

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el
comercio electrónico en el distrito de Tumbes, 2023.

Tesis

Para optar el título profesional de Abogado

Autor:

Br. Oviedo Yañes Luis Jesus

Tumbes

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico en el distrito de Tumbes, 2023.

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Chanduví Vargas, Hugo:

ORCID: 0000-0002-7655-8487

Mg. Gonzales Preciado, Anyi Solange:

ORCID: 0009-0004-0826-4075

Dra. Alcántara Mío, Carmen Rosa:

ORCID: 0000-0001-8794-0844

Presidente

Secretaria

Asesora – Vocal

Tumbes

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el
comercio electrónico en el distrito de Tumbes, 2023.

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido
y forma:**

Oviedo Yañes, Luis Jesus

ORCID: 0009-0001-7075-2617

(Autor)

Dra. Alcántara Mío, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8794-0844

(Asesora)

Tumbes

2025

CERTIFICACIÓN

Dra. CARMEN ROSA ALCANTARA MIO, docente principal de la Universidad Nacional de Tumbes, adscrita al Departamento Académico de Derecho de la Facultad de Derecho y Ciencia Política:

CERTIFICO:

Que el informe de Tesis: ***“Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico, en el distrito de tumbes, 2023”*** presentado por bachiller en Derecho **Luis Jesus Oviedo Yañes**, ha sido asesorado y revisado por mi persona. Por lo tanto, autorizo su presentación e inscripción en la Escuela de Derecho de la Universidad Nacional de Tumbes para su correspondiente revisión y aprobación.

Tumbes, 19 de octubre de 2025



DRA. CARMEN ROSA ALCANTARA MIO

Asesora de tesis

ORCID: 0000-0001-8794-0844



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS


En la ciudad de Tumbes, el día seis del mes de noviembre del dos mil veinticinco, a las 20:30 horas, los integrantes del jurado, designado con la Resolución Decanal N°168-2025/UNTUMBES-FDCP-D(e); del 17 de julio del 2025, integrado por el Mg. Hugo Chanduví Varga, con DNI N° 80453434 en su condición de presidente, Mg. Anyi Solange Gonzales Preciado, con DNI N° 72289923 en su condición de Secretaria y la Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío, con DNI N° 00252831 en su condición de vocal-asesora con la finalidad de realizar la evaluación del informe final de tesis, titulada: "IMPACTO DEL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2023", para optar el Título Profesional de Abogado, el bachiller Luis Jesus Oviedo Yañes, la que se realiza en FORMA PRESENCIAL, en la Sala de Simulación de Audiencias de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la UNTUMBES.

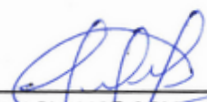
En conformidad con el artículo 71 y siguientes del Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes, la sustentación de tesis es un acto público de exposición y defensa, amparado en las normas reglamentarias invocadas. El presidente del jurado dio por iniciado el acto de sustentación, concediendo el uso de la palabra al tesista, LUIS JESUS OVIEDO YAÑES para que procedan a la sustentación de la Tesis.


Luego de la sustentación, se procedió a la formulación de preguntas y finalmente a la deliberación del jurado, en conformidad con el artículo 75 del Reglamento Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes. Declaran aprobado por unanimidad con el calificativo de Regular () Buena () Muy Buena () y Sobresaliente (X).

Por tanto, el Bachiller, queda APTO para iniciar los trámites administrativos, y el Consejo Universitario de la Universidad Nacional de Tumbes, expida el Título Profesional de Abogado (a), en conformidad con lo estipulado en el Artículo N° 90 del Estatuto de la Universidad Nacional de Tumbes y lo normado en el Reglamento de Grados y Títulos.

Siendo las 21 horas con 30 minutos, del mismo día, el presidente del jurado da por concluido el presente acto académico, de sustentación de tesis, para mayor constancia de lo actuado firmaron en señal de conformidad todos los integrantes del jurado.


Mg. HUGO CHANDUVÍ VARGAS
DNI N° 80453434
Código ORCID 0000-0002-7655-8487
Presidente


Mg. ANYI SOLANGE GONZALES PRECIADO
DNI N° 72289923
Código ORCID 0009-0004-0826-4075
Secretaria


Dra. CARMEN ROSA ALCÁNTARA MÍO
DNI N° 00252831
Código ORCID 0000-0001-8794-0844
Asesora-vocal

LUIS JESÚS OVIEDO YAÑES

CORREGIDO INFORME FINAL DE TESIS - LUIS JESUS OVIEDO YAÑES.Rev. 28.set.2025.

 Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico en el distrito de Tumbes, 2023

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:515051061

Fecha de entrega

19 oct 2025, 12:37 GMT-5

Fecha de descarga

19 oct 2025, 12:40 GMT-5

Nombre del archivo

CORREGIDO INFORME FINAL DE TESIS - LUIS JESUS OVIEDO YAÑES.Rev. 28.set.2025..docx

Tamaño del archivo

287.0 KB

76 páginas

18.816 palabras

111.935 caracteres



Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío
ORCID: 0000-0001-8794-0844
Asesora




18% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 15%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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

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



Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío
ORCID: 0000-0001-8794-0844
Asesora

Fuentes principales

- 11% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 15% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2024-11-23	8%
2	Internet	hdl.handle.net	1%
3	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
4	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
5	Internet	www.dspace.uce.edu.ec	<1%
6	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
7	Internet	repositorio.upsc.edu.pe	<1%
8	Internet	repositorio.upse.edu.ec	<1%
9	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional Mayor de San Marcos on 2024-11-16	<1%
10	Trabajos del estudiante	ucol on 2023-10-10	<1%
11	Internet	journal.pubmedia.id	<1%

Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío
ORCID: 0000-0001-8794-0844
Asesora

12	Internet	renati.sunedu.gob.pe	<1%
13	Trabajos del estudiante	Universidad Privada del Norte on 2024-09-18	<1%
14	Internet	repositorio.unu.edu.pe	<1%
15	Trabajos del estudiante	Hanoi University on 2025-05-19	<1%
16	Internet	upc.aws.openrepository.com	<1%
17	Publicación	Rios Sucasaca, Kelly Dalia. "Gobierno electrónico y gestión administrativa de la U..."	<1%
18	Trabajos del estudiante	Universidad Autonoma de Chile on 2024-11-27	<1%
19	Internet	repositorio.unap.edu.pe	<1%
20	Internet	revistas.unjbg.edu.pe	<1%
21	Internet	dspace.ups.edu.ec	<1%
22	Internet	repositorio.unapikitos.edu.pe	<1%
23	Trabajos del estudiante	uniandesecon on 2024-11-26	<1%
24	Internet	jurnal.unikal.ac.id	<1%
25	Internet	revistas.udem.edu.co	<1%

Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío
ORCID: 0000-0001-8794-0844
Asesora

26	Internet	www.hs-schmalkalden.de	<1%
27	Trabajos del estudiante	Universidad La Salle on 2023-11-03	<1%
28	Internet	docs.google.com	<1%
29	Trabajos del estudiante	University of Queensland on 2025-05-30	<1%
30	Internet	repositorio.untumbes.edu.pe	<1%
31	Trabajos del estudiante	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2025-03-12	<1%
32	Trabajos del estudiante	Botswana Accountancy College on 2024-09-20	<1%
33	Publicación	Rita Anna Ambrus, Katalin Borbély. "Tax knowledge in connection with tax compl..."	<1%
34	Trabajos del estudiante	Universidad Miguel Hernandez Servicios Informaticos on 2023-06-09	<1%
35	Internet	repositorio.autonoma.edu.pe	<1%
36	Trabajos del estudiante	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2025-09-25	<1%
37	Trabajos del estudiante	Universidad del Istmo de Panamá on 2025-01-31	<1%
38	Internet	fs.unm.edu	<1%
39	Internet	latam.redilat.org	<1%

Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío
ORCID: 0000-0001-8794-0844
Asesora

40	Trabajos del estudiante	Universidad Andina del Cusco on 2019-11-28	<1%
41	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2016-05-26	<1%
42	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional Federico Villarreal on 2024-10-04	<1%
43	Trabajos del estudiante	Universidad Tecnológica del Peru on 2024-12-08	<1%
44	Trabajos del estudiante	Universidad Tecnológica del Peru on 2025-01-31	<1%
45	Trabajos del estudiante	uncedu on 2024-03-10	<1%
46	Internet	www.espirituemprededortes.com	<1%
47	Trabajos del estudiante	Michigan Technological University on 2025-03-17	<1%
48	Trabajos del estudiante	Universidad Alas Peruanas on 2022-10-26	<1%
49	Trabajos del estudiante	Universidad Católica del CIBAO on 2022-11-14	<1%
50	Trabajos del estudiante	Universidad TecMilenio on 2025-06-03	<1%
51	Internet	rccd.ucf.edu.cu	<1%
52	Internet	www.coursehero.com	<1%
53	Trabajos del estudiante	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2025-05-28	<1%

Dra. Carmen Rosa Alcántara Mío
 ORCID: 0000-0001-8794-0844
 Asesora

54	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-16	<1%
55	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2025-08-01	<1%
56	Trabajos del estudiante	Universidad Tecnológica Indoamerica on 2024-07-31	<1%
57	Trabajos del estudiante	National University College - Online on 2025-05-06	<1%
58	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2022-05-23	<1%
59	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Cajamarca on 2025-10-16	<1%
60	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Trujillo on 2025-05-20	<1%
61	Internet	congresociica.unach.mx	<1%
62	Internet	www.alfapublicaciones.com	<1%

Dra. Carmen Rosa Alcántara Mio
ORCID: 0000-0001-8794-0844
Asesora

DEDICATORIA

*A mi padre, por haberme brindado el espacio y tiempo
necesario, asimismo, a mi familia, por recordarme
continuamente que había que terminar lo que inició
aquel año 2016.*

AGRADECIMIENTO

A mi asesora, por la espera y los recordatorios constantes de culminar mi trabajo de investigación y conseguir el tan anhelado objetivo profesional, asimismo, a todas y cada una de las personas quienes de forma incondicional me apoyaron para conseguir el mayor objetivo de todo egresado.

Un fuerte abrazo a todos y cada uno de ustedes.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	xiii
AGRADECIMIENTO.....	xiv
ÍNDICE GENERAL.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
RESUMEN.....	xix
ABSTRAC.....	xx
I. INTRODUCCIÓN.....	21
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	24
III. METODOLOGÍA.....	45
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	56
V. CONCLUSIONES.....	74
VI. RECOMENDACIONES.....	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ANEXOS.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Baremos de la variable Cumplimiento de las obligaciones tributarias	51
Tabla 2: Baremos de la variable comercio electrónico	52
Tabla 3: Nivel de confiabilidad de las variables	53
Tabla 4: Descripción de la muestra	56
Tabla 5: Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.....	57
Tabla 6: Analizar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023	59
Tabla 7: Prueba de normalidad de datos	60
Tabla 8: Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023	61
Tabla 9: Influencia del grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.	62
Tabla 10: Incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.	63
Tabla 11: Impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023.	64
Tabla 12: Confiabilidad.....	65
Tabla 13: Estadística de confiabilidad del cuestionario, por ítems	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.....	57
Figura 2: Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023, según dimensiones.	58
Figura 3: Nivel de desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.	59
Figura 4: <i>Puntos de dispersión del Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023</i>	61
Figura 5: <i>Dispersión de puntos de la Influencia del grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes.</i>	62
Figura 6: <i>Punto de dispersión de la Incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.</i>	63
Figura 7: <i>Puntos de dispersión del Impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023.</i>	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia	89
Anexo 2 Matriz de operacionalización de las variables.....	90
Anexo 3: Cuestionario N° 01.....	92
Anexo 4: Cuestionario N° 02.....	94

RESUMEN

Siendo el objetivo principal de este estudio, analizar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023. Se realizó a través enfoque cuantitativo, básico y no experimental, descriptivo y correlacional – causal. Con una muestra no probabilística e intencional de 97 emprendedores dedicados al comercio electrónico, con residencia en el distrito de Tumbes. Se utilizó una técnica de encuesta y dos cuestionarios que se crearon para cada variable.

Resultando que existe un impacto positivo y significativo del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico, lo cual se verificó a partir del valor Nagelkerke que se estima en un 88.1% (0,881), lo que confirma la variabilidad en el desarrollo del comercio electrónico, desde la variabilidad del cumplimiento de las obligaciones tributarias. Respecto al nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias, se obtuvo que, el 53,6% de los emprendedores presentan un nivel alto de cumplimiento. En comprobación de hipótesis, ésta se realizó por pruebas de correlación de spearman, lo que permitió confirmar con un valor de p-valor menor a 0.05; por ende, se confirmó que existe impacto positivo y significativo del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico.

Palabras clave: cumplimiento de las obligaciones tributarias, comercio electrónico, impacto

ABSTRAC

The main objective of this study is to analyse the impact of tax compliance on the development of e-commerce in the District of Tumbes during the year 2023. It was conducted using a quantitative, basic, non-experimental, descriptive, and correlational-causal approach. A non-probabilistic, intentional sample of 97 entrepreneurs engaged in e-commerce and residing in the district of Tumbes was used. A survey technique and two questionnaires created for each variable were used.

The results show that there is a positive and significant impact of tax compliance on the development of e-commerce, which was verified using the Nagelkerke value, estimated at 88.1% (0.881), confirming the variability in the development of e-commerce based on the variability in tax compliance. With regard to the level of compliance with tax obligations, it was found that 53.6% of entrepreneurs have a high level of compliance. Hypothesis testing was performed using Spearman's correlation tests, which confirmed a p-value of less than 0.05; therefore, it was confirmed that there is a positive and significant impact of tax compliance on the development of e-commerce.

Keywords: tax compliance, e-commerce, impact

I. INTRODUCCIÓN

La investigación se ha elaborado para determinar de qué manera el cumplimiento de las obligaciones tributarias influye en el desarrollo del comercio electrónico en el distrito de Tumbes en el año 2023. Pero esta evolución no está exenta de dificultades, sobre todo en lo que se refiere al cumplimiento de las obligaciones tributaria por aquellas personas que han entrado en la actividad mercantil por medios digitales. La investigación se desarrolla en un contexto influenciado por la pandemia, que cambió los hábitos de consumo y aceleró la adopción de tecnología por parte de comerciantes y consumidores (Diario El Dinero, 2021).

Hoy en día el e-commerce es una de las maneras de hacer negocios con mayor crecimiento a nivel mundial, y Perú no se queda atrás. En Tumbes, la zona fronteriza, la informalidad y la economía digital son mecanismos para generar ingresos. La evolución no está exenta de dificultades, sobre todo en lo que se refiere al cumplimiento de las obligaciones tributarias por aquellas personas que han entrado en la actividad mercantil por medios digitales.

Por otro lado, no podemos olvidar que la crisis sanitaria de 2020 afectó al comercio, pero no a todos por igual. Muchas empresas que no estaban preparados para vender sus productos y servicios en línea tuvieron que cerrar, empeorando la economía (Pinzay, 2021); pero otras empresas lograron adaptarse a través de las ventas informales o utilizando herramientas digitales como WhatsApp para vender sus productos. Esta situación aceleró la transformación digital, obligando a las empresas a innovar y adoptar modelos de negocio más atrevidos y futuristas (Montalvo y Orozco, 2020), lo que significó reestructurar las organizaciones desde la cultura interna hasta la contratación de personal con habilidades tecnológicas para seguir siendo competitivos en el mercado.

