compromisos del deber, particularmente en intercambios del negocio, por ejemplo, las exclusiones de la paga no produciendo negocian el recibo, cargando en un sistema que carece y éste crearía multas, castigos para la resistencia con el código de la evaluación.

Perú cuenta con más de 34 millones de habitantes, de los cuales alrededor del 90,4% tiene acceso a Internet. En consecuencia, se posiciona como una de las naciones con la recepción Web más elevada de América Latina. De este modo, no es de extrañar que siga luchando para convertirse en uno de los mercados impulsores del negocio Web en América Latina y ampliar su porción de clientes, que actualmente se mantiene en torno al 6%. Además, se supone que este patrón de desarrollo continuará, ya que se estima que los negocios minoristas por Internet en Perú aumentarán en casi un 15% para 2024. (Statista Research Department, 2023) En la actualidad, las empresas que operan a través de Internet representan prácticamente el 7,5% de todas las transacciones y existe una recurrencia significativa, ya que tres de cada cuatro compradores han realizado compras a través de Internet. Sin duda, este ciclo no sólo ha ayudado a las organizaciones a mejorar su digitalización, ofreciendo sus artículos con cuidado, sino que además ha empezado a dar forma y fomentar el supuesto entorno avanzado. (Lozano, 2023).

Si bien es cierto que hay una expansión en el reconocimiento de los negocios en línea para la adquisición de mercancías y artículos, así como para hacer pagos a plazos utilizando estos métodos electrónicos, también



hay cifras preocupantes en cuanto a la evasión de impuestos, ya que las empresas de Internet eluden los cargos en el Perú en más de una forma, por ejemplo, no alistarse en el RUC o dar recibos de pago a plazos para las ofertas de artículos o administraciones. Según indica la SUNAT, el 60% de los vendedores online trabajan sin RUC y eluden impuestos. (Bravo, 2020) Esto influye en el surtido de cargos y la rivalidad justa con el comercio informal.

En el distrito de Puno, el negocio basado en la web se ha expandido ampliamente últimamente, las organizaciones, por ejemplo, el delivery, las organizaciones de estilo de material, tiendas en línea, o las ofertas hechas a través de Facebook y tik tok que ofrecen diferentes artículos a través de las comunidades informales, esto se traduce en la evasión fiscal como un problema que atormenta al país.

1.2. EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En la ciudad de Juliaca, al igual que en diferentes partes del país, el comercio electrónico se ha expandido adicionalmente, debido a la mayor utilización de la correspondencia y los avances informáticos, ya que al utilizar este modelo, las organizaciones obtienen ventajas como la disminución de gastos, el crecimiento de la base de clientes y tener la opción de incursionar en diferentes sectores de negocio, por lo que el comercio electrónico está teniendo un reconocimiento más notable entre los clientes y consumidores, esto conlleva a problemas relacionados con la coherencia con los compromisos de cobro, razón por la cual traemos a colación los siguientes temas:

1.3. FORMULACION DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema general

- ¿Cuál es la relación existente del comercio electrónico sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias Juliaca 2023?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación existente entre el uso de medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023?
- ¿Cuál es la relación que hay entre el grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023?

1.4. JUSTIFICACIÓN

Justificación teórica: Este estudio utiliza la hipótesis de los factores de riesgo de impuestos y los negocios en Internet para dar la información vital y los datos sobre un punto en curso. El tema de la evaluación fiscal de los negocios basados en la web es excepcionalmente amplio, por lo que la revisión planea examinar las directrices legales y de carga actuales y dar datos basados en las mejoras actuales en las condiciones de las directrices que se continuarán por aquí. El negocio online está echando raíces profundas y es importante para el modo de vida de los compradores. La pandemia de Coronavirus ha limitado un paso en la dirección correcta por aquí. A pesar de la terrible circunstancia, que era evidente, es importante aprovecharla al máximo. Entre ellas, la estructura típica utilizada es el surtido de gastos que se aplican a la edad de pago y dentro de la zona. Esto es importante para el mantenimiento de una nación. La disposición de



la exploración se centra en cómo el Estado puede distinguir con éxito si tales ejercicios son pay creando an en el área pública y de esta manera aplicar la normativa vigente.

Justificación practica: Esta exploración se realiza con la finalidad de que las organizaciones que realizan comercio electrónico sean conscientes de los compromisos de evaluación que tienen al realizar estos ejercicios, evitando así la utilización de multas por resistencia a los mismos. Asimismo, trata de orientar el examen futuro para que sirva de ayuda o referencia cuando se necesite ampliar la información o avanzar hacia ella según un punto de vista alternativo. Es razonable imaginar que este no es el principal trabajo que se creará, ya que el lugar de desarrollo del negocio electrónico avanza e insta a las organizaciones convencionales a mejorar, por lo que están en un curso de cambio, llegando a ser vistas como organizaciones mitad y mitad que realizan ejercicios habituales y electrónicos. Asimismo, permitirá a estas organizaciones profundizar en este tema y resolver las preocupaciones sobre la evaluación fiscal y sus compromisos.

Justificación metodológica: De acuerdo con la perspectiva sistémica, El presente estudio promovió una filosofía híbrida al incorporar consideraciones prácticas que ayudaron a desmontar los datos obtenidos y a partir de los cuales se determinan predominantemente las consecuencias del estudio; este ciclo de enfoque sugiere posteriormente la mejora de un conjunto de técnicas, metodologías, procedimientos y herramientas adecuadas para abordar la pregunta o el problema de investigación y, en consecuencia, cumplir los objetivos asociados al estudio.

En consecuencia, las mejoras sistémicas introducidas en este estudio fueron valiosas para realizar futuros exámenes en la estructura de los negocios basados en la web y los compromisos de gastos.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

- Identificar la relación existente del comercio electrónico sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar la relación entre medios electrónicos y el cumplimiento de la responsabilidad tributaria en la ciudad de Juliaca 2023.
- Analizar la relación entre grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.

1.6. HIPÓTESIS DE ESTUDIO

1.6.1. Hipótesis general

- La obligación tributaria se relaciona de manera directa con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca 2023.

1.6.2. Hipótesis específica

- Existe relación significativa entre el uso de medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.



- Existe relación significativa entre el grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.

1.7. VARIABLES

1.7.1. Variable 1

- Comercio electrónico.

1.7.2. Variable 2

- Obligaciones tributarias.

1.7.3. Indicadores

- Medios electrónicos
- Plataformas de comercio electrónico
- Páginas web
- Facturas electrónicas
- Medios de pago
- Identificación de usuarios
- Medios de pago
- Disposición
- Interés
- Valor

1.8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1 Operación de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORES
variable 1: comercio electrónico	medios electrónicos	-uso de medios electrónicos para la compra venta. -plataformas virtuales -facturas electrónicas. - medios de pago electrónicos.	1 = nunca 2 = a veces 3 =siempre
	apertura al cambio tecnológico	-disposición para modernizar y aceptación de tecnología. -interés por llegar a nuevos clientes. -valor de la exclusividad.	1 = nunca 2 = a veces 3 =siempre
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORES
variable 2: obligaciones tributarias	Cumplimiento de obligaciones tributarias	obligaciones sustanciales	1 = nunca 2 = a veces 3 =siempre
		obligaciones formales	1 = nunca 2 = a veces 3 =siempre
		obligaciones funcionales	1 = nunca 2 = a veces 3 =siempre



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A nivel internacional

(Sierra y otros, 2022) creó un artículo lógico para abordar las crecientes demandas del comercio electrónico, con el objetivo de averiguar cómo ha cambiado globalmente el surtido de evaluación como resultado de las crecientes demandas de las empresas basadas en la web. La población estaba formada por 23 cafeterías, y la metodología de la auditoría era más ilustrativa que exploratoria. Para recopilar los datos se utilizó una encuesta compuesta por dieciocho preguntas tipo Likert. La legitimidad del instrumento fue encuestada por 5 especialistas en la materia y la calidad duradera se comprobó utilizando el alfa de Cronbach, con un valor de 0,79. Los resultados fueron ordenados y mensurables. Los resultados se ordenaron e investigaron de forma mensurable mediante la elaboración de propensiones focales y desviaciones estándar. Según la aparición de la pandemia, era evidente que los dos restaurantes y los clientes necesitaban adaptarse a la ejecución de canales informatizados, todas las ofertas de los cafés se mostraban a través de la web, utilizando sus



comunidades informales y sitios para transmitir el artículo a sus objeciones, lo cual era un trabajo difícil, ya que no todas las personas conocían el restaurante y no estaban acostumbradas a presentar sus solicitudes a través de canales avanzados.

En este orden de ideas, para la liquidación de los gravámenes adicionalmente se deben ajustar los nuevos límites utilizados por la DIAN, los cuales se deben seguir para ofrecer respuestas a los gastos esperados por los negocios electrónicos. Se observó que la liquidación de impuestos es excepcionalmente conflictiva. Los encuestados demostraron que existe un serio nivel de equivocidad, ya que existe una norma para las fundaciones reales, sin embargo, suponiendo que se realicen charlas virtuales, se puede fomentar una metodología de pago a plazos que sea provechosa para la organización.

(Martínez, 2020) Se examina la liquidación fiscal de los depósitos del Estado, electrónicas en línea cruzada. Para ello, es absolutamente necesario examinar el régimen excepcional aplicable, entre otras, a las administraciones electrónicas. A pesar de que nos centraremos únicamente en las «administraciones prestadas electrónicamente», gestionando el comercio en línea y dejando de lado el comercio desconectado; dentro del comercio basado en Internet, sólo diseccionaremos los intercambios entre empresas y compradores. Intentaremos dar sentido a lo que implican los negocios en línea y las administraciones proporcionadas electrónicamente para tener una razón decente para examinar el sistema único. La declaración distintiva



Greenery es sin duda uno de los componentes principales de este sistema y de la obra, que servirá de recurso global para este tipo de administraciones. A continuación, nos adentraremos en una perspectiva que puede suscitar dudas en su aplicación, como es la garantía de la residencia del beneficiario de la ayuda. Además, llamaremos la atención sobre la función que desempeñan los puntos de conexión electrónicos en la organización de las administraciones y especificaremos el tipo impositivo para los libros y revistas electrónicos. Este sistema satisface suficientemente su motivación, que es sin duda que la disposición de estas administraciones a compradores concluyentes debe ser cobrada a objetivo, y para ello trabaja con coherencia con compromisos de cobro a través de disposiciones telemáticas ajustadas a los nuevos tiempos informáticos. Estar reconocido en exclusiva ante una Parte Condicionada de la Asociación Europea y tener la opción de ofrecer tipos de asistencia en cada una de ellas, hace atractivo para las organizaciones ofrecer dichos tipos de asistencia en el mercado único e impulsa la coherencia deliberada con los compromisos de tarificación. En cualquier caso, no todo vale y habría que revisar el margen permitido a cobrar a los que proveen entra en conflicto con la recaudación objetiva de impuestos, que es una norma fundamental que debería dirigir la guía Tank y puede dinamizar la extorsión.

(Gutierrez y otros, 2020) en su artículo lógico, introdujo el objetivo de examinar cómo los marcos de cargos en Ecuador hacen revisiones de los negocios por internet. Como indica la técnica utilizada,



fue esclarecedora, fundamental y narrativa. De la misma manera, las informaciones fueron adquiridas a través de la documentación de los fundamentos y registros bibliográficos. Así, las consecuencias de la revisión muestran que, a pesar de que es evidente que los negocios basados en la web se están llenando consistentemente en Ecuador con intercambios que superaron para el año 2018 los 1.000 millones de dólares, es extremadamente desafiante controlar, evaluar y cuantificar este tipo de intercambios en el campo de la evaluación, predominantemente debido a las limitaciones de los hogares de gasto de las organizaciones y clientes, lo que perturba el difícil trabajo realizado por la organización de turno. La razón de los creadores es que en Ecuador no existen lineamientos de gasto para los negocios electrónicos, es decir, el Código Tributario no determina qué ocurre cuando un intercambio se realiza electrónicamente y quién debe pagar cargos por tales ejercicios.