Estas alternativas, sumadas a la mejora en la velocidad y eficiencia de la entrega a domicilio, redujeron la resistencia de los consumidores a comprar por Internet. La aparición de nuevas formas de pago, como códigos QR, billeteras digitales o criptomonedas, aceleró el cambio hacia las compras online (Malhotra, 2021). La mejora en la velocidad y eficiencia de la entrega a domicilio, redujeron la resistencia de los consumidores a comprar por Internet. Además, la posibilidad de realizar

pedidos a comercios locales a través de plataformas digitales y redes sociales amplió las opciones de compra para los consumidores (Miranda, 2021).

Ante la presente investigación titulada "Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico en el distrito de Tumbes, 2023", buscó responder principalmente, ¿Cuál es el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el distrito de Tumbes, durante el año 2023? Asimismo, definió problemas específicos que tienen por finalidad evaluar el grado de claridad normativa, la incidencia de la burocracia tributaria, entre otros.

En ese sentido, esta investigación, contiene una justificación teórica, para complementar el conocimiento existente de los conceptos, teorías modernas y un enfoque vinculado con el impacto del comercio electrónico en las obligaciones tributarias, consultando diversos autores de artículos de revistas indexadas, repositorios y de páginas web enfocadas en las variables materia de investigación, buscando generar aportes.

En cuanto a la justificación práctica, la investigación, esto se hizo porque sus resultados podrían organizarse en una propuesta de uso como conocimiento en las ciencias jurídicas tributarias, ya que, demostraría que el impacto del comercio electrónico es significativo en las obligaciones tributarias.

En cuando a la metodología, para alcanzar los objetivos de estudios, se realizó un proceso metodológico ordenado y sistematizado, utilizando técnicas de investigación cuantitativa orientado al análisis y síntesis sobre la incidencia de las variables, asimismo se empleó un instrumento de investigación como el cuestionario y procesamiento de datos por software SPSS-IBM, cuyos resultados se obtuvieron a través de procesos científicos, como fue la prueba de Nagelkerke cuyos resultados pueden profundizarse en futuros estudios.

Para ello, se estableció como objetivo general analizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el distrito de Tumbes, durante el año 2023 y objetivos específicos como: determinar el grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los

contribuyentes, evaluar la incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico y analizar el impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023

Asimismo, se plantearon como, hipótesis general que, el cumplimiento efectivo de las obligaciones tributarias tiene un impacto positivo significativo en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año, 2023; y en cuanto a las hipótesis específicas, se ha establecido que la falta de claridad en la normativa tributaria relacionada con el comercio electrónico dificulta el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en Tumbes, lo que restringe el desarrollo de esta actividad, que la complejidad de los procedimientos administrativos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico actúa como un obstáculo para el desarrollo de esta actividad, generando desincentivo y costos adicionales para los contribuyentes y que la fiscalización y control tributario efectiva fomentan el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes de comercio electrónico en Tumbes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para la presente investigación, se realizó una exhaustiva revisión de investigaciones previas a nivel internacional, enfocándose en aquellas que fueran relevantes para las variables analizadas. Con el objetivo de asegurar la rigurosidad científica, la información recopilada provino de fuentes confiables como artículos publicados en revistas indexadas de alto impacto. En este contexto, la Unión Europea, con el objetivo de fortalecer su sistema de recaudación y combatir el fraude fiscal en el comercio electrónico transfronterizo, implementó una reforma al impuesto sobre el valor añadido. Esta reforma buscaba nivelar el campo de juego entre las empresas que operan en línea y las que lo hacen de forma tradicional, tanto dentro como fuera del bloque comunitario.

En este sentido, Chao & Shuzhong, (2024) en su artículo de investigación, realizaron un estudio cuantitativo que analizó el impacto de la reforma en las ventas online. Sus hallazgos revelaron una caída del 50% tanto en el valor como en la cantidad de las ventas online hacia países de la Unión Europea. Además, el estudio destaca que fueron los consumidores, y no los vendedores, quienes terminaron absorbiendo la mayor parte del incremento impositivo. Este resultado desafió la creencia popular, respaldada por varios estudios empíricos en Estados Unidos, de que el éxito del comercio electrónico radica en sus ventajas fiscales. Sin embargo, con el crecimiento exponencial de las transacciones online, los gobiernos han comenzado a prestar mayor atención a las pérdidas fiscales que este modelo puede generar. La investigación de Chao & Shuzhong; sugiere que la regulación del comercio electrónico puede tener un impacto significativo en el desarrollo de internet en diferentes regiones, tal como se observó con la implementación de impuestos a las ventas en Amazon, que condujo a una reducción considerable de las compras online.

De manera complementaria, en Rumanía, Tofan & Bostan (2022) en su artículo de investigación, se sumergieron en el complejo mundo del comercio electrónico y su creciente influencia en el panorama legal europeo. A través de una investigación cualitativa, analizaron las directrices y tendencias que han marcado el proceso regulatorio en este ámbito, prestando especial atención a las normas que rigen el control de los pagos a distancia. Su estudio se centró en el régimen del impuesto

al valor agregado (IVA) y su relación con dos pilares fundamentales del derecho: la protección del consumidor y la protección de datos. Partiendo de la premisa de que la adaptación del marco legal es crucial para facilitar el comercio electrónico, los autores argumentaron que estas modificaciones pueden generar cambios indirectos en las normas financieras y tributarias. Asimismo; destacaron que la evolución del sistema regulatorio europeo en materia de comercio electrónico ha traído consigo una serie de beneficios.

En primer lugar, se ha fortalecido el control fiscal, particularmente en lo que respecta al Impuesto al Valor Agregado (IVA). En segundo lugar, se han establecido mecanismos más eficientes para la gestión de los pagos a distancia y, en tercer lugar, se ha logrado un mayor nivel de protección para los consumidores y sus datos personales. En esencia, esta investigación nos muestra cómo el comercio electrónico, además de transformar la forma en que compramos y vendemos, está impulsando una profunda transformación del ordenamiento jurídico, abriendo camino hacia un marco legal más moderno, adaptado a las necesidades del mundo digital y garante de los derechos de los consumidores.

Por otro lado, la investigación de, Argilés-Bosch et al. (2020) en su artículo de investigación, se adentraron en el controvertido debate sobre la relación entre el comercio electrónico y la evasión fiscal en Europa. Su estudio cuantitativo, que abarcó una muestra de empresas matrices europeas del sector minorista en 22 países, arrojó luz sobre esta compleja cuestión. Los resultados de su análisis empírico revelaron que las empresas de comercio electrónico tienden a ser más evasoras en materia fiscal que las empresas tradicionales. Sin embargo, los autores observaron que la brecha entre ambos tipos de empresas se ha ido reduciendo con el tiempo, ya que, las empresas tradicionales también han intensificado sus esfuerzos por eludir el pago de impuestos.

A pesar de esta tendencia, los citados autores, sostienen que el auge del comercio electrónico en los últimos años se debe principalmente a decisiones estratégicas de negocio y a las ventajas que ofrece este modelo frente al comercio tradicional, como la eficiencia económica, la gestión de la información, la coordinación y el impacto en el mercado. Asimismo, los autores destacaron que, contrariamente a lo que se podría pensar, ningún estudio ha encontrado evidencia de que las empresas

adopten el comercio electrónico con el objetivo deliberado de evadir impuestos. En su lugar, argumentan que el comercio electrónico es un modelo de negocio estratégico, basado en principios económicos sólidos y facilitado por las tecnologías de la era digital. En este contexto, la evasión fiscal, si ocurre, sería un subproducto esporádico e involuntario de este modelo, y no su razón de ser.

Abordando la realidad latinoamericana, en Colombia, Borja & González (2024) en su artículo de investigación, se propusieron explorar el poder de la cultura tributaria como un arma para combatir la evasión fiscal a través de un estudio cualitativo, se sumergieron en las profundidades de la doctrina tributaria, analizando conceptos clave como la cultura tributaria, la evasión fiscal, la elusión fiscal y el régimen sancionador. Su investigación, basada en la recopilación y análisis de información doctrinaria, transparentó la importancia de la cultura tributaria en la lucha contra la evasión fiscal.

Los autores concluyeron en que, para fomentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es esencial que los ciudadanos perciban un manejo responsable de los recursos del Estado, que las reformas tributarias sean justas y equitativas, y que se implementen programas educativos efectivos que resalten la importancia de contribuir al bien común. En otras palabras, Borja & González sugirieron que una cultura tributaria sólida, basada en la confianza, la transparencia y la justicia, es fundamental para incrementar la recaudación fiscal y construir un Estado más fuerte y eficiente.

De igual forma, en Ecuador, Ramírez-Álvarez et al. (2022) en su artículo de investigación, se adentraron en el análisis del impacto de la facturación electrónica en la declaración del IVA, su investigación reveló que este sistema digital impulsó la transparencia fiscal al aumentar la declaración de ventas, compras e impuestos a medida que su uso se generaliza. Asimismo, afirmó que, desde su implementación en 2013, la facturación electrónica ha demostrado ser una herramienta eficaz para mejorar el cumplimiento tributario de aquellos contribuyentes obligados a utilizarla. El estudio destacó un efecto positivo y creciente en las declaraciones del IVA, lo que sugiere que la digitalización de este proceso facilita el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Sin embargo, los autores advirtieron que, la percepción de riesgo que genera la facturación

electrónica puede disminuir con el tiempo si la administración tributaria no mantiene controles estrictos y continuos. Es decir, para que la facturación electrónica alcance su máximo potencial como herramienta para combatir la evasión fiscal, es crucial que se complemente con medidas de fiscalización eficaces que garanticen su correcto funcionamiento.

En cuanto al ámbito nacional, para fortalecer la investigación y asegurar su rigor científico, se consideró la tesis realizada por Mamani (2024) quien ha puesto de manifiesto los desafíos que el auge del comercio electrónico plantea al sistema tributario peruano. La facilidad con la que las transacciones en línea pueden eludir el control fiscal ha generado un aumento de la informalidad en este sector, poniendo en jaque la recaudación de impuestos. Con el objetivo de comprender cómo el comercio electrónico afecta el comportamiento fiscal de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del rubro textil en la ciudad de Juliaca, Mamani Cosi se embarcó en una investigación cuantitativa que analizó datos del año 2021.

Los resultados de este estudio revelaron una preocupante realidad: un 60% de los microempresarios encuestados tiene un conocimiento limitado sobre sus obligaciones tributarias, mientras que un 70% percibió que el comercio electrónico tiene un impacto moderado en sus negocios. Esta falta de conciencia fiscal, sumada a la dificultad para fiscalizar las transacciones online, ha generado un efecto negativo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de este sector. El estudio invita a reflexionar sobre la necesidad de adaptar el sistema tributario peruano a la realidad del comercio electrónico, implementando mecanismos de control más efectivos y promoviendo la educación fiscal entre los microempresarios. Solo así se podrá garantizar una recaudación justa y transparente que impulse el desarrollo económico del país.

De la misma manera, la tesis de Aceituno (2024) se sumergió en el complejo mundo del comercio electrónico y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Su investigación se centró en un fenómeno creciente: la evasión fiscal en aquellos negocios que operan en el ciberespacio, sin un local físico que los ancle a la realidad tangible. Con la mirada puesta en el año 2023, Aceituno Coila analizó cómo el comercio electrónico a través de redes sociales influye en el comportamiento fiscal de los comerciantes que no cuentan con un punto de venta

físico. Su estudio correlacional, basado en un diseño no experimental y un método hipotético-deductivo, reveló una conexión significativa entre el comercio electrónico en redes sociales y la evasión tributaria en este grupo de comerciantes.

Precisando que, la falta de declaración de ingresos y la no emisión de comprobantes de pago, prácticas comunes en este sector, contribuyen a la evasión fiscal y a la competencia desleal, distorsionando el mercado y perjudicando a aquellos que cumplen con sus obligaciones. El estudio interpeló a reflexionar sobre los desafíos que plantea el comercio electrónico para la administración tributaria. Es necesario implementar mecanismos de control más eficaces que permitan fiscalizar las transacciones online y garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en este creciente sector de la economía.

Por otro lado, en la capital peruana, Lima, Noa (2023) en su artículo de investigación, se adentró en el análisis de una problemática que afecta a muchas empresas: la relación entre el cumplimiento de las obligaciones fiscales y la ocurrencia de infracciones tributarias. Tomando como caso de estudio a la empresa ABC SAC. Noa se propuso desentrañar si existía una correlación entre ambos factores. Con una metodología cuantitativa y un diseño no experimental de tipo descriptivo-exploratorio, Noa escudriñó los datos históricos de la empresa entre los años 2019 y 2020. Su meticuloso análisis reveló una fuerte conexión entre el cumplimiento de las obligaciones fiscales y las infracciones tributarias, confirmando la hipótesis inicial del estudio.

Un hallazgo particularmente preocupante fue el descubrimiento de que la empresa ABC SAC habría incurrido en el uso de facturas falsas, lo que condujo a la omisión de impuestos. Este hecho pone de manifiesto la importancia de fortalecer la supervisión y la educación tributaria en las empresas, con el fin de promover un comportamiento fiscal responsable. El estudio de Noa Cayalle alertó sobre la necesidad de implementar mecanismos de control más rigurosos y de fomentar una cultura de cumplimiento tributario en el sector empresarial. Solo así se podrá garantizar la transparencia y la justicia en el sistema tributario.

Esta problemática no es exclusiva de un sector, Cruz & Chuquiwanca (2023) en su tesis, se adentraron en un estudio cualitativo para analizar la influencia de la cultura

tributaria en el cumplimiento de las obligaciones fiscales, particularmente bajo el nuevo régimen único simplificado. Tras encuestar a 210 contribuyentes, los investigadores llegaron a una conclusión reveladora: si bien la cultura tributaria impacta significativamente en el cumplimiento de las obligaciones, esta motivación se basa principalmente en el temor a las sanciones y al cierre del negocio, más que en una convicción o conciencia tributaria profunda.

Este hallazgo pone de manifiesto que el cumplimiento tributario en este sector está impulsado en gran medida por el miedo a las consecuencias de la infracción, y no por una comprensión y valoración del papel de los impuestos en el desarrollo social. Asimismo, el estudio señaló que la fiscalización tributaria también juega un papel crucial en el cumplimiento, reflejando el temor que los contribuyentes sienten hacia las autoridades. Finalmente, los autores advirtieron sobre la incidencia significativa de la evasión tributaria en este sector, ya que muchos contribuyentes, por desconocimiento o con el fin de obtener una mayor ganancia, no emiten comprobantes de pago, incurriendo en una infracción que perjudica la recaudación fiscal y distorsiona la competencia. Este estudio permitió reflexionar sobre la necesidad de fortalecer la educación tributaria y promover una cultura de cumplimiento basada en la conciencia y la responsabilidad ciudadana, más allá del temor al castigo.

Al contextualizar, en el ámbito internacional, el cumplimiento tributario, se determinó que esa acción ciudadana que a veces puede parecer tediosa o incluso gravosa, es en realidad la piedra angular de un Estado funcional y justo. Así lo demostró Marius Răzvan et al. (2021) en su artículo de investigación, donde exploran las intrincadas relaciones que existen entre el pago de impuestos, la confianza en las instituciones y el bienestar social. Su análisis, que abarcó datos de la Unión Europea durante un periodo de diez años, reveló que el cumplimiento del impuesto sobre la renta individual está estrechamente ligado a la confianza que los ciudadanos depositan en sus políticos y en el estado de derecho. Es decir, cuanto mayor es la confianza en las instituciones, mayor es la predisposición de las personas a cumplir con sus obligaciones tributarias. Este hallazgo subrayó la importancia de fomentar la transparencia y la buena gobernanza para fortalecer la cultura tributaria. Pero el estudio va más allá, indagando también en la influencia

de otros factores, como el cumplimiento del impuesto de sociedades, la percepción del gasto público y la calidad de la educación. Los resultados son contundentes: todos estos elementos tienen un impacto positivo en el cumplimiento tributario. En otras palabras, un sistema educativo sólido, una gestión eficiente de los recursos públicos y un entorno empresarial responsable contribuyen a crear un círculo virtuoso donde los ciudadanos se sienten motivados a pagar sus impuestos.