(Caicedo, 2017) El motivo de su propuesta de ex-alumno fue evaluar el negocio basado en la web para el surtido de Tanques en Ecuador. La revisión fue fundada principalmente en niveles exploratorios y mezclados inconfundibles. El creador razona que las organizaciones examinadas en este estudio se benefician directamente del ciclo de globalización y, sin embargo, los especialistas en gastos están preocupados porque la regulación no está de acuerdo con los elementos que retratan la interacción de desarrollo en curso y que no tienen muchas perspectivas para controlar el reconocimiento de las cuotas de derechos para la comercialización. Una de las deficiencias



del surtido de Tanques es que el flujo mundial de compradores y comerciantes, de mercancías sustanciales e inmateriales hace difícil encontrar cada una de estas partes, lo que dificulta el control de los componentes de carga como el individuo disponible, la ocasión disponible, la base disponible, entre otros. Las actuaciones de los poderes públicos son significativas y cada vez tienen más relevancia, ya que este nuevo tipo de comercialización se centra en garantizar la rapidez y la mejora en el ámbito empresarial y permite liquidar las cargas para que no se produzca evasión fiscal.

(Quijano, 2019) en su propuesta de ex-alumnos, tenía como objetivo primordial fomentar un plan para la recaudación de impuestos de los ejercicios realizados por empresas basadas en la web, centrándose en los medios informatizados de diferentes naciones. El concentrado introdujo asimismo una técnica subjetiva obstinada legítima. El creador presume que los negocios y compras en general a través de la Web se han expandido esencialmente, cambiando las modalidades que los individuos están acostumbrados a tener a la hora de hacer o cerrar un negocio. Consecuentemente, ha presentado dificultades significativas a los marcos legítimos y de cargas de cada país. Numerosas naciones latinoamericanas, entre ellas Colombia, no cuentan con un modelo financiero que evada el recaudo de impuestos directos, particularmente el impuesto personal. En cuanto al modelo de impuesto propuesto, depende de los componentes del gasto administrativo y de las regulaciones mundiales de evaluación y establece las reglas de base importantes para controlar estos



intercambios. Depende de la conexión fundamental entre la elaboración de valores significativos y el cambio de las ideas establecidas desde siempre a la disminución de la base imponible y la supresión de los patrocínios, para garantizar una intensidad justa, el desarrollo independiente del capital y la variedad productiva de los ingresos, lo que afecta al aumento de los activos públicos para el avance y el progreso de la preparación, la diversión, la ciencia y la innovación.

2.1.2. A nivel nacional

(Mendoza & Peralta, 2023) El objetivo fundamental es decidir la conexión entre la responsabilidad de cobro y los negocios basados en la web en pequeñas y medianas empresas del distrito de Junín - 2021. Para alcanzar y lograr la exploración imparcial, se utiliza el siguiente procedimiento: una revisión con una metodología cuantitativa, aplicada, nivel correlacional, utilizando la estrategia lógica racional, plan no exploratorio, transversal - correlacional. 71 contadores públicos con contratados, asignados y aprobados por el «Grupo Consultivo Especializado Departamental para la Administración de Pequeñas y Medianas Empresas - CCPJ». El ejemplo comprende 60 tenedores de libros por determinación probabilística del ejemplo. El procedimiento de surtido de informaciones aplicado es el estudio con su particular instrumento de encuesta. La consecuencia fundamental del examen es que todavía en el aire, con un significado de 0,000, que la responsabilidad deber está conectado directamente con los negocios en línea en las pequeñas y medianas organizaciones en la localidad de



Junín - 2021. En este sentido, la responsabilidad por derechos será mayor a medida que se expandan los negocios en línea en las pequeñas y medianas organizaciones de la localidad de Junín.

(Plasencia, 2021) El objetivo de la revisión fue percibir el efecto de los sistemas de derechos fundamentales en los negocios basados en la web a través del centro comercial de Lima escenario en 2021. La metodología estratégica se compara con una investigación de tipo fundamental, con metodología cuantitativa y estrategia científica, el plan fue No Exploratorio - Correlacional Gráfico, trató de exponer el efecto de dos factores, estimados en un ejemplo. El ejemplo fueron 30 empresarios y el método: estudio. El corte transversal de exploración, que permitió reconocer la conexión entre los factores en un tiempo determinado equitativamente. Los resultados mostraron que los sistemas de gastos percibidos tienen un efecto directo elevado ($Rho=0,700^{**}$) y crítico ($Sig.=0,000<0,05$) en las empresas basadas en la web. Se razona que como los sistemas de gastos son controlados productivamente por la SUNAT, la utilización del Centro Comercial en Lima para mostrar artículos y administraciones electrónicamente se sitúa en un nivel efectivo entre los empresarios.

(Vidal, 2020) en su postulación de ex-alumno, el propósito del examen era indagar cómo la web, las organizaciones, las ofertas gratuitas y las administraciones presentadas mediante internet impactan en el avance de las partes de evasión fiscal en los negocios online. En el grado sistémico, el examen fue de tipo esencial y de nivel



esclarecedor y correlacional. El ejemplo comprendía 14 organizaciones que venden el hardware realmente electrónico en el país. Los resultados demuestran que el negocio en internet impacta en los cargos, con una relación de .789. En consecuencia, razona que estos dos componentes cooperan.

(Pintado, 2020) completó la propuesta de los alumnos, cuyo diseño principal era retratar cómo la ausencia de directrices de las administraciones dadas a los no ocupantes en etapas avanzadas influye en el surtido de cargos. El procedimiento utilizado fue de ingeniería lógica, no exploratorio, y las técnicas de examen dependieron de los datos adquiridos en las entrevistas con expertos en tasas y de la investigación narrativa de la normativa de evaluación pública y mundial. Se han elaborado tablas que resumen las reuniones con expertos en tasas, el examen de los informes de regulación de gastos y tablas de hechos a la vista de fuentes propias y coordinadas. El resultado es que el IRPF y los lineamientos generales de Tanques no indican hasta el momento cómo contribuir por la mercadería entregada a los no habitantes a través de etapas informatizadas, y que la disminución de ingresos esperada por el Estado peruano asciende a 101 738 930 soles al no estar estas administraciones regidas por los lineamientos del impuesto.

(Huanca, 2019) con la teoría de exalumnos, se diseccionaron los intercambios comerciales basados en la web con compradores definidos realizados por personas no ocupantes. La regulación vigente

en Perú no admite el establecimiento de una tasa global de transacciones, ya que, para ser ciudadano del gasto, las personas deben realizar intercambios comerciales o habituales, lo que no es cierto en el examen. En consecuencia, se propone un cambio de la directriz para eliminar la necesidad de consistencia de estas tareas. Además, se distinguen enfoques optativos para reunir la evaluación, teniendo en cuenta la experiencia de las organizaciones de derechos en diferentes naciones.

2.1.3. A nivel regional

(Aceituno, 2023) El objetivo general es elegir el efecto de los negocios electrónicos a través de asociaciones relacionales en la evasión tributaria de los transportistas sin lugar de trabajo en la ciudad de Puno - 2023. Siendo un examen correlacional, disposición no exploratoria, estrategia hipotética coherente. La cantidad de ocupantes en 120 cargadores participaron en negocios web, de los cuales se establecieron un esquema de 90 corredores que fueron verificados a través de una revisión, la evaluación de la información se terminó utilizando el programa cuantificable SPSS Variedad 27 y jugando una prueba de especulación con Chi-cuadrado de Pearson muestra como resultado que el 30,0% usan Facebook y el 45,6% realizan paquetes de WhatsApp. Del mismo modo, el 24,4% realiza una afiliación en transporte de algún tipo y el 33,3% tiene siete días a la semana una remuneración de 500 a 1000 soles, en el campo de avance de PC el 27,8% realiza PC tribuna en TikTok y el 38,9% aporta entre 50 a 100 soles cada mes, suponiendo que las organizaciones web a través de



asociaciones casuales influyen básicamente ($p < 0,05$) en la evasión tributaria en pasajes sin puesto de negocios en la ciudad de Puno - 2023.

(Mamani, 2022) El objetivo de la exploración fue diseccionar la ocurrencia del negocio basado en la web sobre los compromisos de evaluación de las Mypes minoristas de atuendos en la ciudad de Juliaca en el periodo 2021. Para lograr este objetivo, utilizamos filosofía esencial o no adulterada con una metodología cuantitativa, extensión lógica y plan transversal no exploratorio. El levantamiento de la información se realizó a través de un estudio coordinado a un ejemplo de mini y pequeños empresarios visionarios que ofrecen vestimenta a través de negocios online para decidir su grado de información y consistencia con sus compromisos de deberes, así como para recoger su visión del efecto de los negocios por internet en su movimiento monetario. Los resultados muestran que el 65% de la población estudiada evalúa su información continua sobre sus compromisos de servicio como baja, mientras que el 70% tiene una impresión típica del efecto de los negocios por Internet. A la luz de la investigación de los resultados, se razonó que los negocios por Internet afectan negativamente a los compromisos de evaluación de los microempresarios examinados.

(Calderon, 2018) En la exploración realizada, se resolvió que examinar el marco de control interior en su componente de Clima de Control es pertinente y útil. En la actualidad, el cambio del marco de



gasto ha conllevado el aumento de eficiencia en el sistema de control de evaluación, para animar a los ciudadanos a cumplir con sus compromisos; así, en los últimos tiempos el organismo de recaudación ha ampliado sus funciones de inspecciones para poder comprobar el cumplimiento de los ciudadanos con sus compromisos de gasto; estas actividades incorporan la encuesta y supervisión de las obligaciones formales y significativas, y han hecho que numerosos ciudadanos hayan sido sancionados por resistencia a las mismas. Los compromisos de las organizaciones ante la organización del gasto han hecho necesario el establecimiento de controles que aseguren su consistencia; en consecuencia, surge el Control Interior en su parte de Clima de Control, el cual se caracteriza en este trabajo como un ciclo ejecutado por la dirección, los ejecutivos y demás facultades de la entidad, destinado a dar seguridad sensible para lograr la viabilidad de los objetivos, la calidad inquebrantable de los datos del deber y la consistencia con las directrices del cargo. Posteriormente, la exploración actual se orienta a relacionar el control interno de los compromisos de servicio con la coherencia de los compromisos de gasto en lo que respecta a su parte de Clima de Control.

(Sanchez, 2019) Los negocios en línea son de imperativa importancia para que las organizaciones se desenvuelvan en la búsqueda, los negocios en línea son uno de los canales más ineludibles por su alto desarrollo y simple apertura, se sabe que una de las formas más increíbles de expandir los negocios dentro de una asociación es llegar al mayor número de individuos. Este artículo de encuesta



planifico abordar la importancia de los negocios basados en la web en las PYMES (pequeñas y medianas empresas) del rubro automotriz en la ciudad de Juliaca, siendo un trabajo de tipo encuesta distinta, por esta razón se han recopilado datos pertinentes en postulaciones, diarios particulares y almacenes académicos, por ejemplo, redalyc, alicia concytec , Ebsco Host, esto para tener una conceptualización más firme que muestre lo importante del comercio electrónico, además se presume que los patrones de mercado requieren utilizar el comercio electrónico en beneficio de una organización, teniendo en cuenta que vivimos en un mercado globalizado en el que es crucial que las empresas sean visibles y estén presentes.

(Quispe, 2020) El objetivo de esta exploración es decidir la cultura del deber que influye en los grados de compromiso de los comerciantes del Mercado Unido St Nick María de la ciudad de Juliaca. Se utilizó una configuración no experimental, con una metodología cuantitativa y de extensión correlacional, la exploración se realizó con un ejemplo de 30 individuos, entre 20 y 70 años de edad. Los medios utilizados fueron un resumen de 20 preguntas. Los resultados obtenidos muestran que la ausencia de cultura del deber tiene una conexión inmediata con la resistencia de los compromisos de gasto de los corredores del Mercado Unido de St Nick María; debido a la insignificante información fundamental sobre cuestiones de cargo, la ausencia de conciencia de gasto inicia poca inclinación a la presentación intencional de tales compromisos, creando como resultado la evasión fiscal.



2.2. MARCO TEORICO INICIAL

2.2.1. El comercio electrónico

Desde el punto de vista (Clarke, 2019), El negocio en línea se caracteriza por ser el intercambio directo de administraciones y mercancías, a través de los medios de comunicación y los artilugios basados en medios de comunicación, para ofrecer una ayuda rápida, segura y moderna.

(Cleeland, 2017) La investigación de los negocios en línea puede dividirse ampliamente en tres grados de examen: el nivel del marco mundial, nacional y el nivel de la organización o del individuo.

Al respecto, (Sánchez, 2015) La Organización expresa que el negocio basado en la Web se percibe como la realización de trabajo a través de la Web, las tareas completadas ya sean negocios o compras se componen en la Web y las transmisiones son ojo a ojo, excepto si se trata de artículos que pueden ser «digitalizados» y las transmisiones se realizan en línea como a cuenta del programa PC. Teniendo en cuenta lo anterior, el negocio en línea se ve como un área que debe ser acercada visto por la administración como un medio para superar las barreras actuales a su adopción y mejora a nivel corporativo, y por los clientes como un medio para obtener sus expectativas para pagar sus necesidades, que se coordina en su día a día y requiere la información y la experiencia para que puedan participar de una manera protegida, sólida y buena. (Sánchez, 2015).