En última instancia, el estudio del citado autor nos recuerda que el cumplimiento tributario no es un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar una sociedad más justa y próspera. Cuando los ciudadanos cumplen con sus obligaciones fiscales, el Estado dispone de los recursos necesarios para financiar servicios públicos esenciales, impulsar el desarrollo económico y garantizar una distribución equitativa de la riqueza. En definitiva, el cumplimiento tributario es una inversión en el futuro de la sociedad, una apuesta por un futuro donde la justicia y el bienestar sean accesibles para todos.

Asimismo, D'Andria & Heinemann (2023) en su análisis de estudio a petición de la Subcomisión de Asuntos Fiscales (FISC), se embarcaron en la tarea de cuantificar los costos ocultos del cumplimiento tributario en la Unión Europea. Su estudio, basado en una exhaustiva revisión de la literatura existente y datos empíricos, arrojó luz sobre la carga que soportan las empresas privadas al cumplir con sus obligaciones fiscales. Los autores compararon y clasificaron diferentes sistemas tributarios europeos, considerando empresas de distintos tamaños y con diferentes niveles de participación en el comercio transfronterizo. Su análisis reveló que, si bien el cumplimiento tributario es esencial para una recaudación fiscal eficiente, también impone costos a las empresas que pueden representar una carga fiscal adicional.

En el Mercado Único Europeo, estos costos de cumplimiento tributario son considerables, oscilando entre el 1% y el 2% de la facturación de las empresas. Curiosamente, el estudio destaca que las empresas más pequeñas soportan costos de cumplimiento relativamente mayores en comparación con las grandes empresas. Otro hallazgo interesante es que la participación en el comercio transfronterizo no implica necesariamente una carga significativamente mayor en términos de costos de cumplimiento. De hecho, las empresas que operan

exclusivamente dentro de sus fronteras pueden verse más afectadas por obligaciones tributarias adicionales, como consecuencia de la planificación fiscal de las empresas multinacionales y el aumento de las tasas impositivas locales implementados por los gobiernos para compensar la pérdida de ingresos. Esta situación puede generar una desventaja competitiva para las empresas nacionales, que no pueden aprovechar las ventajas de la planificación fiscal internacional como lo hacen las multinacionales. En particular, en el mercado crediticio, estas empresas podrían verse obligadas a ofrecer menores rendimientos a los inversores, lo que limitaría su capacidad de crecimiento y desarrollo.

En el contexto argentino, Pedroni (2024) en su artículo de investigación, se propuso desentrañar las complejas relaciones entre el sistema tributario, las características de las empresas y la informalidad. Su estudio cualitativo-descriptivo, basado en entrevistas a empresarios y contadores públicos de Bahía Blanca, arrojó luz sobre los factores que impulsan a las empresas a operar en la sombra. El autor, a partir de entrevistas dirigidas a empresarios y contadores públicos, logró identificar diversos elementos del sistema tributario que inciden en la informalidad empresarial. Entre los principales factores destacan la carga fiscal, la estructura de los mecanismos de control, las sanciones derivadas del incumplimiento, así como la administración y utilización de los recursos recaudados.

Además, el estudio señala que ciertas características propias de las empresas, como su tamaño, régimen fiscal, sector económico, perfil de clientes, localización y métodos de pago, también influyen en la propensión a evadir las normas tributarias. Sin embargo, el hallazgo más significativo radica en cómo estos elementos interactúan entre sí, generando dinámicas complejas que condicionan las decisiones empresariales respecto a la formalidad. La combinación de una alta carga tributaria, controles fiscales ineficientes, sanciones débiles y una percepción de mala administración de los recursos públicos crea un sistema de incentivos que desalienta el cumplimiento fiscal y fomenta la informalidad. En definitiva, el estudio de Pedroni nos ofrece una valiosa comprensión de las causas de la informalidad empresarial en Argentina, y nos insta a reflexionar sobre la necesidad de implementar reformas que promuevan un sistema tributario más justo, eficiente y

transparente, que incentive el cumplimiento voluntario y contribuya al desarrollo económico del país.

Igualmente, en el cantón San Miguel de los Bancos - Ecuador, Morales (2022) en su tesis de maestría, se propuso desentrañar la relación entre el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la recaudación de impuestos en el sector ganadero. A través de un estudio descriptivo con enfoque cuantitativo, que incluyó la aplicación de un cuestionario a los ganaderos de la zona y el análisis de la recaudación del impuesto en el periodo 2022, Morales Buitrón develó una realidad preocupante. El estudio constató un considerable desconocimiento de las obligaciones tributarias entre los ganaderos, quienes se mostraron poco motivados a pagar impuestos debido a la falta de información sobre el propósito de los gravámenes y a un desconocimiento generalizado de sus responsabilidades fiscales.

Además, se evidenció que un porcentaje significativo de contribuyentes no cumple con el pago de impuestos en los plazos establecidos, lo que afecta la recaudación y pone de manifiesto la necesidad de fortalecer la cultura tributaria en el sector. Ante esta situación, Morales Buitrón, propuso la implementación de un programa de capacitación dirigido a los ganaderos del cantón. A través de tres reuniones que abordaron los aspectos más relevantes de las obligaciones tributarias, buscando mejorar el conocimiento y la conciencia fiscal de los contribuyentes, con el fin de fortalecer el cumplimiento y la recaudación tributaria. En este estudio se recordó la importancia de acercar la información tributaria a los ciudadanos, de forma clara y accesible, para promover una cultura de cumplimiento basada en la comprensión y la responsabilidad.

Al contextualizar, en el **ámbito nacional**, la **variable independiente**, Adriazola (2022) en su tesis, buscó resaltar la importancia de la regulación tributaria en el sector inmobiliario, específicamente en lo que respecta a la venta y alquiler de propiedades. El autor argumenta que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) debería implementar un sistema unificado que facilite el control y la transparencia de los ingresos generados por este tipo de transacciones. La investigación de Adriazola, de carácter descriptivo y no experimental, se basó en una muestra de 30 contribuyentes del sector inmobiliario. Los resultados revelaron que si bien la mayoría de las empresas (86%) cumplen

con sus obligaciones tributarias de manera regular ("siempre" o "casi siempre"), existe un porcentaje considerable (14%) que no lo hace de forma consistente. Un hallazgo relevante es que la emisión de comprobantes de pago representa un área problemática para estas empresas.

En cuanto al cumplimiento de las obligaciones formales, el estudio indica que la gran mayoría (82%) cumple con las normas establecidas por la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT. Sin embargo, en lo que se refiere a las obligaciones sustanciales, un pequeño porcentaje (7%) presenta dificultades para cumplirlas, lo que podría afectar la recaudación de impuestos y, por ende, los recursos del Estado. En resumen, la investigación de Adriazola subrayó la necesidad de una mayor regulación y control en el sector inmobiliario para asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y optimizar la recaudación de impuestos. El estudio también identifica la emisión de comprobantes de pago como un área que requiere especial atención por parte de las autoridades y las empresas del sector.

Asimismo, de acuerdo con Gómez (2020), quien, citando a Emilio Margáin, las obligaciones tributarias se basan en una relación jurídica donde el Estado, en su rol de acreedor (sujeto activo), tiene el derecho de exigir a los ciudadanos y empresas, como deudores (sujeto pasivo), el pago de tributos. Este pago, que se realiza en moneda nacional, se activa cuando los contribuyentes realizan actividades económicas que están gravadas por la ley, según lo establecido en el marco legal tributario. Es importante destacar que, además del deber principal de pagar los tributos, existen otras obligaciones que complementan este proceso. Estas se dividen en dos categorías: formales (o adjetivas) y sustanciales (o fundamentales).

Las obligaciones formales, como la presentación de declaraciones juradas, actúan como auxiliares que facilitan el cumplimiento de la obligación principal, que es el pago de impuestos. En esencia, estas obligaciones formales son instrumentales y contribuyen a la correcta determinación y control del tributo.

En ese sentido, Guerrero (2021) argumentó que la obligación tributaria nace cuando se lleva a cabo una actividad económica que, según la ley, genera la responsabilidad de pagar impuestos. Esta obligación se extingue, es decir, deja de

existir, cuando se realiza el pago correspondiente o a través de otras vías como la compensación, la condonación o una resolución emitida por la administración tributaria. En su análisis, Guerrero clasifica las obligaciones tributarias en dos categorías principales: de obligaciones de dar: Estas se refieren al pago de tributos, retenciones, multas e intereses.

Esencialmente, implican una transferencia de recursos económicos al Estado y de Obligaciones de hacer: Este tipo de obligaciones implica la realización de acciones específicas, como llevar libros contables de acuerdo con las normas establecidas y presentar las declaraciones juradas en los plazos determinados. Guerrero también destacó que las obligaciones formales, como el registro ante la administración tributaria, la emisión de comprobantes de pago y la llevanza de la contabilidad, se consideran "obligaciones de hacer". Estas acciones son cruciales para el control y la fiscalización del sistema tributario. Por otro lado, las obligaciones sustanciales se enfocan en el cumplimiento del pago de la deuda tributaria, que incluye no solo los tributos en sí, sino también las multas e intereses que se puedan generar. Es importante tener en cuenta que el incumplimiento de cualquiera de estas obligaciones, ya sean de dar o de hacer, formales o sustanciales, puede dar lugar a infracciones que conllevan sanciones por parte de la administración tributaria.

En relación con conocimiento de las obligaciones, Encalada & Diez (2023) en su artículo de investigación, realizaron un estudio en Ecuador que resaltó la importancia de la cultura tributaria en el sector agropecuario, particularmente en el cantón San Vicente. Según los autores, contar con una cultura tributaria consolidada no solo incrementa el nivel de conocimiento de los contribuyentes respecto a sus derechos y deberes fiscales, sino que también contribuye a la formación de actitudes y valores que favorecen el cumplimiento voluntario de estas obligaciones. Su estudio, de carácter cuantitativo, se aplicó a una muestra compuesta por ocho entidades pertenecientes a la economía popular y solidaria. Los resultados evidenciaron una marcada debilidad en la cultura tributaria dentro de las empresas agropecuarias analizadas. Esta falta de conocimiento impacta negativamente en el desarrollo de las empresas, exponiéndolas a multas y sanciones por la aplicación de prácticas tributarias incorrectas.

Esto se debe, en gran medida, al desconocimiento de las normativas y procedimientos tributarios. Los autores destacan que una cultura tributaria sólida es crucial para el fortalecimiento social y económico del sector agropecuario. Para mejorar la situación actual, proponen la implementación de programas de educación tributaria que empoderen a los contribuyentes con el conocimiento necesario para cumplir con sus obligaciones fiscales de manera eficiente y responsable. Estos programas no solo deberían brindar información sobre las leyes y regulaciones tributarias, sino también promover la importancia del cumplimiento voluntario y los beneficios que este aporta tanto a las empresas como a la sociedad en general. En definitiva, Encalada & Diez, hacen hincapié en la necesidad de invertir en educación y concientización tributaria para el sector agropecuario, especialmente para las empresas de la economía popular y solidaria. Esto permitirá mejorar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, impulsar un desarrollo económico más sostenible, y fortalecer el tejido social de la región.

Igualmente, Espinoza et al., (2022), en su artículo de investigación, abordaron en Colombia la problemática de la evasión tributaria y su impacto en la recaudación fiscal del Estado. Su estudio, de enfoque cualitativo y alcance analítico, se basó en la revisión de literatura especializada sobre cultura tributaria. Los autores argumentaron que la falta de conciencia tributaria es una de las principales causas del incumplimiento de los deberes fiscales. Para contrarrestar esta situación, propusieron fomentar una cultura tributaria sólida desde la educación, comenzando en los niveles iniciales. Los autores sostienen que la escuela juega un papel crucial en la formación de ciudadanos responsables y conscientes de sus obligaciones tributarias. Es esencial que los ciudadanos comprendan la relevancia del pago de impuestos como una forma de contribuir al bienestar colectivo. Para ello, se requiere ofrecer información clara y accesible sobre las obligaciones fiscales, las posibles sanciones ante su incumplimiento y el funcionamiento general del sistema tributario. Un mayor grado de conocimiento en estos aspectos permitirá a los contribuyentes tomar decisiones responsables e informadas en materia fiscal. Asimismo, se advirtió que la percepción negativa sobre el Estado y la gestión de los recursos públicos influye significativamente en la evasión tributaria. Por esta razón, resulta indispensable fomentar la transparencia en la administración de los tributos y comunicar de forma efectiva el destino de los fondos recaudados. En

conclusión, el estudio realizado en Colombia subraya la necesidad de fortalecer la cultura tributaria mediante la educación, la información y la transparencia, con el fin de promover el cumplimiento voluntario, mejorar la recaudación fiscal y avanzar hacia un desarrollo social más equitativo.

En Perú, específicamente en Ayacucho, Gómez Melgar et al., (2023) en su tesis, desarrolló una investigación titulada "Conocimiento Tributario y Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Playa Grau de Ayacucho". cuyo propósito fue establecer la relación entre el nivel de conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en dicho mercado. A través de un enfoque cuantitativo y un diseño correlacional, se aplicó un cuestionario a una muestra de 176 comerciantes. Los hallazgos demostraron una correlación positiva entre el conocimiento tributario y el cumplimiento fiscal: a mayor comprensión de las leyes, normativas y procedimientos, mayor cumplimiento de las responsabilidades fiscales. Este resultado resalta la relevancia de la educación tributaria como factor clave para incentivar el cumplimiento voluntario y fortalecer el desarrollo económico nacional.

De igual manera, Puma (2022) en su tesis, desarrollo su investigación con el objetivo de determinar cómo el nivel de conocimiento tributario influye en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes de la Plaza Mi Perú en Juliaca, desarrolló un estudio de tipo descriptivo-explicativo con un diseño no experimental. En su investigación, examinó los factores que inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias formales, identificando que los aspectos educativos, sociales y económicos tienen un impacto significativo. Los resultados evidenciaron que una parte considerable de los comerciantes, al presentar niveles de analfabetismo, muestran un alto grado de desconocimiento sobre normativas fiscales y el destino de los tributos, lo que genera un clima de desconfianza hacia el sistema tributario. Frente a esta situación, el autor propone impulsar programas de capacitación, orientación permanente y charlas informativas a cargo de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas – SUNAT, así como promover el cumplimiento voluntario de los deberes fiscales. En síntesis, el estudio pone de manifiesto la necesidad de diseñar estrategias efectivas que fortalezcan el conocimiento tributario y contribuyan a consolidar una cultura

fiscal sólida, basada en la educación, la información oportuna y la motivación como pilares fundamentales en la región.

En consecuencia, el conocimiento de las obligaciones tributarias se refiere a la habilidad de interpretar y aplicar adecuadamente la normativa fiscal vigente, a fin de cumplir correctamente con los deberes impositivos. Esta competencia implica familiarizarse con las disposiciones legales, los procedimientos establecidos y utilizar dicha información de manera adecuada para garantizar el cumplimiento de las responsabilidades tributarias (Hantono,2021).