(Perdigon y otros, 2018) El negocio en línea se caracteriza como un ciclo que trabaja con sus actividades correspondientes a mano de obra y productos; por esta razón, las aplicaciones de PC se utilizan para abordar las cuestiones de los dos clientes y organizaciones. Por lo tanto, se resuelve que el negocio basado en la web ayuda a las asociaciones con el logro de los fondos de inversión de costes, aumentar los ingresos, dar transportes efectivamente disponibles, disminuir los gastos reglamentarios y mejorar la atención al cliente.

2.2.2. Tipos y rasgos del comercio electrónico

Según (Rios, 2019) «El negocio basado en la Web se crea a través de sus principales tipos y elementos inconfundibles, en particular:

- B2B (Business to Business). Comercio electrónico entre organizaciones.
- B2C (Business to Customer). Negocio a cliente (B2C).
- C2C (Cliente a Comprador). Intercambio entre clientes.
- B2I (Business to Financial backers). Interés por los proyectos.
- B2A (Business to Organization). De empresa a organización
- C2A (Cliente a Organización). Intercambio entre clientes y organización». (p.64).

Agbo y Nwadiolor (2020) Teniendo en cuenta los compromisos de la Reunión Unificada de Países sobre Intercambio y Avance del negocio por internet y el Informe de Mejora de 2001, se llama la



atención sobre el hecho de que las reuniones fundamentales asociadas a los negocios por Internet son: clientes, empresarios y gobierno. Al considerar los modos electivos mediante los cuales se puede llevar a cabo el negocio en línea, se pueden configurar cuatro aspectos:

- Empresa a Empresa (B2B): Se trata de intercambios entre organizaciones, excluido el último cliente, pero incluidos mayoristas, fabricantes y minoristas.
- Empresa a consumidor (B2C): Ofertas directas de la organización al último comprador a través de internet. El comprador hace la solicitud y la organización le entrega el artículo.
- Consumidor a Consumidor (C2C): A través del contacto directo entre compradores. Para esta situación, la fase electrónica sirve de ayuda a quienes participan en el intercambio.
- Consumidor a Empresa (C2B): El comprador suministra un bien o una administración a la organización.

2.2.3. Ventajas del comercio electrónico

El negocio basado en la web presenta ciertas ventajas como la apertura, la rapidez, la oferta, los fondos de reserva de tiempo, el esfuerzo y la seguridad. Aunque la transición al mercado en línea se caracteriza por elementos que motivan a los comerciantes a: simplicidad de dispersión, desarrollo de objetivos y mercados, promoción de fondos de inversión, disminución de costes y, principalmente, seguridad del producto y del negocio. Estos beneficios



son los que atraen a los dos vendedores y compradores; a partir de ahora, esta ayuda tiene una amplitud increíble, pensando en ella como un medio óptimo para satisfacer las necesidades. Sea como fuere, es importante gestionar esta ayuda bajo directrices públicas y globales, para anticiparse a contenciones iniciadas por el tipo de intercambio (Rios, 2019).

Las diferentes opciones señaladas para transmitir el negocio basado en la web, relacionadas con los impactos de la posibilidad de pandemia, recomiendan que su presencia siga expandiéndose decisivamente después del Coronavirus, ya que los compradores se han ido aclimatando a las compras en la web. Sea como fuere, de este rápido aumento pueden derivarse consecuencias tanto positivas como negativas (Tokar et al., 2021). En esta circunstancia concreta, se puede avanzar hacia el negocio basado en la web en dos aspectos pensando en sus ventajas y desventajas.

Agbo & Nwadiolor, (2020), lo resumen de la manera siguiente:

Ventajas:

- Proporciona a las organizaciones de intercambio un alcance mundial
- Reduce los costes de intercambio
- Proporciona un transporte rápido y oportuno de los productos con poco esfuerzo para el cliente.



- Permite el contacto directo entre la organización y los clientes, sin delegados a través de una asociación y correspondencia incesantes.

Cargas:

- Gastos iniciales excepcionalmente elevados
- La industria del negocio basado en la web tiene un riesgo extremadamente alto de decepción.
- Pierde la marca en la calidez de la conexión relacional entre organizaciones y clientes.
- Da cabida a la mayoría de los fallos de seguridad relacionados con el robo de datos de clientes.
- Abre más espacio para problemas con el transporte y la entrega de productos a los compradores.

En combinación con lo anterior, (Tokar y otros. 2021) llaman la atención sobre el hecho de que, además, conlleva más residuos fuertes, más tráfico y más salidas. Su falta de control puede afectar negativamente a la sociedad. Conviene evaluar el impacto neto entre los beneficios y las desventajas.

(Iancu, 2018) Por otra parte, el negocio basado en la web se utiliza además para retratar la utilización del marco de datos para llevar a cabo las capacidades de acompañamiento: poner artículos a la venta al público (cibermarketing); encuentro entre compradores y vendedores en mercados en línea; transferencia de fondos; pagar compromisos



estatales como el surtido de derechos u otros compromisos de gastos; y la transmisión de las administraciones electrónicas (datos).

(Iancu, 2018) Según lo anterior, los negocios en línea son un tipo de empresa de la sociedad actual que pretende satisfacer las necesidades de los compradores o clientes finales, entre ellas la ejecución de tareas comerciales y operaciones coordinadas, y la ejecución de actividades de exhibición dirigidas a garantizar la progresión continua de mano de obra y productos.

2.2.4. Dimensiones comercio electrónico

Tras evaluar los amplios escritos sobre los negocios en Internet y el significado de los aspectos considerados para su investigación, se puso de manifiesto que estos aspectos están aún en fase de desarrollo:

Para (Guillermo, 2019) estas dimensiones son:

- Interés por la innovación y el hardware: costo de ejecución y mantenimiento de las nuevas bases mecánicas.
- Duración de la empresa: invertir recursos en tiempo para añadir publicidad informática, así como disponer de tiempo ahora y más adelante.
- Nivel de receptividad al cambio innovador: alude al nivel de inclinación que necesitan los empresarios para actualizarse y, en particular, a la importancia de añadir nuevos medios electrónicos.



- Aptitud de los RRHH: se espera que los visionarios empresariales estén educados sobre las nuevas técnicas utilizadas en el dominio avanzado.

Para (Gariboldi, 2018) comunicó que la publicidad avanzada se trata de tareas empresariales que pueden ser realizadas por asociaciones, agentes computarizados y sujetos regulares, a través de programas de correspondencia, además, se anticipa que esta etapa es escasa en cuanto a puntos de corte regionales y fugaces. Como indica este creador, los componentes del negocio electrónico son los siguientes: intercambio de negocios por redes, medios avanzados y nivel de receptividad al cambio innovador.

Intercambio empresarial por redes:

De acuerdo(Silva, 2018) Las asociaciones deben completar continuamente ciclos tanto en su circunstancia actual como en la de los clientes, ya que esto les ayudará a avanzar de forma competente en sus ejercicios. La conexión que la organización permite tener con los clientes son técnicas les permiten existir en la búsqueda. Por lo tanto, un componente clave debe ser dado la debida importancia, esta conexión se está desarrollando poderosamente con respecto al avance innovador e informativo.

Un intercambio comercial se caracteriza como una manifestación en la que diferentes personas legales o normales con riesgo de cargo realizan intercambios de mano de obra y productos por valor monetario, cuya caracterización depende de su punto de partida o naturaleza y se



registra con la codificación adecuada. Al final del día, los intercambios comerciales suman compras, cuotas, tratos, surtidos, almacenes y límites ejecutados por diferentes comerciantes (Guzmán, 2018).

Teniendo en cuenta la dispersión de los negocios basados en la web, es nítida su significación para las organizaciones, tendiendo a ella como un dispositivo de intensidad. En ese sentido, la utilización de comunidades informales da otro avance para los intercambios comerciales en línea. Consecuentemente, estas organizaciones son un método de avance y negocio para los negocios online y el reconocimiento de los intercambios empresariales. En consecuencia, los dos modelos son apropiados para las organizaciones latinoamericanas considerando el mejor y más notable contacto con posibilidades y clientes, la minimización de los costos de discusión y la inclinación hacia la calidad y rapidez inquebrantables de las tareas (Alderete, 2019).

Las organizaciones interpersonales, como escenario, son útiles para el avance de los negocios en la web. Estas puertas abiertas se han desarrollado después de la prominencia de organizaciones, por ejemplo, Facebook, Twitter y LinkedIn para avanzar en nuevos modelos de negocios en línea, también llamado comercio social. En esta línea, estas organizaciones se han convertido en el medio que busca el avance y negocio de dicho comercio.

Los intercambios entre redes dan un desarrollo en los tratos a las asociaciones que utilizan canales abiertos en vista de la web social



y las diferentes etapas, el escaparate de negocios basado en la web y los teléfonos celulares. Esto fue reconocido debido a los ciclos abiertos en la utilización de la web, lo que permitió la inclinación hacia la seriedad de los establecimientos, ya que no hay mediadores (Guzmán, 2018).

Los negocios basados en la web dependen de la red y utilizan Internet en un punto corto del ciclo de actividad. Esto incorpora la variedad de etapas y avances, como el comercio a través de teléfonos celulares, correo electrónico, comunidades informales y otros (Alderete, 2019).

2.2.5. Medios electrónicos

En palabras de (Sanbria y otros, 2018) El comercio electrónico o negocio basado en la Web alude típicamente al comercio basado en la Web o a cualquier intercambio que ocurra en la Web.

Los sitios electrónicos se perciben como los escenarios utilizados en la Web para crear correspondencia, realizar compras y negocios, así como intercambiar datos entre clientes y personas que elaboran contenidos o artículos (Pacheco, 2021).

Dentro de los sitios electrónicos se hallan aplicaciones como Facebook, Instagram, Twitter, sitios, grabaciones digitales, entre otros; son medios utilizados para situar artículos o administraciones. En la actualidad, estas organizaciones se ven afectadas en la rutina diaria de las personas, lo que demuestra lo importante de la innovación en consideración de los medios de comunicación. Esto se debe a la



búsqueda de situar una marca a la luz de la evaluación de los compradores (Pacheco, 2021).

Los sitios electrónicos como método para realizar compras son los principales generadores de dudas; sea como fuere, tras la restricción, los individuos tuvieron que adaptarse a este medio. Esto sugirió una expansión de la confianza de los individuos hacia las fundaciones. Además, el elemento fundamental relacionado con la decisión de compra es la posibilidad de obtener un artículo que no se desea (Vizueta et al., 2020).

La principal normalidad del informatizado es la utilización de escenarios electrónicos que se comunican como un lugar o una aplicación web versátil para distribuir contenidos. La puesta en marcha de estos canales presenta diferentes inspiraciones, por ejemplo, la validez ampliada o la entrada del cliente al peruser, el tráfico ampliado, la promoción ampliada y la imagen de marca los ejecutivos, la credibilidad de la multitud y la oportunidad de examinar lo que se presenta en los sitios de papel.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Comercio

El comercio es el desarrollo monetario que incluye el intercambio de materiales específicos que se permiten ocultar para la compra y el suministro de trabajo y artículos, ya sea para su uso, accesible para la adquisición, o para el comercio. Es el intercambio o trueque de algo a cambio de algo diferente de idéntico valor o por dinero en efectivo.



2.3.2. Comercio electrónico

se compone de intercambios comerciales que se realizan utilizando la Web, Unas pocas asociaciones se limitan a vender cosas por Internet, mientras que otras utilizan el negocio web como un elemento de un procedimiento más amplio que consolida tiendas reales y otros canales de cursos.

2.3.3. Medios electrónicos

Los medios informatizados son lugares por donde se crea correspondencia y comercio de datos entre clientes y creadores de contenidos avanzados, ya sean organizaciones, blogueros o destinos de noticias.

2.3.4. Obligaciones Tributarias

Los compromisos de cargas surgen cuando el Estado espera que los ciudadanos liquiden una obligación. El Estado está facultado por la normativa para imponer cargas sobre las prestaciones creadas en la exhibición de ejercicios y el ciudadano tiene la opción de contribuir según su capacidad de pago.



CAPÍTULO III

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En la exploración actual se crea el plan no exploratorio, ya que se trata de amasijos en los que los factores no se controlan ni se ajustan a propósito.