En relación con el cumplimiento material de las obligaciones tributarias; Villanueva (2022) en su tesis, desarrollo una investigación que tuvo por objetivo determinar la conexión entre el comercio electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el sector retail de Cajamarca durante el período 2020-2021. A través de un estudio cuantitativo, correlacional y de diseño no experimental, el autor definió los pasivos físicos como aquellas obligaciones tributarias que surgían de las transacciones económicas realizadas en un tiempo específico. Estos pasivos abarcaban el pago de impuestos como el impuesto a la renta y el impuesto a las ventas. Villanueva destacó la importancia del cumplimiento voluntario de estas obligaciones por parte de los contribuyentes para el progreso del país. En este proceso, según el autor, intervenían el Estado, como ente activo, los contribuyentes, como sujetos pasivos, y la actividad económica que daba origen a la obligación tributaria, como hecho iniciador.

En esa línea, Peña & Núñez (2021) en su artículo de investigación, impulsados por el incremento de la evasión fiscal y el auge de la informalidad en el comercio, desarrollaron un estudio enfocado en analizar la relación existente entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Los investigadores concluyeron que un mayor grado de conciencia y formación tributaria favorece el adecuado cumplimiento de dichas obligaciones. En su análisis, definieron las obligaciones sustanciales como aquellas impuestas por norma legal con la finalidad de asegurar el pago efectivo de tributos dentro de un plazo determinado, comprendiendo todo lo vinculado con el proceso de recaudación. Asimismo, resaltaron la potestad coercitiva del Estado para exigir el cumplimiento de estas obligaciones cuando sea necesario. Indicaron, además, que el cumplimiento

tributario se formaliza mediante declaraciones determinativas, cuya fiscalización está a cargo de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT. Finalmente, hicieron mención a las declaraciones informativas, las cuales permiten a los contribuyentes reportar sus operaciones a la administración tributaria, sin que esto implique necesariamente una obligación de pago de impuestos.

Asimismo, Colchado (2022) y Paz (2021) , coincidieron en que el cumplimiento de las obligaciones tributarias era un pilar fundamental para el correcto funcionamiento de un país. Argumentaron que los impuestos eran el motor que impulsaba al gobierno a financiar servicios básicos como la educación, la salud y la seguridad, elementos esenciales para el bienestar de la población. Ambos autores enfatizaron que el cumplimiento de estas obligaciones iba más allá del simple pago de impuestos, implicando una serie de responsabilidades que los contribuyentes debían asumir para garantizar la transparencia y la eficiencia del sistema fiscal. Asimismo, señalaron que los impuestos constituían la principal fuente de ingresos de un país, y su recaudación permitía al Estado financiar obras y servicios públicos indispensables para la población. Por lo tanto, concluyeron que el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de todos los ciudadanos era crucial para asegurar la disponibilidad financiera del Estado y atender las necesidades de la población, especialmente de los sectores más vulnerables.

Respecto a la **variable dependiente** denominada “**comercio electrónico**”, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de fuentes académicas, incluyendo repositorios digitales, artículos científicos indexados y trabajos de investigación previa. A partir de este análisis, se comprendió que dicho término hace referencia a una modalidad de transacción comercial desarrollada por medio de plataformas digitales, las cuales permiten la ejecución de operaciones de compraventa a través de sitios web o aplicaciones móviles. (Hernández & Hernández, 2020); Asimismo, el comercio electrónico se concibe como el procedimiento mediante el cual dos partes formalizan un acuerdo contractual con fines comerciales, orientado a la compraventa de bienes o servicios, utilizando como medios de intermediación canales digitales tales como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales (Higuerey, 2019); de igual forma, el comercio electrónico se entiende como la

actividad de intercambio de bienes y servicios efectuada a través de redes informáticas, mediante el uso de sistemas especialmente diseñados para gestionar, procesar y recibir órdenes o transacciones vinculadas con la compraventa. Esta modalidad permite que las operaciones se realicen de manera automatizada y segura dentro de entornos digitales estructurados para tal fin (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2019); en consecuencia, las entidades organizacionales conciben el comercio electrónico como una herramienta estratégica que les permite establecer una conexión directa con sus grupos de interés, facilitando así la realización eficiente de transacciones comerciales sin limitaciones geográficas (Guzmán & Abreo 2017).

En **ámbito internacional**, Becerra-Peña et al. (2023), en su artículo de investigación, analizó el efecto de la economía digital sobre los sistemas fiscales a partir del proyecto BEPS (Base Erosion and Profit Sharing) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Los investigadores destacaron la imperiosa necesidad de replantear la distribución de los derechos de imposición en América Latina y otras naciones en vías de desarrollo, las cuales podrían verse favorecidas al gravar los ingresos derivados del comercio electrónico. Sostuvieron que los modelos de negocio emergentes configuran una economía digital caracterizada por la ausencia de presencia física y de intermediarios, facilitando la interacción directa con consumidores ubicados en diversas jurisdicciones mediante el uso intensivo de tecnologías digitales y redes informáticas, lo cual optimiza los procesos por su bajo costo y alta velocidad.

No obstante, se señaló que esta nueva configuración económica genera tensiones entre las administraciones tributarias de distintos Estados, particularmente en lo relativo a la distribución de competencias y a la fiscalización del cumplimiento de las obligaciones por parte de los contribuyentes. Asimismo, se abordó el impacto que ejerce la economía digital sobre los sistemas impositivos, efectuando un análisis descriptivo de los retos más significativos que enfrentan los regímenes fiscales en un escenario globalizado marcado por la digitalización. Dicho estudio evidenció cómo las políticas tributarias han debido ajustarse progresivamente a realidades económicas, sociales y políticas cambiantes, con el propósito de

fortalecer la gobernanza fiscal internacional y facilitar una respuesta estructurada a los desafíos que impone la nueva economía digital.

Asimismo, Hiroshi & Hikaru (2023) en su artículo de investigación, examinaron la relación existente entre el avance del comercio electrónico y el grado de competencia fiscal en el ámbito del impuesto a los bienes, conforme al principio de determinación tributaria aplicable a las adquisiciones efectuadas por medios digitales. Una vez establecido que los tributos en origen se aplican a las compras realizadas en establecimientos físicos, se concluyó que, en el entorno del comercio electrónico, la competencia fiscal basada en el destino resulta más acentuada que aquella regida por el principio de origen. Además, se observó que la expansión de los mercados virtuales incrementa la presión competitiva entre las jurisdicciones fiscales de destino, al tiempo que intensifica la competencia impositiva en los países de origen.

En ese sentido, los investigadores señalaron que el elemento determinante en los resultados analizados radica en que, al momento de decidir la adquisición de bienes, los consumidores ya no se limitan a escoger el lugar de compra, sino también la modalidad de adquisición, especialmente con la disponibilidad del comercio en línea. En este contexto, se concluyó que los regímenes impositivos basados en el destino alteran dicha elección, mientras que los sistemas tributarios fundamentados en el origen se mantienen neutrales frente a esta variable. Asimismo, se destacó que la expansión del comercio digital, al ofrecer menores costos asociados a la compra en línea, eleva la tasa impositiva de equilibrio dentro de esquemas fiscales centrados en el origen, pero tiende a disminuirla en aquellos basados en el destino.

Igualmente, Pincay (2021) en su tesis, llevó a cabo un análisis del crecimiento del comercio electrónico como estrategia de mercadeo adoptada por las microempresas durante la crisis sanitaria provocada por la pandemia en la ciudad de Jipijapa, Ecuador. El estudio evidenció una notable disminución en las ventas en dicho periodo, lo cual generó una situación económica crítica para este tipo de negocios. En respuesta, algunos emprendedores optaron por el comercio informal, mientras que otros recurrieron al uso de plataformas digitales interactivas. En este contexto, se concluyó que las estrategias de comercialización en línea representan

una alternativa viable y eficaz para fortalecer la economía de estos sectores. El autor sustentó sus hallazgos mediante una investigación básica de enfoque cuantitativo, aplicando cuestionarios a propietarios de microempresas, lo que permitió identificar con claridad el impacto económico sufrido y el grado de adopción de herramientas digitales en sus operaciones. En consecuencia, definió al comercio electrónico como un instrumento que posibilita transacciones de compraventa sin restricciones geográficas, con rapidez y eficiencia, favoreciendo el establecimiento de nuevas tendencias de consumo y el crecimiento empresarial a escala global, transformando progresivamente los hábitos de los consumidores.

De la igual forma, Hernández-Castellanos et al. (2021) en su artículo de investigación, examinaron el impacto económico derivado de las nuevas alternativas implementadas por la administración tributaria mexicana dirigidas a personas físicas que generan ingresos mediante la prestación de servicios a través de plataformas digitales. El estudio abordó la conformación de una economía de elección, resaltando que el comercio electrónico constituye una fuente significativa de ingresos para el Estado. No obstante, se advirtió que las reformas fiscales introducidas en torno a esta modalidad comercial no han sido ejecutadas de forma adecuada. Ante la importancia de que la carga tributaria no represente un obstáculo para los contribuyentes, se recomendó fortalecer la educación fiscal como vía para evaluar la pertinencia del régimen aplicable. La investigación fue diseñada bajo un enfoque descriptivo de naturaleza cualitativa, utilizando el método documental, lo que permitió identificar que los contribuyentes valoran positivamente la reducción de las tasas impositivas relacionadas con las deducciones fiscales. A pesar de la menor carga tributaria, se constató que los contribuyentes continúan cumpliendo con sus deberes fiscales, sin recurrir a esquemas informales. Asimismo, se destacó que las plataformas digitales muestran una creciente preocupación por brindar condiciones favorables a sus usuarios, facilitando el acceso a nuevas oportunidades de desarrollo económico.

Por su parte, Calva (2021) en su tesis de maestría, al analizar el comercio electrónico y su repercusión en el régimen tributario del sector minorista en Ecuador, estableció como objetivo principal examinar las consecuencias fiscales derivadas de la comercialización en línea de productos al por menor. El estudio se

desarrolló bajo un enfoque descriptivo y cuantitativo, con un diseño metodológico no experimental. Para la recolección de datos, se empleó una revisión bibliométrica complementada con encuestas dirigidas a una muestra compuesta por 132 profesionales del área contable y de auditoría. Entre los principales hallazgos, se evidenció un notable incremento en la actividad del comercio electrónico en el segmento minorista; sin embargo, se identificó que los mecanismos de fiscalización actuales resultan insuficientes, lo cual pone de manifiesto la necesidad de emprender una reforma normativa que fortalezca los controles tributarios aplicables a este tipo de operaciones comerciales.

Asimismo, Gutiérrez et al. (2020) en su artículo de investigación, abordaron el tema de la fiscalización del comercio electrónico dentro del sistema tributario ecuatoriano, concluyendo que el país carece de un marco normativo específico que regule de manera adecuada las actividades comerciales realizadas en línea. Incluso, se advirtió que la legislación vigente en materia fiscal no contempla expresamente la generación de obligaciones tributarias derivadas de transacciones electrónicas, ni identifica con claridad a los sujetos pasivos en este tipo de operaciones. La investigación, de carácter exploratorio y descriptivo, se fundamentó en el análisis de fuentes bibliográficas tanto nacionales como internacionales. Los autores resaltaron la urgencia de que los Estados promuevan reformas legislativas que subsanen los vacíos normativos existentes en torno al comercio electrónico, con el fin de fortalecer los mecanismos de control tributario frente a las nuevas dinámicas económicas digitales.

En el ámbito **nacional**, en una investigación de corte descriptivo, empleando un enfoque cualitativo y documental, y bajo un diseño no experimental (Rodríguez & Torres Peña, 2025) en su tesis, examinaron las carencias en la regulación del comercio electrónico en el Perú, estableciendo una comparación con las normativas a nivel internacional. Entre sus objetivos específicos, se destacó la identificación de los impedimentos regulatorios que obstaculizaban el desarrollo del comercio digital en el país. Asimismo, analizaron las regulaciones internacionales relativas a la protección del consumidor y explicaron el impacto de las normativas en la salvaguarda de datos personales y la seguridad de las transacciones electrónicas. El estudio concluyó que el comercio electrónico en el territorio peruano mostraba

una ausencia de un marco legal definido, especializado y actualizado, lo que propiciaba inseguridad jurídica y limitaba su progreso. Esta insuficiencia normativa contrastaba marcadamente con regulaciones internacionales más avanzadas, subrayando la urgencia de implementar medidas que consolidaran la confianza en el ámbito digital. Dentro del marco de su investigación, las autoras definieron el comercio electrónico como el conjunto de operaciones de compra y venta de bienes y servicios que se realizan a través de la red de internet. Estas operaciones podían ser ejecutadas mediante diversas plataformas digitales, abarcando desde sitios web hasta redes sociales y otras herramientas creadas con ese fin.

Asimismo, Castañeda & Linares (2025) en su tesis, investigaron cómo el comercio electrónico afectó la seguridad jurídica de los consumidores en Lambayeque durante el año 2024. Para ello, llevaron a cabo un estudio de revisión de original corto, de carácter básico y cualitativo, fundamentado en entrevistas. Los resultados de su investigación pusieron de manifiesto la necesidad de establecer un marco normativo que proteja los derechos de los consumidores en las transacciones en línea, con el fin de prevenir los posibles riesgos que enfrentan al realizar compras a través de sitios web. La investigación concluyó que la implementación de regulaciones adecuadas para combatir el fraude en línea es esencial para garantizar el crecimiento eficiente del comercio electrónico, salvaguardando así los intereses de los consumidores.

Además, García (2024) en su tesis, determinó que la falta de un marco jurídico para regular las relaciones entre las partes en el comercio electrónico tuvo un impacto adverso en la forma en que se aborda la responsabilidad ante la insatisfacción del consumidor. Esta situación generó una evaluación ineficaz y excluyente para los participantes en el comercio digital. El estudio se basó en el análisis de las necesidades sociales relacionadas con los intereses individuales en la adquisición de bienes y servicios, donde surgieron conflictos que requieren la intervención de políticas públicas para establecer estándares mínimos y un marco legal equitativo y de control. El investigador enfatizó la importancia de la legalidad como guía para determinar las infracciones relacionadas con la responsabilidad ante la insatisfacción del consumidor. Para lograrlo, consideró esencial identificar con precisión a las partes involucradas en el comercio electrónico, incluyendo a los

proveedores de las plataformas en línea donde se ofrecen los productos. Esto busca abordar la inseguridad jurídica evidenciada en las resoluciones analizadas de INDECOPI. Además, se propuso la necesidad de una adaptación normativa en el marco legal civil que permita sancionar la participación de los responsables, reconociendo la validez de la manifestación de voluntad expresada a través de medios informáticos y electrónicos.

Por otro lado, Osorio & Sánchez (2021) en su artículo de investigación, examinaron la compleja interacción entre el crecimiento del comercio electrónico, la prevalencia de la informalidad empresarial y sus efectos en la recaudación tributaria, especialmente durante el periodo de la pandemia por COVID-19. Su investigación se centró en evaluar la efectividad de las medidas de fiscalización implementadas por la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT frente a este nuevo panorama comercial. El estudio reveló que, si bien la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT introdujo disposiciones para fiscalizar el comercio electrónico, la informalidad persistió como un desafío significativo. La investigación señaló que el aumento del desempleo durante la pandemia impulsó a muchos a buscar ingresos a través de plataformas digitales, lo que a su vez contribuyó a la expansión de la informalidad.