En estos planes, los factores se observan o determinan tal y como se fomentan en su entorno habitual (Hernández & Mendoza, 2018)

3.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Es fundamental, el examen esencial es un tipo de exploración utilizado en el campo lógico para comprender y aumentar nuestra comprensión sobre una peculiaridad o campo en particular.

Este tipo de examen se suma al conjunto de información académica. Su motivación es, por regla general, producir información que afirme o desacredite la proposición subyacente del examen (Narváez, 2023). Así, esta revisión se caracterizó dentro del nivel correlacional, ya que busca la conexión entre factores (Hernandez y otros, 2014)

3.3. ENFOQUE DE INVESTIGACION

Además, este examen se caracterizó dentro de la metodología cuantitativa.

En la evaluación cuantitativa, de lo que se trata es de conocer y esperar las

excentricidades evaluadas, buscando puntos en común y asociaciones causales entre las partes (Universidad de Jaén, 2023)

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Para esta revisión, se evaluó a 17 personas centradas en los negocios basados en Internet y la recaudación de impuestos. De este modo, estas personas elegidas aportaron información pertinente sobre la conexión entre los dos factores considerados.

3.4.2. Muestra

Por otra parte, un ejemplo se caracteriza por ser un fragmento o subconjunto restringido de personas que pertenecen a la población objetivo. Las pruebas sirven para recopilar datos exhaustivos de la población sin incurrir en gastos indebidos.

La receta numérica adjunta se utilizó para obtener un número decidido de individuos en el negocio basado en la web en la ciudad de Juliaca, como sigue es la ecuación utilizada para obtener el ejemplo en la revisión:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

$Z_{\alpha} = 1.96$ (95% de confiabilidad de índice es de 1,96). =1.96

$N =$ total de población = 17

$p =$ proporción esperada (5% Probabilidad a favor)



$q = 1 - p$ (probabilidad en contra) = 0.5

d = precisión 5% = 0.05

n = Tamaño de la muestra

Cálculo del tamaño de la muestra mediante la siguiente fórmula:

Los valores descubiertos se sustituyen en la fórmula.

$$n = \frac{17 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2(17-1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{17 \cdot 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.0025 \cdot 16 + 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{16.326}{0.04 + 0.9604}$$

$$n = \frac{16.326}{1.0004} = 16.31$$

Tamaño de la muestra: Intercambiando las cualidades establecidas para esta exploración, el ejemplo estaba compuesto por 16 personas comprometidas con los negocios basados en la web.

3.5. AMBITO Y TEMPORALIDAD

El trabajo de examinación se realizó en la ciudad de Juliaca, provincia de San Román, ramal de Puno, durante los largos tramos de enero, febrero, caminata, abril y mayo de 2023.



3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.6.1. Técnicas

ENCUESTA: Para la metodología cuantitativa de este examen y para captar las cualidades del tema estudiado, se utilizó la revisión como procedimiento de surtido de información. Este método recoge realidades, suposiciones, formas de comportamiento o mentalidades sobre un tema o circunstancia determinada a partir de una progresión de encuestados.

Es una estrategia cultivada fundamentalmente en las sociologías. Permite obtener información valiosa a través de preguntas formuladas a las personas encuestadas. Se obtienen reacciones que muestran perspectivas, necesidades, intereses, sentimientos, información, etc.

3.6.2. Instrumentos

CUESTIONARIO: Una encuesta es un instrumento para recopilar información a través de una progresión de preguntas que tienen el motivo de reunir datos de los miembros en la revisión. Se utiliza esencialmente como instrumento de estudio.

3.7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Los datos se manejaron utilizando el programa de manejo de información SPSS y Microsoft Excel 2019.

3.8. VALIDACION Y CONFIABILIDAD

Cada experto en la materia participó en una reunión jerárquica, lo que garantizó que el respaldo del instrumento de investigación reflejara los modelos de los profesionales cualificados.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Presentar y exponer los datos de la investigación, desentrañarlos y compensarlos con conjeturas, condiciones de exploración y evaluación real es lo que ha inspirado esta sección.

Para obtener los resultados, se lleva a cabo una evaluación OK de los resultados obtenidos a través del estudio planificado en una misión para obtener información genuina a través del instrumento, se obtienen los resultados adjuntos.

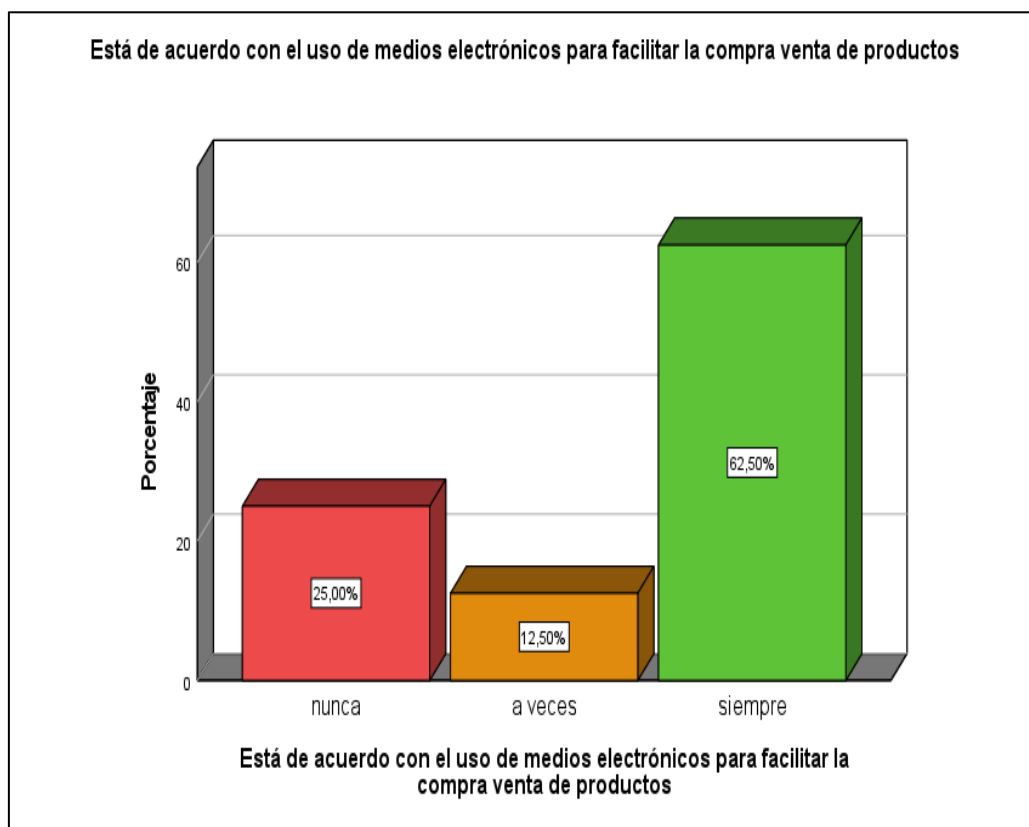
Tabla 2. *Está de acuerdo con el uso de medios electrónicos para facilitar la compra venta de productos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	4	25,0	25,0	25,0
	a veces	2	12,5	12,5	37,5
	siempre	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 1 *Está de acuerdo con el uso de medios electrónicos para facilitar la compra venta de productos*



Nota: tabla 2

INTERPRETACION

Con relación al trabajo de investigación denominado «Efecto del comercio electrónico en el cumplimiento de los compromisos de recaudación en la ciudad de Juliaca 2023» se encontraron los siguientes hallazgos:

A la pregunta presentada ¿Está de acuerdo con la utilización de medios electrónicos para trabajar con la compra y oferta de artículos? 62.5% respondió que generalmente; 25.0% respondió que nunca y 12.5% respondió que ocasionalmente está de acuerdo con la utilización de medios electrónicos para trabajar con la compra y oferta de artículos en la ciudad de Juliaca.

Tabla 3 *Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales que favorecen el comercio electrónico*

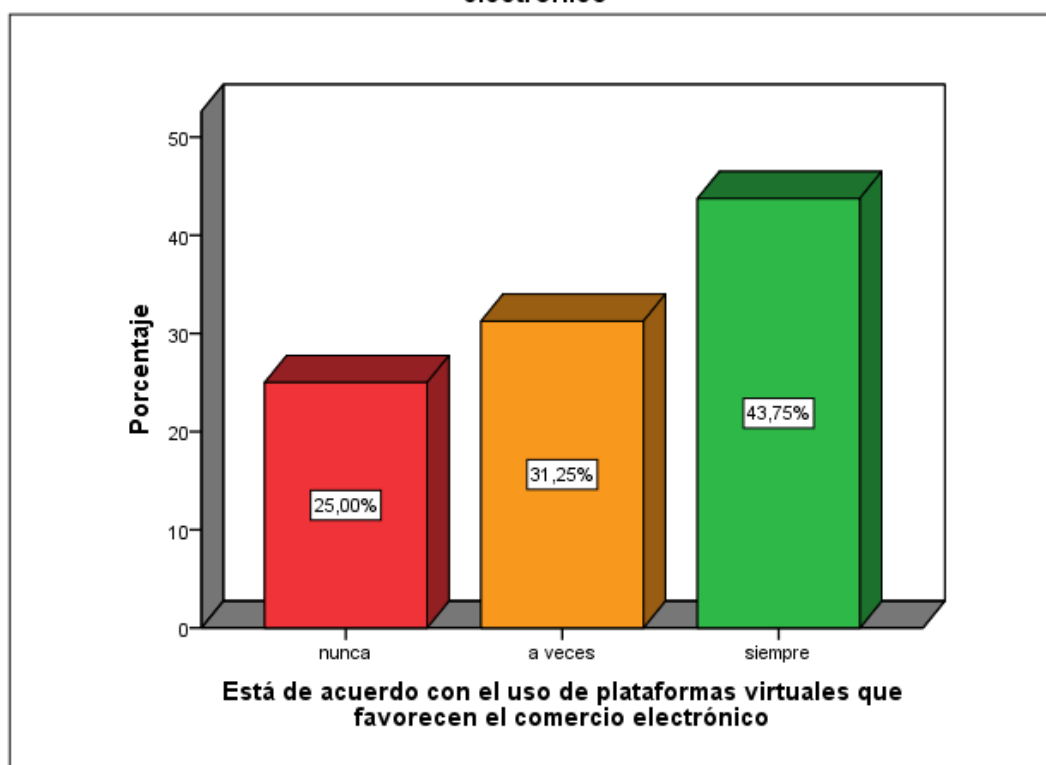
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	4	25,0	25,0	25,0
	a veces	5	31,3	31,3	56,3
	siempre	7	43,8	43,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 2 *Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales que favorecen el comercio electrónico*

Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales que favorecen el comercio electrónico



Nota: tabla 3



INTERPRETACIÓN

Con relación al trabajo de investigación denominado «Efecto de los negocios vía web en el cumplimiento de los compromisos de pago en la ciudad de Juliaca 2023» se encontraron los siguientes hallazgos:

A la pregunta presentada ¿Está de acuerdo con la utilización de escenarios virtuales que favorecen los negocios electrónicos? El 43.75% contestó que generalmente; el 31.25% contestó que ocasionalmente; y el 25.0% contestó que nunca está de acuerdo con la utilización de escenarios virtuales que favorecen los negocios electrónicos en la ciudad de Juliaca.

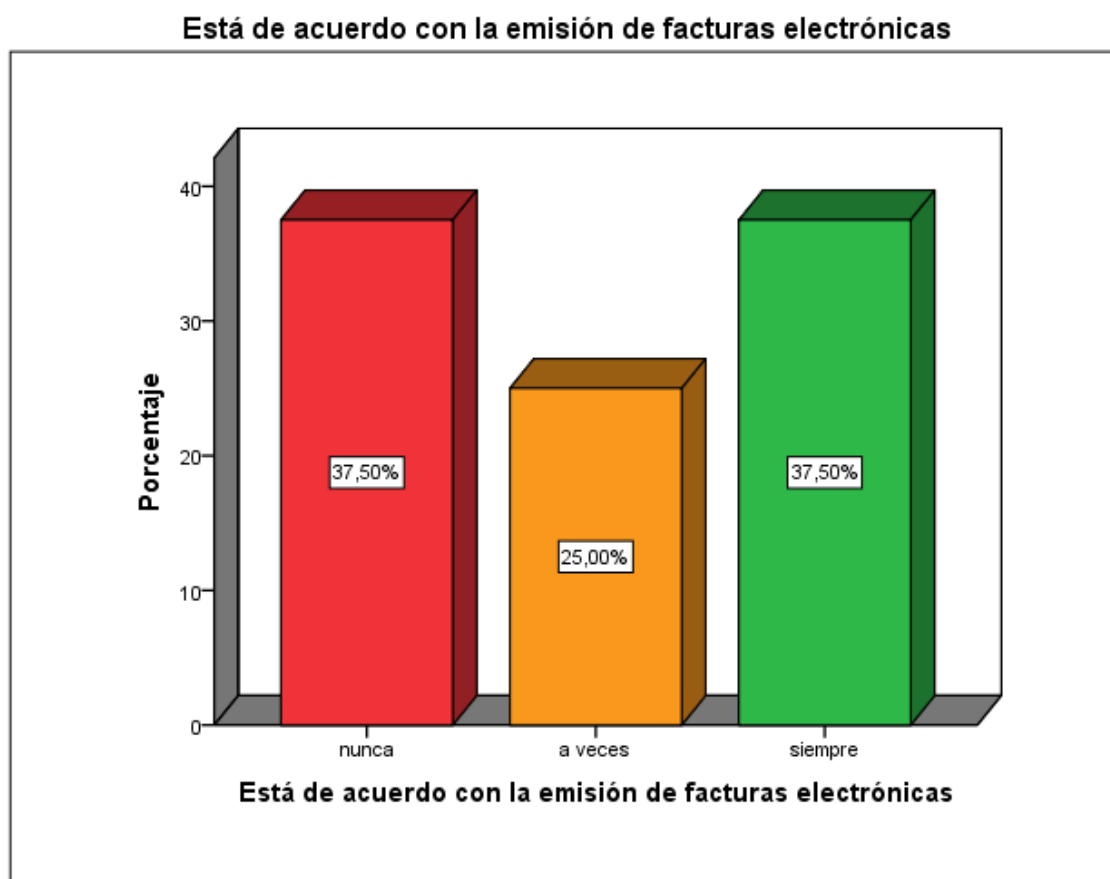
Tabla 4 *Está de acuerdo con la emisión de facturas electrónicas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	6	37,5	37,5	37,5
	a veces	4	25,0	25,0	62,5
	siempre	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 3 *Está de acuerdo con la emisión de facturas electrónicas*



Nota: tabla 4



INTERPRETACION

Respecto del trabajo de investigación titulado “Efecto de los negocios vía web en la consistencia con los compromisos de cobro en la ciudad de Juliaca 2023”, se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta presentada ¿Está de acuerdo con la emisión de convocatorias electrónicas? 37.5% respondió que generalmente; 37.5% respondió que nunca; y 25.0% respondió que ocasionalmente está de acuerdo con la emisión de convocatorias electrónicas en la ciudad de Juliaca.

Tabla 5 *Está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales que existe en la actualidad*

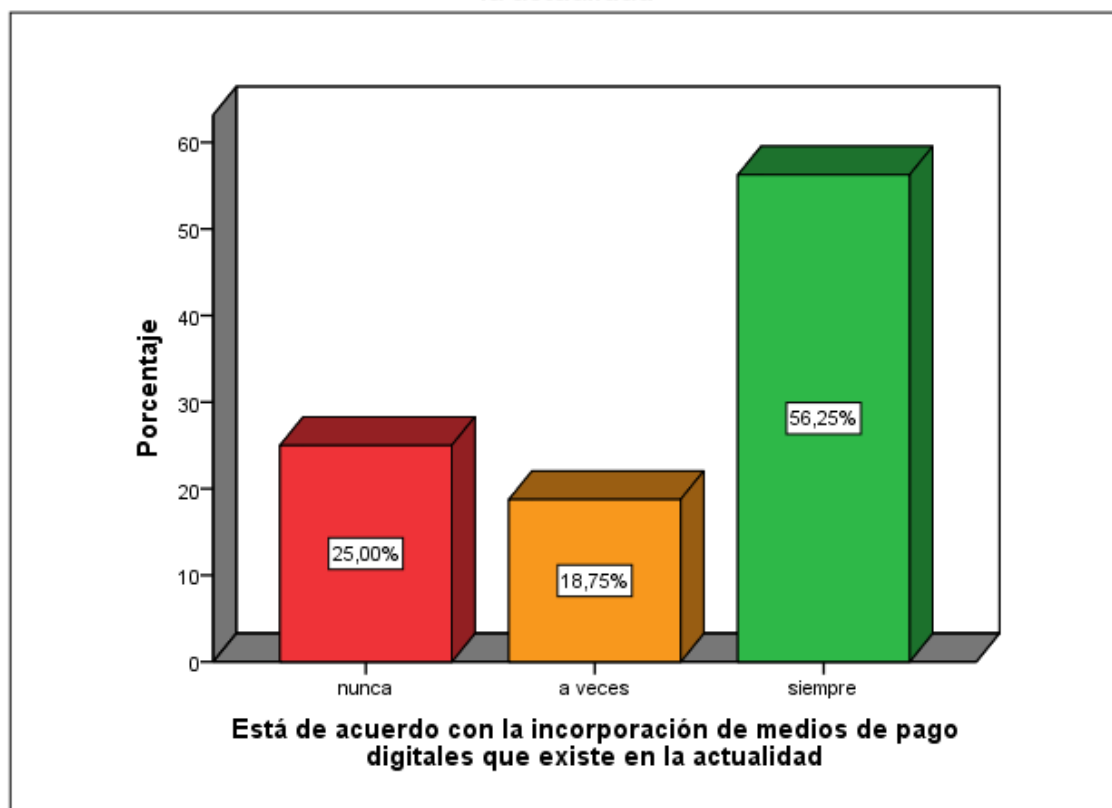
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	4	25,0	25,0	25,0
	a veces	3	18,8	18,8	43,8
	siempre	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 4 *Está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales que existe en la actualidad*

Está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales que existe en la actualidad



Nota: tabla 5



INTERPRETACION

En cuanto al trabajo de investigación denominado "Tenemos las siguientes conclusiones con respecto al impacto de los negocios basados en la web sobre la regularidad del cobro en la ciudad de Juliaca en 2023":

A la pregunta planteada ¿Está de acuerdo con la utilización del método computarizado de pago a plazos que existe actualmente? El 56.25% respondió que generalmente; el 25.0% respondió que nunca y el 18.75% respondió que ocasionalmente está de acuerdo con la consolidación del método computarizado de pago a plazos que existe actualmente en la ciudad de Juliaca.

Tabla 6 Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos

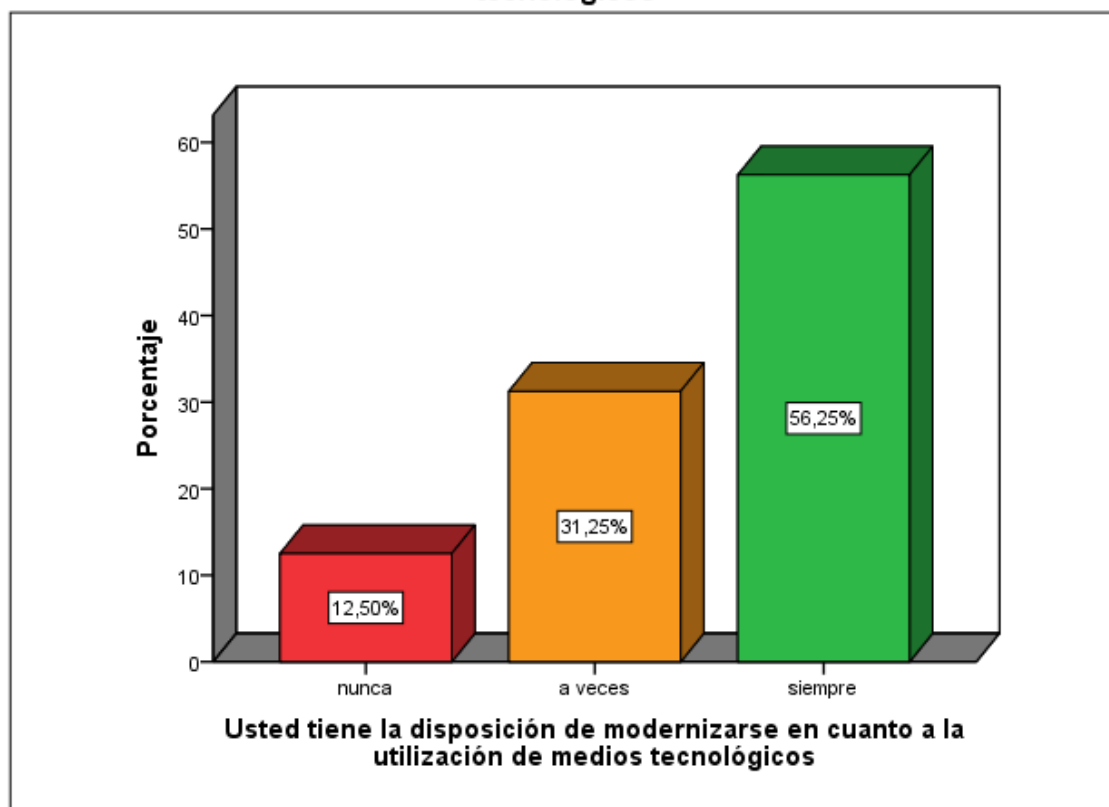
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	12,5	12,5	12,5
	a veces	5	31,3	31,3	43,8
	siempre	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 5 Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos

Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos



Nota: tabla 6



INTERPRETACION

Respecto del trabajo de investigación titulado «Impacto del comercio electrónico en el cumplimiento tributario de la ciudad de Juliaca 2023» se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta planteada ¿Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos? El 56.25% contesto que siempre; el 31.25% contesto que a veces y el 12.5% contesto que nunca tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos en la ciudad de Juliaca.

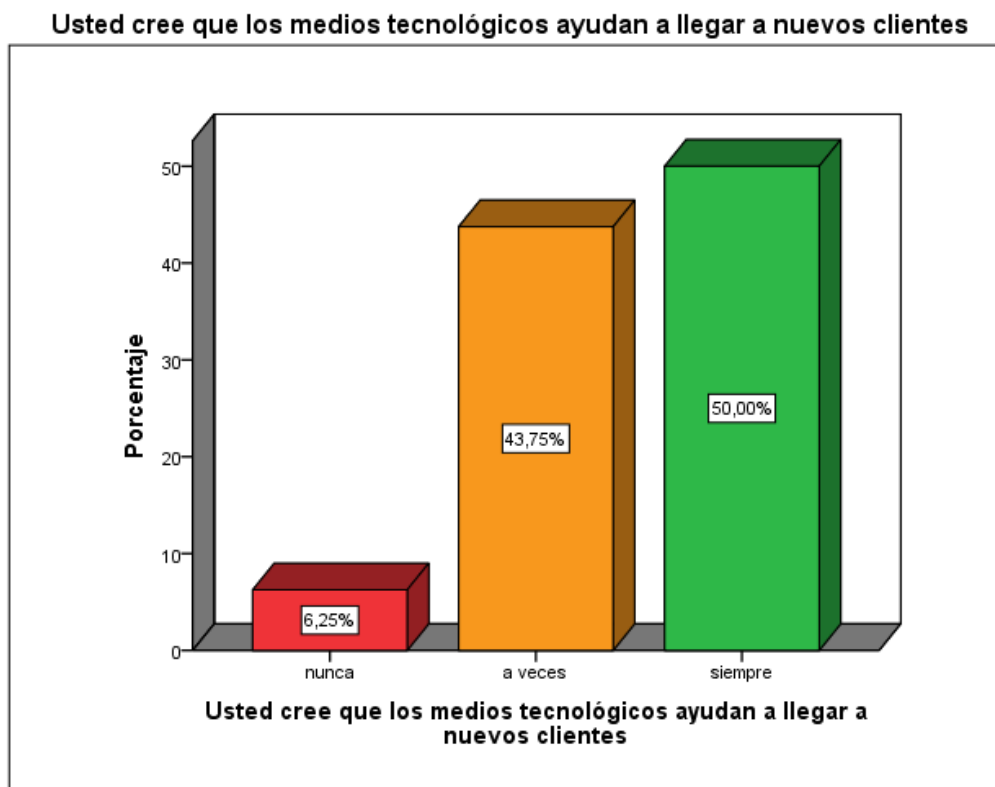
Tabla 7 *Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	6,3	6,3	6,3
	a veces	7	43,8	43,8	50,0
	siempre	8	50,0	50,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 6 *Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes*



Nota: tabla 7



INTERPRETACION

Respecto del trabajo de investigación titulado «Impacto del comercio electrónico en el cumplimiento tributario en la ciudad de Juliaca 2023» se encontraron los siguientes hallazgos:

A la incognita planteada ¿Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes? El 50.0% contesto que siempre; el 43.75% contesto que a veces y el 6.25% contesto que no cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes en la ciudad de Juliaca.