A pesar del uso de herramientas avanzadas como el big data y la ciencia de datos, la fiscalización no logró abarcar la totalidad de las transacciones en línea. Esto se debió, en parte, a la limitación de las estrategias de fiscalización, que se enfocaron principalmente en la detección de anuncios publicitarios. Como resultado, aquellos vendedores que operaban sin recurrir a esta modalidad quedaron fuera del alcance de la fiscalización, lo que tuvo un impacto negativo en la recaudación tributaria. En conclusión, el estudio de Osorio y Sánchez (2021) destacó la necesidad de desarrollar estrategias de fiscalización más amplias y efectivas que puedan abordar los desafíos específicos del comercio electrónico, especialmente en contextos de crisis como la pandemia por COVID-19.

III. METODOLOGÍA

Esta investigación se desarrolló con un enfoque de investigación cuantitativa, alineado con el paradigma positivista. Se empleará la recopilación de datos numéricos a través de instrumentos estandarizados, con el propósito de validar hipótesis mediante análisis estadísticos. Este diseño permitirá la exploración de patrones de comportamiento y la evaluación de diversos constructos teóricos, buscando establecer relaciones causales y explicativas entre las variables de interés. (Ramos, 2015).

El presente estudio se inscribe dentro del paradigma cuantitativo, ya que el fenómeno objeto de investigación se abordará mediante la medición y el análisis estadístico. Esta aproximación permite describir, explicar, predecir y controlar objetivamente las relaciones causales, así como formular predicciones sobre posibles escenarios. La investigación se fundamentará en el análisis de datos numéricos, empleando técnicas de cuantificación rigurosas y siguiendo el método hipotético-deductivo. De esta manera, los resultados y conclusiones se basarán en la evidencia empírica obtenida a través de un proceso sistemático y objetivo Sánchez (2019).

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación se fundamentó en un enfoque de investigación básica, priorizando la expansión del conocimiento científico en el ámbito del Cumplimiento de las obligaciones tributarias y del comercio electrónico. Siguiendo la línea de (Muntané, 2010), tiene una importancia decisiva en el diseño de la investigación.

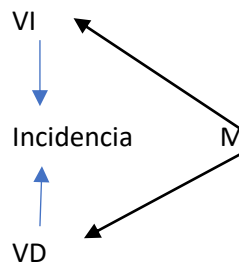
3.1.2. Diseño de la investigación

La investigación por su diseño se dividió en experimental y no experimental, esta última puede ser longitudinal y transversal, puede ser correlacional, exploratoria, descriptiva y explicativa. (Álvarez, 2020). En este sentido, el diseño

en el que se pretende realizar el estudio es de carácter no experimental, causal y explicativo, ya que se diseñará sin manipulación de variables.

En consecuencia, el estudio se desarrolla con el método de transversal tipo correlacional causal;

Por lo tanto.



M = Emprendedores del comercio electrónico.
VI = Variable independiente Cumplimiento de obligaciones tributarias
VD= Variable dependiente comercio electrónico
Incidencia = Relación entre variables causalidad

3.2. Variable y operacionalización

Se examinó la frecuencia entre las variables independiente “Cumplimiento de obligaciones tributarias y el impacto con la variable dependiente del “Comercio electrónico”.

Variable independiente: Cumplimiento de obligaciones tributarias

Definición conceptual

Las obligaciones tributarias son como un acuerdo legal entre el Estado (acreedor) y los ciudadanos o empresas (deudores tributarios). Este acuerdo, establecido por ley, obliga a los deudores a pagar impuestos para contribuir con los gastos públicos. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2020).

Definición operacional

Es el vínculo jurídico que obliga a los contribuyentes a pagar tributos al Estado, de acuerdo con la ley, determinado con las siguientes dimensiones: conocimiento de las obligaciones, cumplimiento material de obligaciones, cumplimiento formal de obligaciones y cultura tributaria.

Indicadores

La variable independiente cuenta con indicadores tales como: Conocimiento tributario, conciencia tributaria, moral tributaria, fiscalización y control, Pago de impuestos, emisión de comprobantes, inscripción en Registro Único de Contribuyentes (RUC), presentación de declaraciones juradas, actitud hacia el cumplimiento tributario, conocimiento de los derechos y deberes

Escala de medición

Las respuestas se evaluaron utilizando la escala ordinal de Likert, que es una herramienta que se utiliza para medir el grado de acuerdo o desacuerdo de las personas respecto a un asunto. (Matas, 2018).

En ese sentido, se les asignó un valor que fue desde; 1 a totalmente en desacuerdo, 2 a en desacuerdo, 3 con ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 a de acuerdo y 5 a totalmente de acuerdo.

Variable dependiente: Comercio electrónico.

Definición conceptual

El comercio electrónico es un proceso que facilita la compraventa de productos y servicios a través de canales digitales. Este proceso involucra una serie de pasos, desde la búsqueda y selección de productos hasta el pago y la entrega, y se lleva a cabo en entornos digitales como sitios web, aplicaciones y redes sociales (Higuerey, 2019)

Definición operacional

Realización de transacciones comerciales a través de medios digitales, determinado por las siguientes dimensiones Legalidad y Seguridad Jurídica, Protección al consumidor, Competencia y Lealtad Comercial.

Indicadores

La variable independiente cuenta con indicadores tales como: Existencia de contratos electrónicos, cumplimiento de las leyes de protección de datos, resolución de conflictos a través de mecanismos legales, cumplimiento de leyes de publicidad y promoción, respeto al derecho de retracto y devolución de productos, mecanismos de reclamación y solución de controversias, cumplimiento de leyes de propiedad intelectual, cumplimiento del marco normativo que regula publicidad engañosa

Escala de medición

Respecto a la escala de evaluación, las variables se evaluaron mediante una escala ordinal del tipo Likert, que facilita la medición de la actitud y determina el nivel de acuerdo de una persona con nuestras afirmaciones (Hernández y Mendoza, 2018).

En ese sentido, a cada variable se les asignó un valor: 1 a totalmente, 2 a en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 a totalmente de acuerdo.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Se trata de un conjunto de elementos, ya sean individuos o entidades, que comparten atributos comunes y que sirven como medio para la transmisión de datos relevantes sobre el fenómeno investigado. (López, 2004).

Se han definido los siguientes criterios de inclusión y exclusión a utilizar para determinar la población a estudiar, siendo los siguientes:

Criterios de Inclusión:

Al integrarlos en el estudio, se puede precisar el universo de estudio. (Tinoco Mora & Sáenz Campos, 1999).

- Jóvenes y adultos (desde los 18 hasta los 50 años) residentes en Tumbes que desarrollan actividades económicas mediante plataformas electrónicas.

Criterios de Exclusión:

Según Tinoco Mora y Sáenz Campos (1999), se denomina población excluida al conjunto de personas cuyas características particulares podrían alterar o sesgar los resultados del estudio. En esta categoría se incluyen:

1. Individuos menores de 18 años y mayores de 50 años.
2. Personas que no residen en el distrito de Tumbes.
3. Sujetos que no han iniciado actividades comerciales por internet.
4. Visitantes o transeúntes sin residencia ni actividad económica establecida en la zona.

La población existente en el distrito de Tumbes asciende a 177 722 personas para el año 2023, según Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI); utilizando los criterios de inclusión y exclusión señalados párrafos arriba, se ha determinado una población de estudio de 56 065 personas para la presente investigación.

3.3.2. Muestra

Un fragmento seleccionado del grupo total o conjunto poblacional bajo estudio, desde el cual se extrajeron los datos necesarios mediante un enfoque de medición numérica, debiendo este fragmento reflejar fielmente las características del grupo total en su integridad (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

La muestra seleccionada para este estudio está conformada por 97 emprendedores dedicados al comercio electrónico, con residencia en el distrito de Tumbes.

3.3.3. Muestreo

Se implementa un método de selección de muestra no probabilístico aleatorio y sin criterios predefinidos, con el objetivo de asegurar que cada integrante del grupo investigado tenga idéntica probabilidad de ser incluido en el estudio (Nel Quezada, 2019).

Se optó por aplicar un muestreo no probabilístico, de tipo discrecional o aleatorio, fundamentado en el conocimiento previo del investigador respecto al objeto de estudio.

3.3.4. Unidad de análisis

La población comprende el conjunto de individuos u objetos que constituyen el universo del estudio, del cual se extrae la muestra. Esta última representa una selección no aleatoria o intencionada de ese universo, según lo señala Bulcourf (2007), quien la define como un conjunto arbitrario utilizado para fines investigativos.

La unidad de análisis estuvo representada por las personas mayores de edad, desde los 18 hasta los 50 años, que hayan iniciado negocios por internet en el distrito de Tumbes.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento para recolectar información fue el cuestionario. El cuestionario constituye un instrumento compuesto por un conjunto de preguntas orientadas a medir las variables del estudio. Su diseño debe guardar coherencia con el planteamiento del problema y las hipótesis formuladas, siendo una herramienta eficaz para estandarizar el proceso de recolección de datos (Hernández-Sampieri, 2018).

Instrumento para medir la variable “Cumplimiento de las obligaciones tributarias”

Ficha técnica

Nombre	Encuesta para medir el Cumplimiento de las obligaciones tributarias
Autor	Oviedo Yañes, Luis Jesus
Administración	Individual
Aplicación	Formulario – Google form.
Objetivo	Determinar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias
Tiempo de duración	Aproximadamente 20 minutos

Contenido:

Cuestionario con veinticuatro (24) ítems, con escala ordinal de Likert dividida en cuatro (04) secciones, en las cuales se describen la dimensión 1 Conocimiento de las obligaciones, de seis ítems con el puntaje máximo de 30; la dimensión 2: Cumplimiento material de las obligaciones, de c seis ítems con el puntaje máximo de 30, dimensión 3: Cumplimiento formal de las obligaciones con seis ítems con el puntaje máximo de 30 y la dimensión 4. Cultura tributaria con seis ítems con el puntaje máximo de 30. La escala de medición de este instrumento es 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Los rangos son: baja, regular y adecuada.

Tabla 1: Baremos de la variable Cumplimiento de las obligaciones tributarias

Niveles	Conocimiento de las obligaciones	Cumplimiento material de las obligaciones	Cumplimiento formal de las obligaciones	Cultura tributara
Bajo	6-14	6-14	6-14	6-14
Regular	15-23	15-23	15-23	15-23
Alto	24-30	24-30	24-30	24-30

Instrumento para medir la variable “Comercio electrónico”

Ficha técnica

Nombre	Encuesta para medir el comercio electrónico
Autor	Oviedo Yañes, Luis Jesus
Administración	Individual

Aplicación	Formulario – Google form.
Objetivo	Determinar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias
Tiempo de duración	Aproximadamente 15 minutos

Contenido:

Cuestionario con dieciséis (16) ítems, con escala ordinal de Likert dividida en tres (03) secciones, en las cuales se describen la dimensión 1 Legalidad y seguridad de cinco ítems con el puntaje máximo de 25; la dimensión 2: Protección al consumidor de cinco ítems cuyo puntaje máximo fue 25, dimensión 3. Competencia y lealtad comercial con seis ítems, con el puntaje máximo es 30. La escala de medición de este instrumento es 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Los rangos son: baja, regular y adecuada.

Tabla 2: Baremos de la variable comercio electrónico

Niveles	Legalidad y Seguridad Jurídica	Protección al consumidor	Competencia y Lealtad Comercial
Bajo	6-14	6-14	4-9
Regular	15-23	15-23	15-23
Alto	24-30	24-30	24-30

3.5. Confiabilidad de recolección de datos

a) Confiabilidad

Para obtener la confiabilidad de la herramienta se realizó una prueba piloto en una muestra de 30 emprendedores de comercio electrónico del distrito de Tumbes y se determinó la confiabilidad de la herramienta utilizando el alfa de Cronbach utilizando el software estadístico SPSS. versión 25, como se muestra en la tabla 3 La confiabilidad hace alusión al grado de consistencia y estabilidad de los resultados obtenidos al aplicar un instrumento de medición en condiciones similares (Sánchez et al., 2018).

Tabla 3: Nivel de confiabilidad de las variables

Alfa de Cronbach	N de elementos
,963	28

Dado que los valores del alfa de Cronbach para cada variable son mayores a 0.81 y menores a 1.00; se puede afirmar que, se obtiene un grado de confianza muy alto en el alfa de Cronbach, esto sugiere que el grado de correlación de las preguntas con la escala para cada variable es muy alto, de manera que los ítems de cada variable miden las dimensiones para las cuales requieren medición (Oviedo y Campo-Arias, 2005).

3.6. Procedimiento

El método para la obtención de datos de investigación se llevó a cabo mediante las siguientes etapas: Etapa 1: Creación y diseño del herramienta de medición, tras la elaboración de los instrumentos de recolección se validó dicho instrumento con la ayuda de expertos en el área, y después de asegurar una confiabilidad adecuada, se aplicó a los adultos que afirmaron haber iniciado actividades en el comercio electrónico en Tumbes durante el año 2023; Etapa 2: Se utilizó el instrumento para la recolección de datos en el área comercial del centro de Tumbes, con la asistencia de un dispositivo electrónico (Tablet de la marca Lenovo) que contaba con conexión a internet, accediendo al instrumento a través de Google Forms. Etapa 3: Para el análisis de los datos recolectados, se emplearon herramientas digitales y recursos como tablas y gráficos utilizando el software SPSS 25 de IBM y la aplicación Excel. Etapa 4: Se documentaron y procesaron los resultados de la recolección de datos, los cuales se discutieron a la luz de antecedentes internacionales y nacionales, con el objetivo de abordar las conclusiones.

3.7. Método de análisis de datos

Para el análisis causal de la información se empleó el software estadísticos IBM SPSS 25. Este estudio utilizó el análisis de regresión logística ordinal,

una técnica estadística apropiada para variables dependientes con categorías ordenadas, como los rangos de cumplimiento de las obligaciones tributarias (baja, regular y alta).

La investigación combinó la estadística descriptiva y la estadística inferencial, como métodos para el análisis de los datos recolectados. Por un lado, la estadística descriptiva permitió resumir y representar las características principales de la muestra, utilizando procedimientos de tipo deductivo. (Vargas Sabadías, 1995). Por otro lado, la estadística inferencial se utilizó para analizar los datos de la muestra, con el fin de formular inferencias, validar las hipótesis prever el comportamiento en la población total (Vargas Sabadías, 1995).

A partir de este análisis inferencial se procedió a contrastar la hipótesis del estudio, comprobando específicamente el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico.