Tabla 8 *Usted considera que existe exclusividad en el uso de los medios electrónicos para el comercio electrónico*

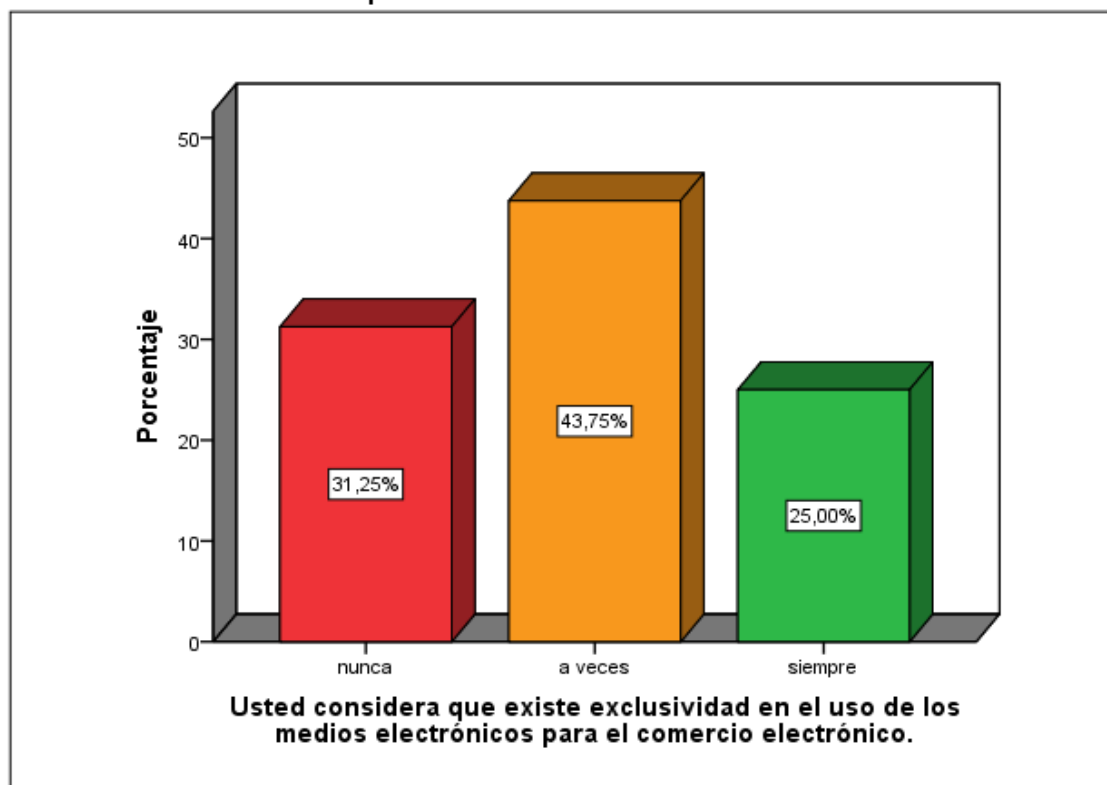
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	5	31,3	31,3	31,3
a veces	7	43,8	43,8	75,0
siempre	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 7 *Usted considera que existe exclusividad en el uso de los medios electrónicos para el comercio electrónico*

Usted considera que existe exclusividad en el uso de los medios electrónicos para el comercio electrónico.



Nota: tabla 8



INTERPRETACION

En cuanto al estudio «Impacto del comercio electrónico en el cumplimiento tributario en la ciudad de Juliaca 2023».

A la pregunta «¿Considera que existe limitación en el uso de los medios electrónicos para los negocios online?», se obtuvieron los siguientes resultados. El 43.75% contestó que periódicamente; el 31.25% contestó que nunca y el 25.0% contestó que en general, consideran que existe selectividad en la utilización de medios electrónicos para organizaciones en línea en la ciudad de Juliaca.

Tabla 9 *Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico*

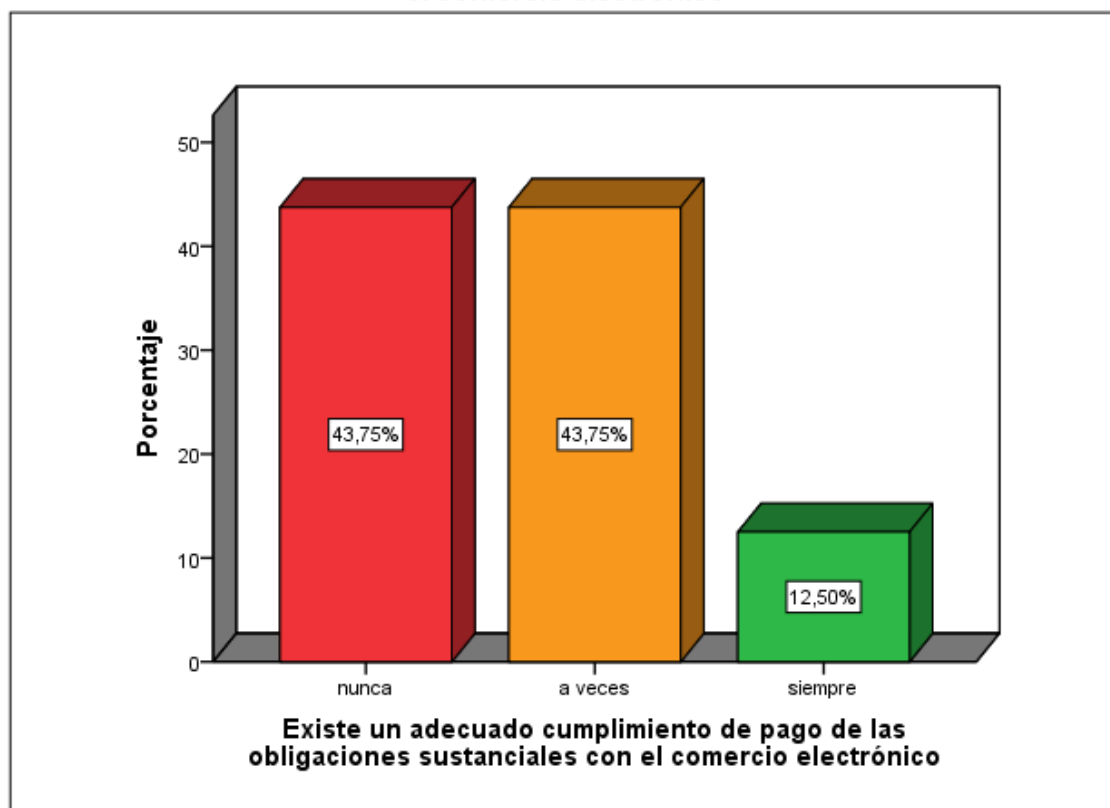
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	7	43,8	43,8	43,8
	a veces	7	43,8	43,8	87,5
	siempre	2	12,5	12,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 8 *Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico*

Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico



Nota: tabla 9

INTERPRETACION

En cuanto al estudio «Impacto del comercio electrónico en el cumplimiento tributario de la ciudad de Juliaca 2023», se obtuvieron los siguientes resultados:

A la incógnita planteada ¿Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico? El 43.75% respondió que nunca; el 43.75% respondió que a veces y el 12.5% respondió que siempre existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca.

Tabla 10 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico

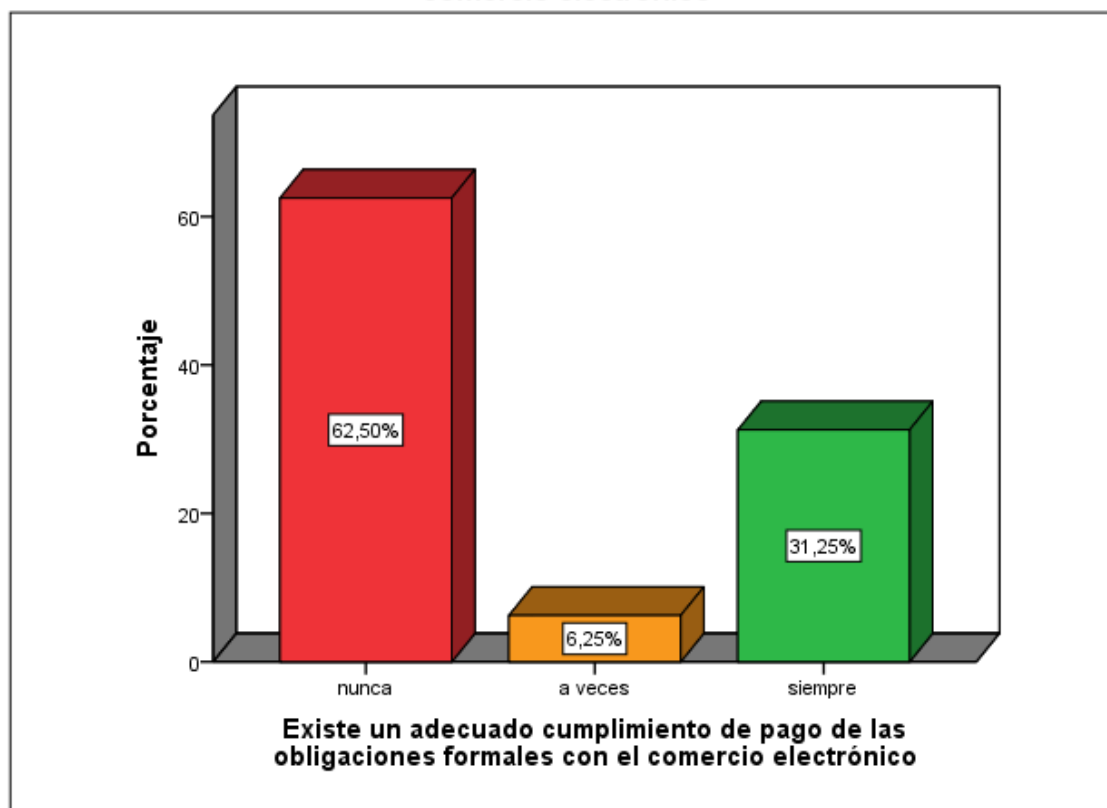
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	10	62,5	62,5	62,5
	a veces	1	6,3	6,3	68,8
	siempre	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 9 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico

Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico



INTERPRETACION

El proyecto de investigación titulado «Impacto del comercio electrónico en el cumplimiento tributario en la ciudad de Juliaca 2023» arrojó los siguientes resultados:

A la cuestión planteada ¿Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico? El 62% respondió que nunca; el 31.25% respondió que siempre y el 6.25% contestó que a veces existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca.

Tabla 11 *Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico*

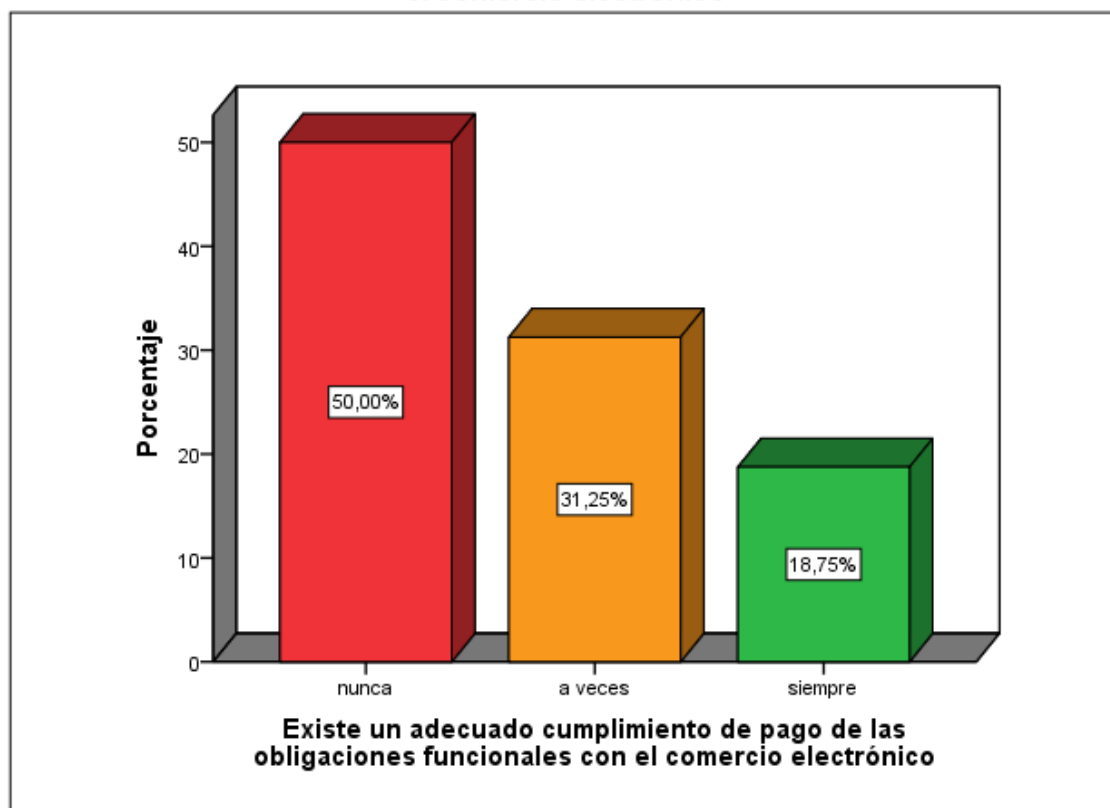
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	8	50,0	50,0	50,0
	a veces	5	31,3	31,3	81,3
	siempre	3	18,8	18,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia

Figura 10 Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico

Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico



Nota: tabla 11

INTERPRETACION

El proyecto de investigación titulado «Impacto del comercio electrónico en el cumplimiento tributario en la ciudad de Juliaca 2023» arrojó los siguientes resultados:

A la interrogante planteada ¿Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico? El 50.0% respondió que nunca; el 31.25% respondió que a veces y el 18.25% respondió que siempre existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 12 Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comercio electrónico	,196	16	,103	,854	16	,015
Obligaciones tributarias	,315	16	,000	,769	16	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Para muestras inferiores a 50 unidades usaremos la prueba de normalidad de Shapiro wilk para muestras no paramétricas.

4.2.2. Contrastación de hipótesis general

HG1 : La obligación tributaria se relaciona de manera directa con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca 2023

HG0 : La obligación tributaria no se relaciona de manera directa con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca 2023

Tabla 13 Correlación entre comercio electrónico y obligaciones tributarias

Correlaciones			Comercio electrónico	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Comercio electrónico	Coeficiente de correlación	1,000	,891**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	16	16
Obligaciones tributarias	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,891**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	16	16

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

INTERPRETACION

Con un coeficiente Rho de Spearman de 0,891, el marcador de evaluación de la asociación indica una relación positiva especialmente fuerte, lo que nos permite concluir que los componentes están relacionados. Además, se sabe que el nivel de significación se alcanza cuando el valor es inferior a 0,05. En este caso, el valor de significación es $p = 0,0000$, lo que nos permite especular y concluir que el e-business y el compromiso con la responsabilidad de la ciudad de Juliaca 2023 están directamente relacionados.

4.2.3. Contrastación de hipótesis específica 1

HG1 : Existe relación significativa entre el uso de medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023

HG0 : No existe relación significativa entre el uso de medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023

Tabla 14 *Correlación entre medios digitales y obligaciones tributarias*

Correlaciones		Obligaciones tributarias	Medios electrónicos
Rho de Spearman	de Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	de Medios electrónicos
		1,000	,910**
		Sig. (bilateral)	.
		N	16
	Medios electrónicos	Coeficiente de correlación	de Obligaciones tributarias
		,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	16

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

INTERPRETACION

Con un coeficiente Rho de Spearman de 0,910, el puntero de evaluación de la afiliación indica la presencia de una relación positiva sin precedentes; en consecuencia, podemos estar seguros de que existe una relación entre la variable compromisos de motivo y la perspectiva de los medios electrónicos. Del mismo modo, se ha demostrado que un valor inferior a 0,05 indica que se cumple el nivel de significación. En el presente caso, el valor de significancia es $p = 0.0000$, lo que indica que se cumple la hipótesis y que existe una correlación necesaria entre el uso de medios electrónicos y la adhesión a compromisos de gasto en la ciudad de Juliaca en el 2023.

4.2.4. Contrastación de hipótesis específica 2

HE2 : Existe relación significativa entre el grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023

HG0 : No existe relación significativa entre el grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023

Tabla 15 *Correlación entre apertura al cambio tecnológico y obligaciones tributarias*

Correlaciones		Obligaciones tributarias		Apertura al cambio tecnológico	
Rho Spearman	de Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	de	1,000	,823**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		16	16
	Apertura al cambio tecnológico	Coeficiente de correlación	de	,823**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		16	16

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).



INTERPRETACION

Con un coeficiente Rho Spearman de 0,823, el puntero de evaluación de la asociación demuestra una relación positiva excepcionalmente fuerte; en consecuencia, es seguro que la variable obligaciones de utilización y la perspectiva de receptividad al cambio están relacionadas. Además, se sabe que el nivel de significación se alcanza cuando el valor es inferior a 0,05. En este caso, el valor de significancia es $p = 0.0000$, lo que nos permite ver la especulación y asegurar que existe una enorme correlación entre el grado de responsividad al cambio mecánico y la consistencia con las obligaciones de gasto de la ciudad de Juliaca 2023.



4.3. DISCUSION DE RESULTADOS

Al principal objetivo planteado el cual fue identificar la relación de negocios en la web y su consistencia con los compromisos de cobro en la ciudad de Juliaca 2023, existe una conexión inmediata entre los negocios en línea y la consistencia con los compromisos de cobro, siendo así que a mayor frecuencia de uso de medios electrónicos de comercio a través del uso de plataformas como las facturas digitales ayudan al cumplimiento de obligaciones.

Villanueva Valdivia (2022) en su trabajo de exploración denominado «Negocios en línea y consistencia con los compromisos de gasto en el comercio minorista, en la localidad de Cajamarca, en el periodo 2020 - 2021» presume adicionalmente que la variable negocios en línea está firmemente relacionada con la consistencia con los compromisos de gasto, debido a que el coeficiente de conexión de Pearson (r) es equivalente a 0,861, y el 71% de los ciudadanos que participan en negocios en línea comunicaron que cumplen con sus compromisos de gasto, es decir, en la medida en que los negocios en línea se llenen de manera suficiente, los ciudadanos igualmente seguirán sus compromisos de gasto y se sumarán al desarrollo financiero de nuestro país (Villanueva Valdivia, 2022).

Castillón Vargas y Paucarcaja Ochoa (2023) en su trabajo de exploración denominado «Los negocios en la web y su efecto en los compromisos de cargo en las asociaciones del área material, Lima 2021» razonaron que los negocios en internet bien afectan los compromisos de



cargo. Según los resultados de la revisión, las asociaciones se concentraron en utilizar algunos aparatos electrónicos para la facturación, como la etapa SUNAT, utilizando todos los métodos de pago a plazos para reunir ofertas, y cumplir con el compromiso de pagar los cargos a tiempo. Según los resultados de la reunión, todos los animadores con los que se conversó coinciden en que los nuevos avances ayudan a las organizaciones en áreas específicas, como el área de materiales, a pagar sus cargos a tiempo, ya que el efectivo en este tipo de negocios es rápido y, por lo tanto, pueden tener la financiación para pagar sus compromisos. (Castillon Vargas & Paucarcaja Ochoa, 2023)

A los objetivos específicos planteados por la investigadora los cuales son analizar la correlación entre medios electrónicos y el cumplimiento de la responsabilidad tributaria en la ciudad de Juliaca 2023 y desglosar la conexión entre el nivel de receptividad al cambio mecánico y la presentación de responsabilidad de gastos en la ciudad de Juliaca 2023, se obtuvo posteriormente que estos tienen una relación inmediata con una relación superior a 0.80, lo que muestra una conexión positiva excepcionalmente impresionante con la satisfacción de compromisos en la ciudad de Juliaca 2023.

Ruíz Hidalgo y Siota Álvarez (2021) en su artículo de exploración denominado «El esfuerzo coordinado de etapas informatizadas en la aplicación y surtido de cargos.» Razones por las que los atributos excepcionales de las etapas avanzadas que se encuentran a medio camino en el arreglo de administraciones o la oferta de mercancías las convierten en colegas apropiados de las organizaciones de servicio mientras prestan



ayuda y esfuerzo coordinado a los clientes de las etapas anteriormente mencionadas en la consistencia de sus compromisos de evaluación. Es crítico, sin embargo, verbalizar las maneras de lograr tal ayuda y esfuerzo conjunto, deliberado u obligatorio, con respecto a las etapas informatizadas; a la luz del hecho de que, principal a lo largo de estas líneas, será factible progresar en los reordenamientos y control del uso de cargos, asegurando la adecuación de la obligación de contribuir. (Ruíz Hidalgo & Siota Álvarez, 2022)



CONCLUSIONES

PRIMERA : Con un coeficiente Rho de Spearman de 0,891 y un nivel de significación de $p < 0,05$, se ha establecido que existe una relación positiva excepcionalmente grande. Con un valor de significación de $p = 0,0000$, se puede afirmar que la obligación del deber está directamente relacionada con los negocios en línea en la ciudad de Juliaca 2023, lo que indica que se reconoce la especulación.

SEGUNDA : Según la investigación, los resultados indicaban una correlación entre los medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones financieras, 62.5% respondió que está de acuerdo con el uso de medios electrónicos, el 43.75% respondió que está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales, el 56.25% está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales.

TERCERA : Se concluye que existe relación entre la apertura al cambio tecnológico y las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023 puesto que el 56.25% respondió que tiene la disposición de modernizarse en el uso de medios tecnológicos, el 50.0% opina que los medios electrónicos ayudan en llegar a nuevos clientes.



RECOMENDACIONES

PRIMERA : Se sugiere que la organización de gastos dirija misiones de mindfulness para controlar la coherencia con los compromisos de gastos por las razones siguientes por medio del comercio electrónico, así mismo brindar capacitaciones para la incursión de comerciantes en los medios electrónicos de comercialización de productos en la ciudad de Juliaca.

SEGUNDA : A la administración tributaria realizar capacitaciones para el correcto uso de medios electrónicos y plataformas virtuales para la comercialización de productos por parte de los comerciantes y para que los clientes tengan conocimientos sobre el pago mediante medios electrónicos en la ciudad de Juliaca.

TERCERA : Debido a que la investigación demuestra que existe una apertura al cambio mediante el uso de las tecnologías, estas deben tener la información adecuada para la óptima utilización del comercio electrónico respetando y cumpliendo con las obligaciones tributarias.

**BIBLIOGRAFIA**

- Aceituno, H. V. (2023). *Influencia del comercio electrónico por redes sociales en la evasión tributaria de los comerciantes de la ciudad de Puno - 2023*. Universidad Privada San Carlos <https://doi.org/oai:repositorio.upsc.edu>
- Alderete, M. (2019). ¿Hacia el social commerce? El valor de las redes sociales en la MiPyME de Córdoba, Argentina. *Unilibre*, 15(1).
- Bravo, F. (8 de junio de 2020). *SUNAT: El 60% de vendedores en línea operan sin RUC y evaden impuestos*. <https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2020/sunar-evasion-comercio-electronico.html/>
- Caicedo, R. (2017). *El comercio electrónico y la recaudación del impuesto al valor agregado en el Ecuador*. ECUADOR: IAEN Ambato. <https://doi.org/http://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/5913>
- Calderon, A. I. (2018). *El control interno y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales*. JULIACA: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/512/Aida_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Capese. (2021). *Reporte oficial de la industria Ecommerce en el Perú*. LIMA: Observatorio Ecommerce.
- Castillon Vargas, F. I., & Paucarcaja Ochoa, G. L. (2023). *El comercio electrónico y su impacto en las obligaciones tributarias en empresas de sector textil, en el C.C. Parque Cánepa, Lima 2021*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Clarke, R. (2019). *Comercio electrónico*.



- Cleeland, S. (2017). *Electronic Commerce*. ESTADOS UNIDOS: International Studies. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.85>
- Comercio y desarrollo (ONU). (03 de mayo de 2021). *El comercio electrónico mundial alcanza los 26,7 billones de dólares mientras COVID-19 impulsa las ventas en línea*. <https://unctad.org/es/news/el-comercio-electronico-mundial-alcanza-los-267-billones-de-dolares-mientras-covid-19-impulsa>
- Gariboldi, G. (2018). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. BUENOS AIRES: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Guillermo, A. (2019). *Incorporación del comercio electrónico y su aporte en la rentabilidad de las Mypes de la ciudad de Pucallpa 2018*. PUCALLPÁ: Universidad Alas Peruanas.
- Gutierrez, N., Barrueto, M., & Orellana, M. (2020). La fiscalidad del comercio electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Quipokamayoc*, 28(57), 67-74. <https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18062>
- Guzman, A. (2018). El S-commerce: La innovación a través de Medios Sociales. *Journal of technology management & innovation*, 13(1). <https://doi.org/10.4067/S0718-27242018000100056>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Huanca, I. (2019). *El comercio electrónico prestado por sujetos no domiciliados a personas naturales no habituales*. LIMA:



<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/9435/HuancavargasIvonne.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Iancu, E. (2018). Breve reseña del comercio electrónico. *The USV Annals of economics and public administration*, 18(2), 148-154.