3.8. Aspectos éticos

En el desarrollo de la investigación se aplicaron rigurosos principios éticos para garantizar la integridad del estudio y proteger a los participantes. A continuación, se detalla los aspectos considerados: valor social y respaldo científico; la investigación tiene un valor intrínseco, ya que busca abordar una problemática relevante sin poner en riesgo la integridad de los participantes. El diseño metodológico se alinea con la problemática real, utilizando técnicas de investigación válidas para asegurar la fiabilidad de los hallazgos. Consentimiento y participación; se aseguró la adecuada selección de los participantes quienes fueron adultos que han incursionado en el comercio electrónico durante el 2023. Su participación en el estudio fue voluntaria y con pleno consentimiento, garantizando la participación de población informada sobre el propósito de la investigación y el uso de datos. Integridad y confidencialidad, toda la información recolectada se manejó con la máxima confidencialidad, y los datos presentados en el estudio son exactos reflejan fielmente las opiniones de los participantes. Se respetaron, los derechos de autor, citando correctamente las teorías, antecedentes y datos de fuentes

externas para evitar el plagio y dar el crédito correspondiente, tal como lo señala la literatura sobre ética investigativa (Kumar, 2020).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

a. Resultados descriptivos

Tabla 4: Descripción de la muestra

	N	%
Sexo		
Femenino	44	45.4
Masculino	53	54.6
Edad		
Menos de 20 años	5	5.2
20 a 30 años	33	34.0
31 a 40 años	41	42.3
41 a 49 años	16	16.5
Más de 49 años	2	2.1
Grado de instrucción		
Secundaria	14	14.4
Técnico	18	18.6
Universitario	52	53.6
Posgrado	13	13.4
Total	97	100.0

Nota. Cuestionario aplicado a los emprendedores

En la tabla 4, se observa que el 54,6% de los emprendedores encuestados eran del sexo masculino y el 45,4% fueron del sexo femenino, la mayoría se encontraban en el rango de edad de 31 a 40 años (42,3%), el 34,0% tenían de 20 a 30 años y el 2,1% tenían más de 49 años, respecto al grado de instrucción; el 53,6% eran universitarios, y el 13,4% contaban con posgrado.

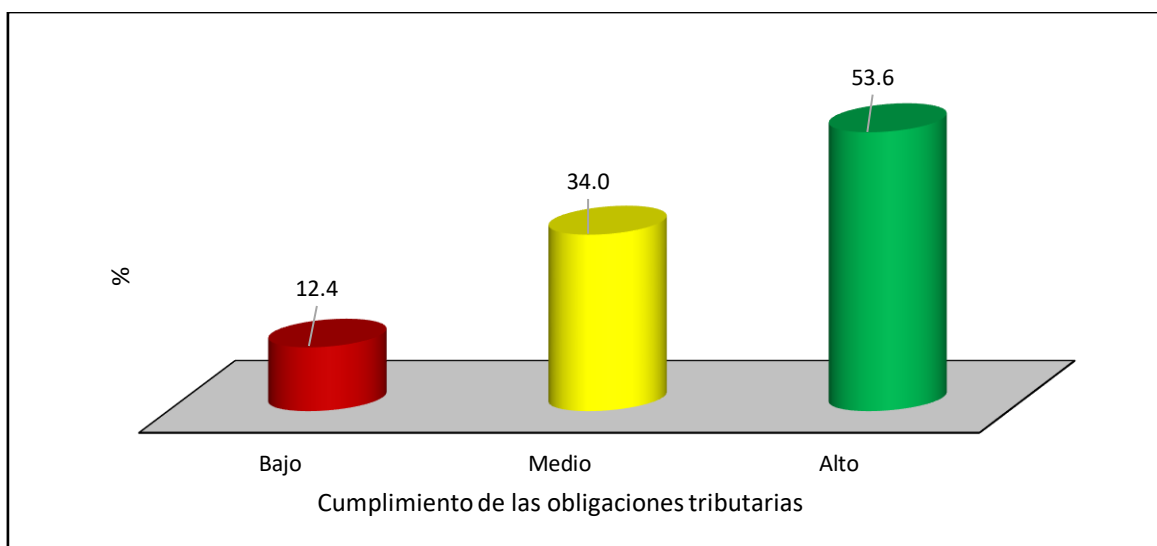
Variable: Cumplimiento de las obligaciones tributarias

Tabla 5: Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

	N	%
Bajo	12	12.4
Medio	33	34.0
Alto	52	53.6
Total	97	100.0

Nota. Cuestionario aplicado a los emprendedores

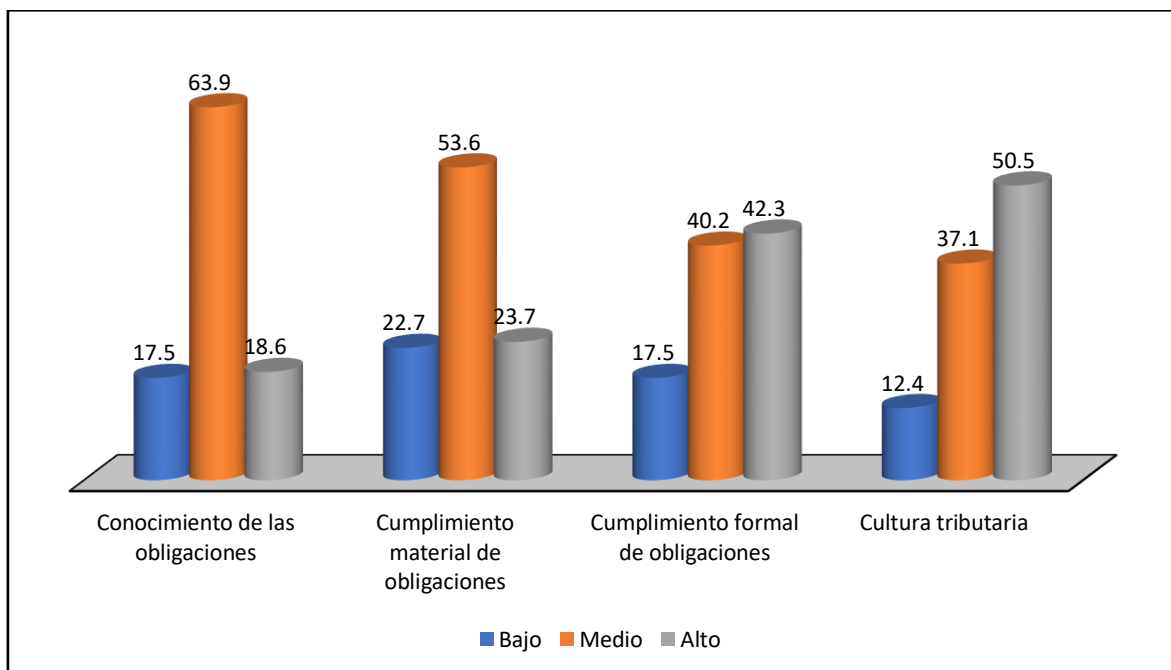
Figura 1: Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.



Nota. Cuestionario aplicado a los emprendedores

En la tabla 5 y figura 1, se muestra un nivel alto (53.6%) en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023, seguido de un 34,0% en el nivel medio y el 12,4% en un nivel bajo. Identificando aun una necesidad de mejora en casi la mitad de los emprendedores.

Figura 2: Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Distrito de Tumbes durante el año 2023, según dimensiones.



Nota. Cuestionario aplicado a los emprendedores

En la figura 2, se muestra que el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en el distrito de Tumbes durante el año 2023, presentaron un alto cumplimiento en la cultura tributaria con un 50,5%, seguido del cumplimiento formal de obligaciones (42,3%) y con necesidad de mejora con un nivel medio en el cumplimiento de las obligaciones (63,9%) y el cumplimiento material de obligaciones (53,6%).

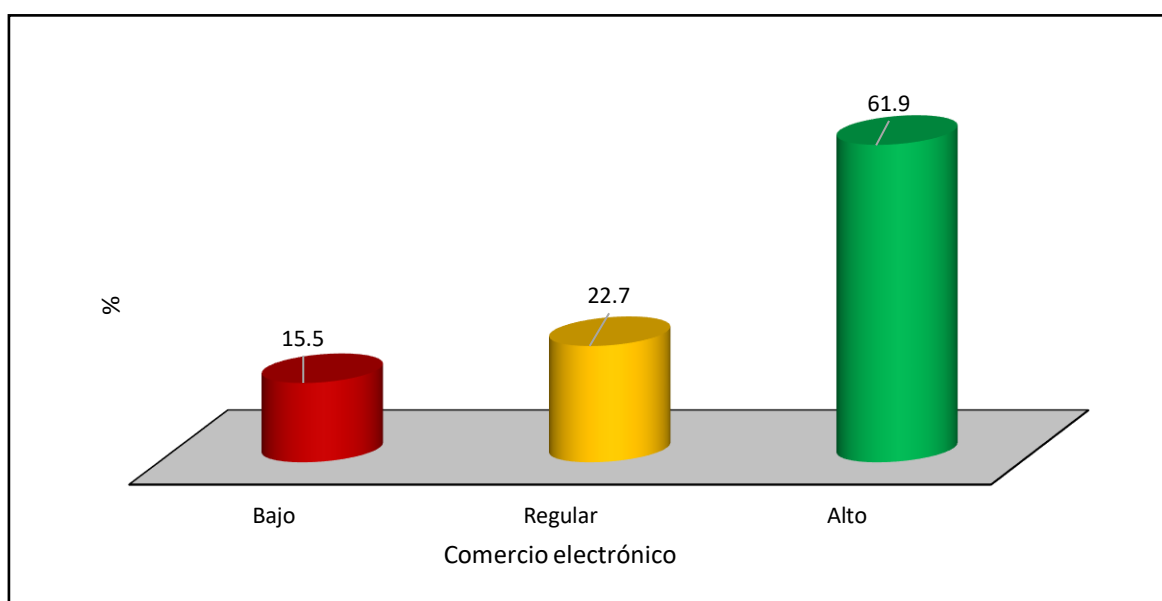
Variable: Desarrollo del comercio electrónico

Tabla 6: Analizar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el distrito de Tumbes durante el año 2023

	N	%
Bajo	15	15.5
Regular	22	22.7
Alto	60	61.9
Total	97	100.0

Nota. Cuestionario aplicado a los emprendedores

Figura 3: Nivel de desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.



Nota. Cuestionario aplicado a los emprendedores

En la tabla 6 y figura 3, se muestran los hallazgos del desarrollo del comercio electrónico, el 61,9% de los encuestados indicaron que es de un nivel alto, el 22,7% en un nivel medio y el 15,5% en un nivel bajo. Aún con una necesidad de mejora en más de un tercio de los emprendedores.

Resultados inferenciales

Tabla 7: Prueba de normalidad de datos

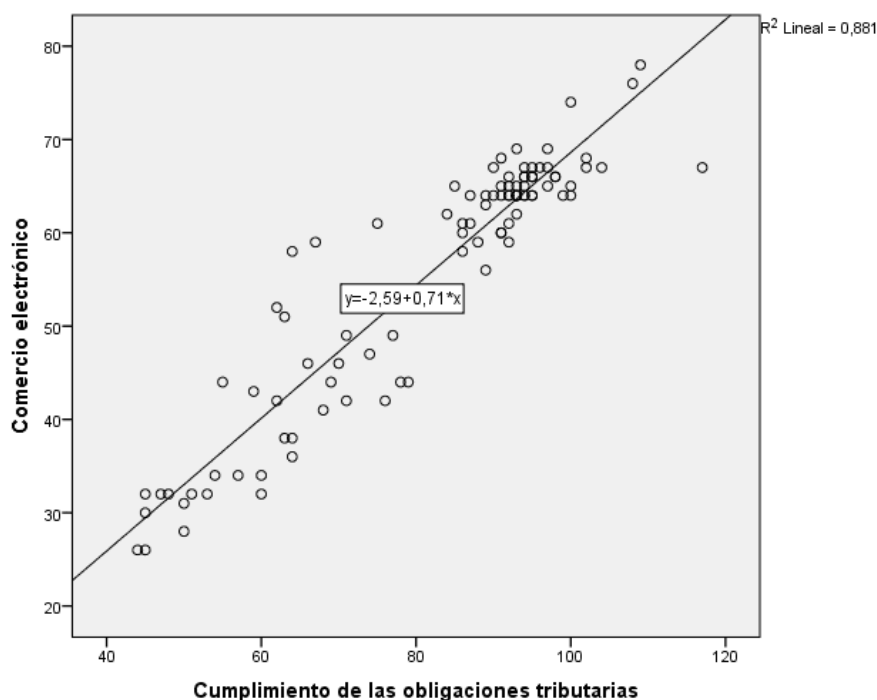
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Cumplimiento de las obligaciones tributarias	,195	97	,000
Comercio electrónico	,218	97	,000

En la tabla 7, se muestra que la variable cumplimiento de las obligaciones tributarias presentó un sig. bilateral de $0,000 < 0,05$ y la variable Comercio electrónico tuvo un sig. bilateral de $0,000 < 0,05$; por lo tanto, ambas variables no siguen una distribución normal y se establece como prueba de correlación el coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 8: Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023

			Comercio electrónico
Rho de Spearman	Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,907** ,000 97

Figura 4: Puntos de dispersión del Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023

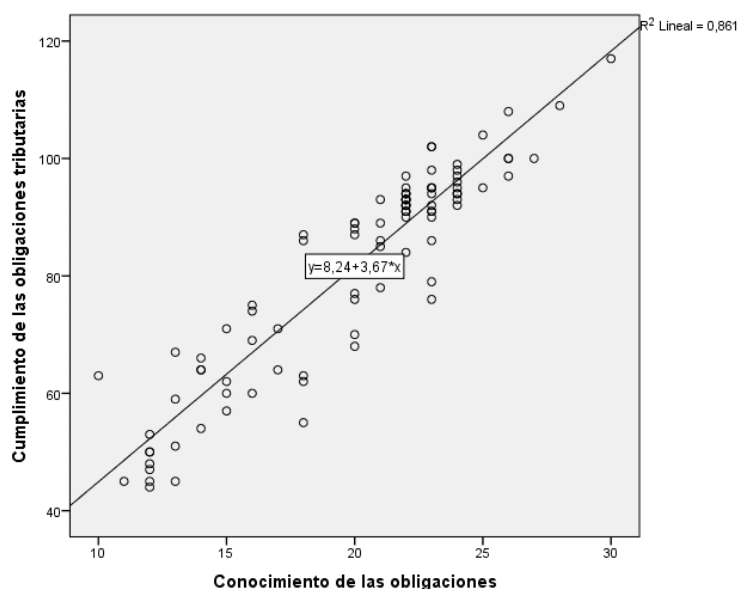


En la tabla 8 y figura 4, se muestra la prueba de correlación de Spearman con un valor de 0.907 y fue significativa ($p < 0,001$), asimismo el coeficiente R2 corregido fue de 0,881; por lo tanto, se confirma que existe un Impacto positivo de un 88,1% del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

Tabla 9: Influencia del grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

		Cumplimiento de las obligaciones tributarias	
Rho de Spearman	de Conocimiento de las obligaciones	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,905** ,000
		N	97

Figura 5: *Dispersión de puntos de la Influencia del grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes.*

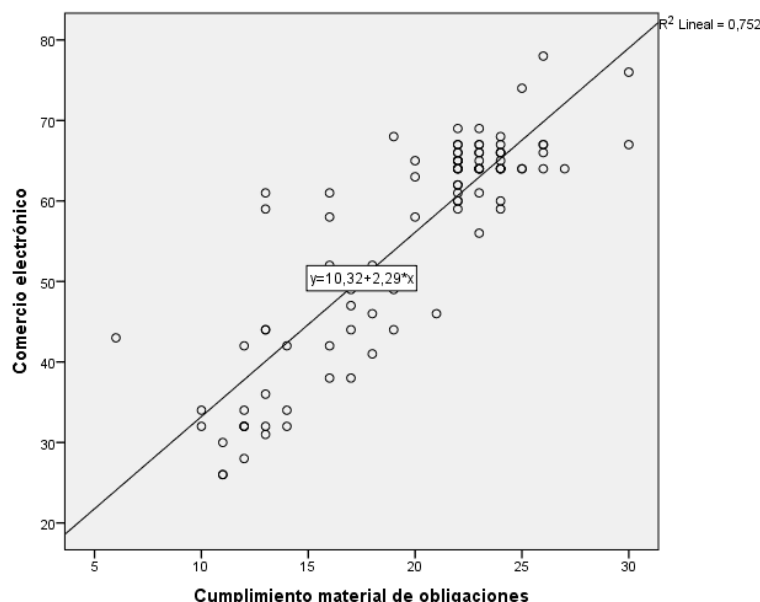


En la tabla 9 y figura 5, se muestra la prueba de correlación de Spearman con un valor de 0.905 y fue significativa ($p < 0,001$), asimismo el coeficiente R2 corregido fue de 0,861; por lo tanto, se confirma que existe una Influencia del 86,1% del grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico a través del conocimiento en la normativa en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