Lozano, V. (01 de julio de 2023). *Comercio electrónico, ventas que se proyectan más allá de lo digital*. <https://andina.pe/agencia/noticia-fallece-hospital-rebagliati-enfermera-victima-agresion-sexual-y-fisica-puno-936304.aspx/Procuradur%C3%ADa%20pide%20S/noticia-comercio-electronico-ventas-se-proyectan-mas-alla-de-digital-991455.aspx>

Mamani, M. A. (2022). *El comercio electrónico y su incidencia en las obligaciones tributarias de las Mypes comercializadoras de ropa de la ciudad de Juliaca, 2021*. Universidad Nacional del Altiplano.
<https://doi.org/20.500.14082/21624>

Martínez, F. J. (2020). *El IVA en el comercio electrónico. Régimen especial aplicable a los servicios electrónicos*. Universidad Miguel Hernández de Elche. <https://doi.org/oai:dspace.umh.es:11000/25664>

Mendoza, P. J., & Peralta, C. E. (2023). *Obligación tributaria y el comercio electrónico en pequeñas y medianas empresas de la Región Junín*. Universidad Continental.

Narvaez, M. (11 de agosto de 2023). *Investigación básica: Qué es, ventajas y ejemplos*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-basica/>



Organización de las Naciones Unidas (ONU). (13 de diciembre de 2023). *El comercio electrónico mundial crece hasta los 26,7 billones de dólares, impulsado por la COVID-19.*

<https://news.un.org/es/story/2021/05/1491592>

Pacheco, P. (2021). La importancia de los medios digitales para el posicionamiento de una marca de moda en Facebook e Instagram. *Revista ComHumanitas*, 12(1), 19-31.

Perdigon, R., Viltres, H., & Madrigal, I. R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 192-208.

Pintado, C. (2020). *Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria*. LAMBAYEQUE: <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8390>.

Plasencia, M. (2021). *Regímenes tributarios y su impacto en el comercio electrónico a través de la plataforma Marketplace de Lima*. LIMA: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33855/Villacorta%20Plasencia%20Maritza%20Bertha.pdf?sequence=1>.

Quijano, G. A. (2019). *Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales*. COLOMBIA: Universidad Santo Tomas.



- Quispe, J. (2020). *Cultura Tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Unido Santa María de la Ciudad de Juliaca*:https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3748/Willy_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Rios, A. (2019). Las nuevas tendencias del comercio electrónico en el marco del T-MEC. *Ius Comitiãlis*, 2(3), 62-83.
- Ruíz Hidalgo, C., & Siota Álvarez, M. (2022). The collaboration of digital platforms in the application and collection of taxes (La colaboración de las plataformas digitales en la aplicación y en la recaudación de los tributos). *THĒMIS-Revista de Derecho*, 79(1), 175 - 192.
<https://doi.org/10.18800/themis.202101.010>
- Sanbria, V. L., Torres, L. A., & López, L. M. (2018). Comercio electrónico a nivel de ventas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(80), 132-154.
- Sánchez, J. (2015). *Coppel tiene la mejor plataforma de e-commerce*. MEXICO: El economista.
- Sanchez, S. (2019). *Importancia del comercio electrónico en las PYMES del sector automotriz en la ciudad de Juliaca*. JULIACA:
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2874/Shirley_Trabajo_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Sierra, J. P., Caro, J. M., Suarez, R., & Álvarez, S. L. (2022). Comercio electrónico y las tendencias tributarias del sector gastronómico en



Colombia durante la COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(2), 217-230. <https://doi.org/280/28070565015/>

Silva, R. (2018). *Beneficios del comercio electrónico*. BOLIVIA: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942160008>.

Statista Research Department. (10 de diciembre de 2023). *El comercio electrónico en Perú - Datos estadísticos*.

<https://es.statista.com/temas/9703/e-commerce-en-peru/>

Tokar, T., Jensen, R., & Williams, B. (2021). A guide to the seen costs and unseen benefits of e-commerce. *Business Horizons*, 64(3), 323-332. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.01.002>

Universidad de Jaén. (13 de octubre de 2023). *Metodología cuantitativa*. https://web.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuanti.html

Vidal, W. (2020). *El comercio electrónico y la realidad peruana*. HUANUCO: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6553/PNT00012V63.pdf?sequence=6&isAllowed=y>.

Villanueva Valdivia, N. (2022). *Comercio electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del sector retail, en el distrito de Cajamarca, en el periodo 2020 – 2021*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.

Vizueta, A., Guamán, R., & Fuentes, M. (2020). Análisis de la publicidad engañosa en medios de comunicación digitales. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1(1), 31.



ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA: IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODO	POBLACION Y MUESTRA
<p>Problema general.</p> <p>¿Cuál es la relación existente del comercio electrónico sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias Juliaca 2023?</p>	<p>Objetivo general.</p> <p>Identificar la relación existente del comercio electrónico sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023</p>	<p>Hipótesis general.</p> <p>La obligación tributaria se relaciona de manera directa con el comercio electrónico en la ciudad de Juliaca 2023.</p>	<p>Variable 1.</p> <p>Comercio electrónico</p>	<p>medios electrónicos</p> <p>apertura al cambio tecnológico</p>		<p>para esta investigación la muestra quedo conformada por 16 personas dedicadas al comercio electrónico en la ciudad de Juliaca durante los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo del año 2023.</p>
<p>Problemas específicos.</p> <p>¿Cuál es la relación existente entre el uso de medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación que hay entre el grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023?</p>	<p>Objetivos específicos.</p> <p>Analizar la relación entre medios electrónicos y el cumplimiento de la responsabilidad tributaria en la ciudad de Juliaca 2023.</p> <p>Analizar la relación entre grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.</p>	<p>Hipótesis específica.</p> <p>Existe relación significativa entre el uso de medios electrónicos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.</p> <p>Existe relación significativa entre el grado de apertura al cambio tecnológico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la ciudad de Juliaca 2023.</p>	<p>Variable 2.</p> <p>Obligaciones tributarias</p>	<p><u>cumplimiento de obligaciones tributarias</u></p> <p>obligaciones sustanciales</p> <p>obligaciones formales</p> <p>obligaciones funcionales</p>	<p><u>Diseño:</u> no experimental</p> <p><u>Tipo:</u> básica</p> <p><u>Nivel:</u> correlacional</p> <p><u>Enfoque:</u> cuantitativa.</p>	



ANEXO N° 02 ENCUESTA

NOMBRES Y APELLIDOS : _____

TITULO :

1 = Nunca	2 = A veces	3 = Siempre
-----------	-------------	-------------

I. COMERCIO ELECTRÓNICO				
Medios electrónicos		1	2	3
1.	Está de acuerdo con el uso de medios electrónicos para facilitar la compra venta de productos			
2.	Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuales que favorecen el comercio electrónico			
3.	Está de acuerdo con la emisión de facturas electrónicas			
4.	Está de acuerdo con la incorporación de medios de pago digitales que existe en la actualidad			
Apertura al cambio tecnológico		1	2	3
5.	Usted tiene la disposición de modernizarse en cuanto a la utilización de medios tecnológicos			
6.	Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a llegar a nuevos clientes			
7.	Usted considera que existe exclusividad en el uso de los medios electrónicos para el comercio electrónico.			
II. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				
Obligaciones sustanciales, formales y funcionales		1	2	3
8.	Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones sustanciales con el comercio electrónico			
9.	Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones formales con el comercio electrónico			
10	Existe un adecuado cumplimiento de pago de las obligaciones funcionales con el comercio electrónico			

Muchas gracias.



ANEXO N° 03

Tabulación de datos

*ESTADISTICO contabilidad UANCV comercio electronico.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	medios_electrónicos	Numérico	8	0	Está de acuerdo con el uso de medios electrónico...	{1, nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
2	plataformas_virtual...	Numérico	8	0	Está de acuerdo con el uso de plataformas virtuale...	{1, nunca}...	Ninguno	13	Derecha	Ordinal	Entrada
3	facturas_electróni...	Numérico	8	0	Está de acuerdo con la emisión de facturas electró...	{1, nunca}...	Ninguno	13	Derecha	Ordinal	Entrada
4	medios_de_pago_...	Numérico	8	0	Está de acuerdo con la incorporación de medios d...	{1, nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Ordinal	Entrada
5	disposición_mode...	Numérico	8	0	Usted tiene la disposición de modernizarse en cua...	{1, nunca}...	Ninguno	17	Derecha	Ordinal	Entrada
6	nuevos_clientes	Numérico	8	0	Usted cree que los medios tecnológicos ayudan a ...	{1, nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
7	exclusividad	Numérico	8	0	Usted considera que existe exclusividad en el uso ...	{1, nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	obligaciones_sust...	Numérico	8	0	Existe un adecuado cumplimiento de pago de las ...	{1, nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	obligaciones_funci...	Numérico	8	0	Existe un adecuado cumplimiento de pago de las ...	{1, nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	obligaciones_form...	Numérico	8	0	Existe un adecuado cumplimiento de pago de las ...	{1, nunca}...	Ninguno	7	Derecha	Ordinal	Entrada
11	v1	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
12	v2	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
13	d1	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
14	d2	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											

Vista de datos Vista de variables



*ESTADISTICO contabilidad UANCV comercio electronico.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

35 : v1 Visible: 14 de 14 variables

	medios_el_electrónicos	plataformas_virtuales	facturas_electrónicas	medios_pago_digitales	disposición_modernización	nuevos_clientes	exclusividad	obligaciones_sustanciales	obligaciones_funcionales	obligaciones_formales	v1	v2	d1	d2
1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	19,00	7,00	11,00	8,00
2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	1	17,00	4,00	10,00	7,00
3	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	16,00	3,00	9,00	7,00
4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	8,00	3,00	4,00	4,00
5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	20,00	7,00	12,00	8,00
6	3	2	1	2	2	2	3	2	1	1	15,00	4,00	8,00	7,00
7	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	20,00	8,00	12,00	8,00
8	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	11,00	3,00	4,00	7,00
9	2	3	2	3	3	3	1	2	1	1	17,00	4,00	10,00	7,00
10	3	2	3	3	3	3	2	1	1	2	19,00	4,00	11,00	8,00
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	21,00	8,00	12,00	9,00
12	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	8,00	3,00	4,00	4,00
13	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	20,00	8,00	12,00	8,00
14	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	11,00	3,00	6,00	5,00
15	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	20,00	8,00	12,00	8,00
16	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	9,00	4,00	5,00	4,00
17														
18														
19														
20														
21														

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO



ANEXO N° 04

GRADO DE ASOCIACIÓN DE VARIABLES

COEFICIENTE	INTERPRETACIÓN
$r = 1$	Correlación perfecta
Mayor a 0.80	Muy fuerte
Entre 0.60 y 0.80	Fuerte
Entre 0.40 y 0.60	Moderado
Entre 0.20 y 0.40	Baja
Entre 0 y 0.20	Muy baja
$r = 0$	Nula



Validación de instrumento Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: **MAMANI MAMANI, JESUS**
2. Cargo e institución donde labora: **DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: **ENCUESTA**
4. Autor del instrumento: **LIZ JHOVANA CONDORI COAQUIRA**
5. Título de la tesis: **IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023**

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

..... *Ninguna*

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

93

Lugar y fecha: Juliaca, 25 de setiembre del 2024

[Firma manuscrita]

.....

Firma del experto
DNI N°: 02425043



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 09-01-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: LIZ JHOVANA CONDORI COAQUIRA
Dirección: Jr. AZANGARO # 704
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: 997572013 email: Jhovana040795@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
Escuela Profesional o Mención: ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Título o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Asesor: Dr. CARLOS ADOLFO LUSAN URSUOLA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:
Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA CIUDAD DE JULIACA 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): COMERCIO ELECTRONICO, MEDIOS ELECTRONICOS, OBLIGACION TRIBUTARIA

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?
1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.
² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.


La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ECONOMIA SECTORIAL - P 16


Firma de Autor



huella digital

09-01-2025

Fecha