Tabla 10: Incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

			Comercio electrónico
Rho de Spearman	Cumplimiento material de obligaciones	Coefficiente de correlación de Sig. (bilateral) N	,805** ,000 97

Figura 6: Punto de dispersión de la Incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

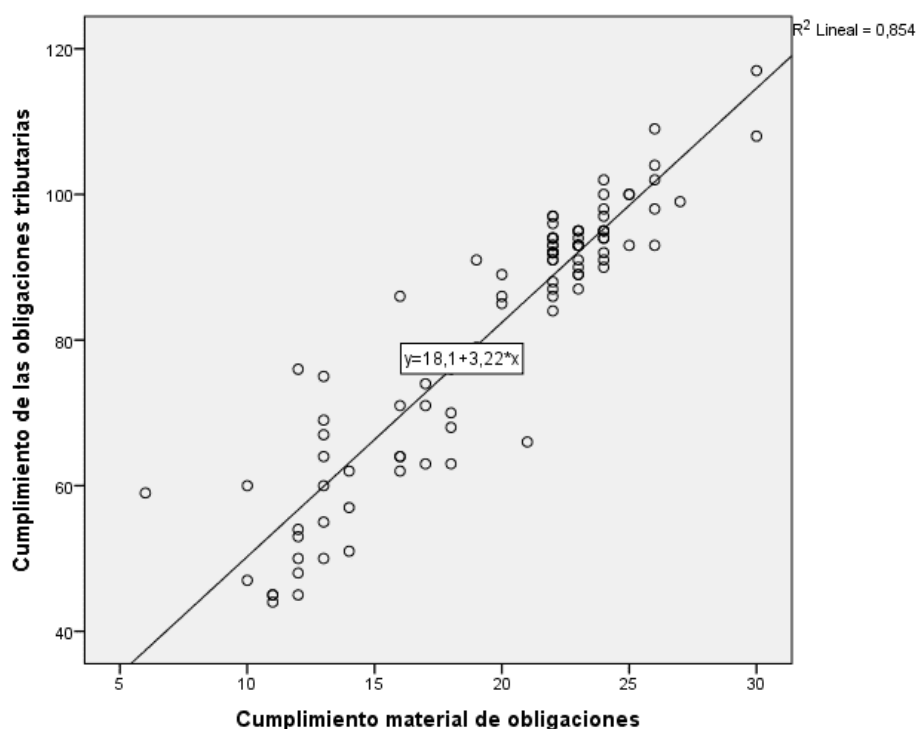


En la tabla 10 y figura 6, se muestra la prueba de correlación de Spearman con un valor de 0.805 y fue significativa ($p < 0,001$), asimismo el coeficiente R^2 corregido fue de 0,752; por lo tanto, se confirma que existe una Incidencia del 75,3% de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.

Tabla 11: Impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023.

		Cumplimiento de las obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Cumplimiento material de obligaciones	Coefficiente de correlación de Sig. (bilateral) N
		,902** ,000 97

Figura 7: Puntos de dispersión del Impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023.



En la tabla 11 y figura 7, se muestra la prueba de correlación de Spearman con un valor de 0.902 y fue significativa ($p < 0,001$), asimismo el coeficiente R2 corregido fue de 0,854; por lo tanto, se confirma que existe un Impacto del 85,4% de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los

contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023.

Tabla 12: Confiabilidad

Estadística de confiabilidad del cuestionario

Alfa de Cronbach	N de elementos
,963	28

Tabla 13: Estadística de confiabilidad del cuestionario, por ítems

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	91,33	417,161	,662	,962
P2	91,43	417,373	,642	,962
P3	91,69	414,633	,647	,962
P4	91,12	418,755	,639	,962
P5	91,08	414,451	,724	,961
P6	92,69	431,716	,388	,964
P7	91,49	415,357	,714	,961
P8	92,32	424,782	,519	,963
P9	91,51	414,294	,712	,961
P10	91,53	406,814	,838	,960
P11	91,34	413,935	,816	,961
P12	91,41	411,120	,815	,961
P13	92,10	406,406	,717	,961
P14	91,31	418,424	,620	,962
P15	91,33	417,494	,647	,962
P16	91,28	416,515	,718	,961
P17	91,40	415,660	,726	,961
P18	91,60	404,930	,833	,960
P19	91,34	438,602	,373	,965
P20	91,24	418,849	,713	,962
P21	91,18	425,417	,584	,962
P22	91,67	406,453	,792	,961
P23	91,36	419,441	,704	,962
P24	91,05	410,779	,735	,961
P25	91,39	411,949	,771	,961
P26	91,53	408,335	,832	,960
P27	91,75	414,584	,696	,962
P28	91,74	410,172	,668	,962

En la tabla 12, se muestra el valor del coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0,963, indicando una valoración excelente de la confiabilidad del cuestionario; además, en la tabla 13, se encontró en la correlación total de los ítems valores de $r > 0,300$; por lo tanto, todos los ítems tienen relación directa; siendo apropiado los 28 ítems en el cuestionario.

b. Discusión

La investigación tuvo como objetivo determinar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito Tumbes en el año 2023.

El análisis estadístico determinó que el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.907, con una significancia bilateral 0.000 ($p < 0.05$), lo que demostró que existe una correlación altamente positiva y significativa entre el cumplimiento de las obligaciones tributarias y el comercio electrónico. coeficiente de determinación (R^2) ajustado de 0.881 demostró que el cumplimiento de las obligaciones tributarias determina en un 88.1% el desarrollo del e-commerce en el Distrito de Tumbes. resultados no solo confirmaron la hipótesis principal, sino que también lograron responder al objetivo general de la investigación, que fue analizar la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente.

Para la discusión de estos resultados se hizo una comparación exhaustiva con estudios previos nacionales e internacionales que sirvieron como marco teórico. Esta contextualización permitió verificar la coherencia de los resultados del trabajo de campo y detectar posibles divergencias o matices que enriquecieron el análisis.

A nivel internacional, la investigación de Chao & Shuzhong (2024) en la Unión Europea analizó el efecto de una reforma del IVA en las ventas en línea, lo que provocó una disminución del 50% en el valor y el número de ventas en línea. Aunque el estudio de Tumbes no evaluó un cambio normativo específico, el hallazgo de Chao & Shuzhong, que evidenció una respuesta negativa del mercado ante un aumento de la carga impositiva, contrastó con el alto desarrollo del comercio electrónico (61.9%) y el alto nivel de cumplimiento tributario (53.6%) encontrados en el Distrito de Tumbes. Esta diferencia se podría deber a que en Tumbes no se dio por una nueva medida radical de impuestos, sino por la relación que ya tenían las variables.

A nivel internacional, la investigación de Chao & Shuzhong (2024) en la Unión Europea analizó el efecto de una reforma del IVA en las ventas en línea y encontró una reducción del 50% en el valor y el número de ventas en línea. bien el estudio de Tumbes no analizó un cambio normativo en particular, el resultado negativo del mercado ante un incremento de la carga tributaria, que encontraron Chao & Shuzhong, contradijo el gran desarrollo del comercio electrónico (61.9%) y el alto cumplimiento tributario (53.6%) hallado en el Distrito de Tumbes. diferencia se podría deber a que en Tumbes no se dio una nueva medida radical de política tributaria, sino que así se comportaban las variables. estudio europeo indicó que los consumidores, y no vendedores, absorbieron la mayor parte de la subida de impuestos, algo que la investigación en Tumbes no analizó, pero que podría tenerse en cuenta en futuras investigaciones para entender mejor la cadena de valor en el comercio electrónico local.

La investigación de Tofan & Bostan (2022) en Rumanía sobre cómo el cambio del marco jurídico europeo ha reforzado control fiscal en el comercio electrónico coincidió con los resultados de la tesis de Tumbes. informe rumano destacó cómo las normas han fortalecido el control fiscal, la gestión de pagos y la protección al consumidor. alta correlación positiva en Tumbes indicó que mientras más cumplan con sus obligaciones tributarias los emprendedores, se desarrollará el e-commerce. ser una señal de que un ambiente regulado y con alto cumplimiento tributario no solo es sostenible, sino que puede promover el crecimiento y la formalización de la actividad.

El estudio de Argilés-Bosch et al. (2020), que estudió la relación entre el comercio online y la evasión fiscal en Europa, proporcionó un buen punto de comparación. resultados mostraron que las empresas e-commerce eran más esquivas que las tradicionales. aunque la brecha se venía acortando, el estudio de Tumbes reveló otra realidad, donde más de la mitad los emprendedores (53.6%) declaró tener alto cumplimiento tributario. diferencia puede indicar que, si bien la evasión es un problema mundial, los contribuyentes del Distrito de Tumbes tienden a ser formales.

En Latinoamérica, el estudio de Borja & González (2024) en Colombia, donde resaltó que una cultura tributaria es fundamental para combatir la evasión, también coincidió con la tesis de Tumbes. Tumbes, la variable "cultura tributaria" alcanzó el mayor nivel de cumplimiento, con 50.5%, por encima del cumplimiento formal y material de las obligaciones. El resultado apoyó la hipótesis de los autores colombianos, en que la confianza en el Estado y la transparencia en el manejo de los recursos públicos son determinantes para el cumplimiento voluntario.

El estudio de Ramírez-Álvarez et al. (2022) en Ecuador sobre el impacto de la facturación electrónica que la digitalización tributaria transparentiza y facilita el cumplimiento fiscal. hallazgos de Tumbes no se centraron en la facturación electrónica, pero apoyaron indirectamente esta noción, ya que el alto cumplimiento general en el comercio electrónico puede relacionarse con la opinión de los empresarios sobre la eficacia de las herramientas de la administración tributaria. embargo, Ramírez-Álvarez et al. (2022) alertaron que la elusión se podría agudizar si no se ejercen controles estrictos, una tarea pendiente para la administración tributaria en Tumbes.

A Escala nacional, los estudios de Mamani (2024) y Aceituno (2024) en Perú hallaron resultados contradictorios a la hipótesis de Tumbes. El estudio de Mamani Cosi en Juliaca encontró que el 60% de los microempresarios tenía poco conocimiento de sus obligaciones tributarias y el 70% consideraba que el comercio electrónico influía regular en sus negocios. Esta ignorancia tributaria, aunada a la dificultad de fiscalizar, creaba un impacto negativo en el cumplimiento. Asimismo, Aceituno Coila, en su investigación por redes sociales, encontró una compensación entre el comercio electrónico y la evasión tributaria. La no declaración de ingresos y la no emisión de comprobantes eran prácticas habituales que favorecían la evasión y la competencia desleal.

La diferencia entre los resultados de Mamani y Aceituno, que señalaban altos niveles de informalidad y desconocimiento en el sector, y la tesis de Tumbes, que encontró alto cumplimiento y desarrollo, fue un punto relevante de debate. Mientras que en otras partes del Perú se notaba informalidad, en el

Distrito de Tumbes, al menos entre los 97 emprendedores encuestados, había un comportamiento más formalizado y consciente en términos tributarios. Esta diferencia puede deberse a diversas razones, tales como las campañas de sensibilización de la administración tributaria en Tumbes, un perfil más educado de los emprendedores (53.6% universitarios y 13.4% con estudios de posgrado) o simplemente una mayor percepción del riesgo de ser fiscalizado en la zona.

Otro autor peruano, Noa (2023), demostró la asociación entre el cumplimiento tributario y la comisión de infracciones tributarias. Su caso de estudio en la empresa ABC SAC arrojó que el incumplimiento generaba evasión tributaria. Este resultado, aunque descriptivo, se ajustó teóricamente a la hipótesis de Tumbes, ya que la correlación positiva significó que el incumplimiento, por el contrario, perjudicaría al e-commerce. En otras palabras, ambos estudios confirmaron que el cumplimiento es esencial para el crecimiento de la actividad económica, formal o, en este caso, digital.

Finalmente, la investigación de Cruz & Chuquihuanca (2023) en Perú también reveló lo que impulsa el cumplimiento tributario. Se dieron cuenta de que para muchos contribuyentes el cumplimiento dependía más del miedo a las sanciones y al cierre del negocio que de la conciencia tributaria. Esta conclusión dio luz verde para los resultados de la tesis de Tumbes. Aunque el estudio de Tumbes no analizó la motivación, el alto grado de cumplimiento hallado podría ser producto de una fiscalización exigente o por temor a las sanciones y no porque exista una cultura tributaria arraigada y consciente. Esta posibilidad debería ser investigada en futuras investigaciones para comprender mejor el alto cumplimiento en el Distrito de Tumbes.

En conclusión, la discusión de resultados verificó totalmente la hipótesis general de la tesis. El estudio de Tumbes halló que el alto cumplimiento tributario influye positiva y significativamente en el desarrollo del e-commerce. Este resultado coincidió con la evidencia de Tofan & Bostan (2022) y Ramírez-Álvarez et al. (2022), en que la regulación y la digitalización tributaria promovían el cumplimiento y la formalización. Pero los resultados

de Tumbes chocaron con los de Mamani (2024) y Aceituno (2024) en otros contextos peruanos, donde la informalidad y la evasión sí que emergieron como problemas centrales. Esta diferencia enfatizó la singularidad de la población estudiada en Tumbes y que el perfil de los emprendedores locales, en combinación con otros factores como una posible fiscalización efectiva, podría haber influido en los resultados. Los estudios de Cruz & Chuquihuanca (2023), que asociaron el cumplimiento al miedo a ser sancionado, y de Argilés-Bosch et al. (2020), que evidenciaron la propensión evasora de las empresas digitales, también proporcionaron puntos de comparación. La investigación determinó que el cumplimiento tributario no solo es una obligación jurídica, sino que contribuye al desarrollo y crecimiento de la actividad de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes.

Por otro lado, la presente investigación de resultados también ha validado tres hipótesis específicas, cada una asociada a un problema y objetivo específico, profundizando el conocimiento del fenómeno del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y comparándolo con el conocimiento previo y las teorías base del derecho tributario.

El primer problema específico pretendía conocer de qué manera la falta de precisión en la norma tributaria incidía en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por los contribuyentes en el Distrito de Tumbes. La hipótesis fue que esta incertidumbre impactaría de manera negativa. Los hallazgos revelaron una alta correlación positiva entre la claridad de la norma y el cumplimiento tributario (Rho de Spearman = 0.884, $p < 0.001$), refutando la hipótesis específica planteada. Sorprendentemente, el grado de claridad de la norma no se encontraba en niveles bajos, sino que la mayoría lo valoró en un nivel alto (58.8%).

Este resultado es consistente con la Teoría del Comportamiento del Contribuyente, que establece que el conocimiento y la percepción de justicia del sistema tributario son determinantes para el cumplimiento voluntario. Si los contribuyentes consideran que la norma es clara y de fácil acceso, cumplirán. La investigación de Gutiérrez-Lagos & Valenzuela-Hernández (2021) sobre la influencia de la educación tributaria en el cumplimiento

tributario también lo confirmó, ya que la información transparente y las campañas de sensibilización eran eficaces para mejorar la formalización, lo que coincidió con la percepción de claridad que tuvieron los emprendedores de Tumbes, quienes, a pesar de su complejidad, lo entendieron. Esto dio a entender que las herramientas de la administración tributaria o la asesoría externa pudieron haber ayudado a entender las leyes.

El segundo problema específico se formuló para identificar cómo la complejidad de los trámites administrativos impactaba el desarrollo del comercio electrónico. Se planteó una hipótesis específica que la complejidad impactaría negativamente dicha actividad. Los resultados de la investigación apoyaron esta hipótesis con firmeza, encontrando una evaluación negativa significativa entre la complejidad de los procedimientos y el cumplimiento tributario (ρ de Spearman = -0.842, $p < 0.001$). Es decir, a mayor complejidad percibida, menos cumplimiento.

Estos resultados se conectaron con la Teoría de la formalización tributaria, la cual describe el proceso de pasar de la informalidad a la formalidad y que los altos costos de cumplimiento, monetarios y de tiempo, eran una barrera para la formalización. El estudio de Vicuña-Mendiola (2020) sobre el impacto de la fiscalización en las pequeñas empresas peruanas, si bien se centró en la fiscalización, mencionó que la burocracia hacía poco atractivo el cumplimiento. En el caso del e-commerce en Tumbes, aunque los resultados generales mostraron un alto cumplimiento, se identificó como punto crítico la complejidad administrativa. Esto evidencia que, si bien los emprendedores tenían la voluntad de acatar. La complejidad de los procesos aún representaba una barrera que podía ser optimizada para promover un mayor desarrollo del comercio electrónico en la región.

El tercer problema específico intentó determinar de qué manera las acciones de fiscalización y control tributario influyen en el cumplimiento tributario en el comercio electrónico. La hipótesis específica planteó que la la fiscalización influiría positivamente. Los resultados apoyan esta hipótesis, encontrándose una evaluación muy fuerte y positiva entre la fiscalización y el cumplimiento (ρ de Spearman = 0.902, $p < 0.001$), lo que sugiere que las medidas de

control de la administración tributaria son consideradas por los contribuyentes como un factor determinante para el cumplimiento.

Este resultado se alineó con la Teoría de la Causalidad Fiscal, la cual plantea que la percepción de riesgo y la probabilidad de ser descubierto y sancionado influyen en el comportamiento del contribuyente. Si bien esta es una de las teorías más tradicionales en el derecho tributario, los hallazgos de la tesis de Tumbes la adaptaron al contexto del comercio electrónico, probando que la fiscalización, aún en el mundo virtual, era un motor de cumplimiento.

Pero estos resultados chocaron con la investigación de Osorio & Sánchez (2021), que analizaron la fiscalización de la SUNAT en el comercio electrónico en tiempos de pandemia. Su investigación encontró que la informalidad se mantuvo porque las acciones de fiscalización se enfocaron en identificar avisos publicitarios, pero fuera a muchos vendedores informales, que la tesis de Tumbes encontrara una evaluación positiva alta entre fiscalización y cumplimiento indicaría que, en el Distrito de Tumbes, las acciones de control se consideraron efectivas, o que la muestra de emprendedores encuestados ya se encontraba en un nivel de formalidad que les permitiría trabajar con las herramientas de fiscalización de la SUNAT.

V. CONCLUSIONES

En el presente estudio se arriban a las siguientes conclusiones:

Considerando el propósito general del presente estudio fue analizar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el distrito de Tumbes durante el 2023, se concluyó que entre las variables existe una incidencia significativa, por cuanto el valor de Nagelkerke estimo un 88.1% (0,881), por lo que se afirma que los emprendedores del distrito de Tumbes, consideran que, durante el 2023, el cumplimiento de las obligaciones tributarias impactaron significativamente en el comercio electrónico.

En este estudio se estableció como objetivo específico determinar el grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en el distrito de Tumbes durante el años 2023; en ese sentido, conforme a los análisis estadísticos inferenciales, se concluyó que la claridad de la normativa tuvo influencia positiva y significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias; a pesar de la complejidad inherente de la legislación fiscal, en el estudio se reportó un alto nivel de comprensión acceso a la data tributaria.

Asimismo, se estableció como segundo objetivo específico, evaluar la incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el distrito de Tumbes durante el 2023, se concluyó en que la complejidad de los procedimientos tiene una influencia negativa y significativa en el desarrollo del comercio electrónico. Los resultados mostraron que las dimensiones relacionadas con la gestión de pagos y emisión de comprobantes de pago eran percibidas obstáculos por los encuestados.

Finalmente, se ha establecido como tercer objetivo específico el analizar el impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023, se concluyó que las acciones de fiscalización y control tuvieron un impacto positivo y altamente significativo en el cumplimiento de obligaciones, lo cual fue particularmente demostrado en las dimensiones de cumplimiento formal y cumplimiento material.

El cumplimiento de las obligaciones tributarias tiene una incidencia positiva y altamente significativa en el desarrollo del comercio electrónico. Es decir, los resultados mostraron que la variable Cumplimiento de las obligaciones tributarias influye en un 88.1% en el desarrollo del Comercio electrónico en el distrito de Tumbes, según el R^2 corregido. Lo cual confirma que mayor formalidad tributaria de los emprendedores se asocia con mayor crecimiento y desarrollo de sus negocios online.

Las acciones de fiscalización y control tributario influyen positiva y significativamente en el cumplimiento material de las obligaciones (pago de impuestos). Es decir, el estudio logró un R^2 lineal de 0.854, lo que implica que las acciones de fiscalización explican en un 85.4% los cambios en el cumplimiento material de los contribuyentes. Esto sugirió que la sensación de control por parte de la administración tributaria influye en que los e-commerce paguen sus impuestos y contribuyan a la sostenibilidad de sus negocios y del sistema tributario.

La cultura tributaria, como dimensión del cumplimiento de las obligaciones fiscales, tiene una fuerte incidencia positiva en el desarrollo del comercio electrónico; es decir, que el nivel de conciencia y conocimiento de sus obligaciones y derechos por los contribuyentes se tradujo en un mayor desarrollo de la actividad económica, ya que un comportamiento fiscal responsable genera legalidad y seguridad, factores para el crecimiento del comercio electrónico; si bien no se cuenta con un valor R^2 para esta dimensión, los hallazgos revelaron que la cultura tributaria fue la dimensión con mayor cumplimiento (50.5% en nivel alto).

VI. RECOMENDACIONES

Frente a las conclusiones me atrevo a formular las siguientes recomendaciones:

Simplificación de trámites, dado que la complejidad de los procedimientos administrativos influye negativamente en el desarrollo del comercio electrónico, se recomienda a la SUNAT revisar y simplificar los procesos de inscripción, declaración y pago de impuestos para los emprendedores digitales. Se sugiere crear plataformas y guías más intuitivas y amigables para el usuario. Esto no solo incentivaría el cumplimiento, sino que también facilitaría la formalización de nuevos negocios en línea.

Fortalecimiento de la fiscalización, aunque las acciones de fiscalización tuvieron un impacto positivo en el cumplimiento material, la persistencia de la informalidad en el sector digital, evidenciada por otros estudios, indica que aún existen desafíos. Se recomienda mejorar las estrategias de control fiscal utilizando tecnologías avanzadas como el análisis de datos (big data) para detectar con mayor precisión a los vendedores informales que operan en plataformas digitales y redes sociales, asegurando así un mercado más equitativo.

Incentivar la cultura tributaria, si bien los resultados muestran un alto nivel de cumplimiento, es crucial que los emprendedores comprendan que la formalidad fiscal no es solo una obligación, sino un factor de desarrollo y crecimiento. Se recomienda que los emprendedores busquen activamente información y capacitación sobre sus deberes y derechos para fortalecer su cultura tributaria, ya que un comportamiento fiscal responsable genera seguridad y legalidad, lo cual es fundamental para el crecimiento sostenible de sus negocios.

Participación en programas de capacitación, se recomienda a los emprendedores participar en talleres y seminarios organizados por la SUNAT u otras entidades para mantenerse actualizados sobre las normativas vigentes, especialmente aquellas relacionadas con la gestión de pagos, la emisión de comprobantes electrónicos y los regímenes tributarios aplicables al comercio electrónico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aceituno Coila, H. V. (2024). *Influencia del comercio electrónico por redes sociales en la evasión tributaria de los comerciantes de la ciudad de Puno*. Universidad Privada de San Carlos. https://repositorio.upsc.edu.pe/bitstream/handle/UPSC/801/Harlee_Vanessa_ACEITUNO_COILA%20.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Adriazola Escobedo, C. V. (2022). *Análisis de las obligaciones tributarias en las empresas inmobiliarias de venta y alquiler, Lima 2022*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28397/Adriazola_EC V-SD.pdf?sequence=4
- Agencia de Noticias AFP. (2021). Economía chilena en camino a recuperarse antes de lo previsto del impacto de la pandemia. *Diario Gestión*. Diario Gestión
- Alca Pillpe, B., & Benites Escarrache, N. X. (2024). *La cultura tributaria y la formalización de negocios electrónicos por personas naturales en el distrito de Ayacucho, periodo 2021*. <https://repositorio.unsch.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d63e903a-8fbf-40d0-889d-5edc2b11d62d/content>
- Alderete, M. V., & Giagante, M. (2019). Hospitality businesses e-commerce: a case study of a tourist destination in Argentina. *Revista Académica & Negocios*, 5(0719-7713), 29-44. <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2592/2840>
- Álvarez Risco, A. (2020). Clasificación de las Investigaciones. *Universidad de Lima*. <https://es.scribd.com/document/531288925/CLASIFICACION-DE-LAS-INVESTIGACIONES-wecompress-com>
- Argilés-Bosch, J. M., Somoza, A., Ravenda, D., & García-Blandón, J. (2020). An empirical examination of the influence of e-commerce on tax avoidance in Europe. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 41, 100339. <https://doi.org/10.1016/J.INTACCAUDTAX.2020.100339>
- Becerra-Peña, D. L., Rosales Soto, A., & Gutiérrez Moreno, P. (2023). Tax challenges digitalization of the economy: a reflection on the BEPS Project. *The Anáhuac Journal*, 23(1). <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2023v23n1.01>

- Borja Barrera, M., & González Cortés, L. D. (2024). Culture of tax contribution in Colombia: a tool against evasion and avoidance. *Pensamiento Americano*, 16(32). <https://doi.org/10.21803/penamer.16.32.696>
- Borrego Zabala, B. (2014). La necesaria adaptación de los tributos a las nuevas tendencias de los negocios electrónicos. *IDP Número*, 18. www.uoc.edu/idp Fecha de publicación: junio de 2014
- Bravo Tejada, F. (2023). Comercio electrónico en Perú 2023: La Guía más completa del mercado - Ecommerce News. *Ecommerce News*. <https://www.ecommercenews.pe/ecommerce-insights/2023/crecimiento-del-comercio-electronico-en-peru.html/>
- Calderon Vilchez, L. X., & Rivas Paredes, L. I. (2023). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales del comercio comercial de Gamarra, en el periodo 2022* [Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/37904>
- Calva Bálcazar, D. del C. (2021). *El comercio electrónico y su impacto tributario en el sector Retail de Ecuador, 2018*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Machala]. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/18094/1/TT%20tesis%20titulacion%20impacto%20tributario%20comercio%20electronico%20Diana%20Calva%20.pdf>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2021). *Reporte oficial de la industria ecommerce en Perú - impacto del COVID19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021*. <https://www.capece.org.pe/observatorio-ecommerce>
- Castañeda Regalado, L. E., & Linares Abad, J. J. (2025). *El sistema de seguridad jurídica del comercio electrónico en Lambayeque 2024* [Universidad Señor de Sipán]. <https://orcid.org/0000-0002-5181-1685>
- Cerón Villacorta, E., Tecocha Portocarrero, R. I., Soto Abanto, S. E., & Villafuerte de la Cruz, A. S. (2022). Electronic commerce and the attitude towards tax evasion of companies, Province of San Martín, 2021. *Sapienza*, 3(1), 336-353. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i1.175>

- CERTUS. (2024, agosto 7). *E-commerce: Guía y Aspectos Legales*.
<https://certuslegalfirm.com/e-commerce-guia-y-aspectos-legales/>
- Chao, F., & Shuzhong, M. (2024). Taxing the online haven: Impacts of the EU VAT reform on cross-border e-commerce. *Journal of Public Economics*, 239, 105244.
<https://doi.org/10.1016/J.JPUBECO.2024.105244>
- Chevarría Arrieta, Z. (2020, junio 24). *Tributación durante la pandemia*. Escuela de posgrado de la Universidad de Lima. <https://www.ulima.edu.pe/entrevista/zully-chevarria-arrieta-24-06-2020>
- Colchado, G. (2022). *Importancia del Cumplimiento de Obligaciones Tributarias*.
<https://colchadoyasociados.com/equipo/>
- Collosa, A. (2020). LAS ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS Y EL CONTROL DE LA ECONOMÍA DIGITAL. *LinkedIn*. <https://es.linkedin.com/pulse/las-administraciones-tributarias-y-el-control-de-la-econom>
- Colonna M, F. (2023, noviembre 14). Los riesgos legales en el boom del comercio electrónico. *Diario El Peruano*. <https://www.elperuano.pe/noticia/227796-suplemento-juridica-los-riesgos-legales-en-el-boom-del-comercio-electronico>
- Crespin Crespin, R. E. (2024). *Cultura tributaria en los pescadores de la cooperativa de producción pesquera artesanal «San Pedro de Playas» del cantón general Villamil playas, provincia del Guayas, año 2023*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12664>
- Cruz Huaman, R. K., & Chuquiwanca Cuti, Y. (2023). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los establecimientos comerciales de abarrotes acogidas al nuevo régimen único simplificado del distrito de santiago -2021*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
<http://hdl.handle.net/20.500.12918/8268>
- D'Andria, D., & Heinemann, M. (2023). *Overview on the tax compliance costs faced by European enterprises – with a focus on SMEs*.
[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU\(2023\)642353](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2023)642353)

- Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero. (s. f.). *GLOSARIO DE TÉRMINOS TRIBUTARIOS*. Recuperado 8 de agosto de 2024, de https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_tributario.pdf
- Diario El Comercio. (2020, junio 8). Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT: más de 12.700 contribuyentes evadían el pago de impuestos a través del comercio electrónico. *Diario El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/peru/sunat-mas-de-12700-contribuyentes-evadian-el-pago-de-impuestos-a-traves-del-comercio-electronico-nndc-noticia/>
- Diario El Dinero. (2021). La pandemia dispara el apetito de los consumidores por los pagos digitales. *Diario El Dinero*. <https://eldinero.com.do/159029/la-pandemia-dispara-el-apetito-de-los-consumidores-por-los-pagos-digitales/>
- Dodero Galvez, S. del R., & Zavaleta Ochoa, L. C. (2024). *E-commerce y su impacto en la evasión tributaria en los comerciantes pertenecientes al RET en las galerías del mercado Covida, Los Olivos, periodo 2020 - 2022* [Tesis]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/662311>
- Dorado Porras, M. M. (2020). *Impacto del COVID19 en el comercio electrónico* [Tesis, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46950/TFG%20-%20Dorado%20Porras%2C%20Marta.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Encalada Medranda, L. K., & Diez Farha, S. V. (2023). Analysis of the tax culture of organizations in the agricultural sector. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 27(120), 93-103. <https://doi.org/10.47460/uct.v27i120.737>
- Equipo Editorial Conekta. (2023, febrero). *Seguridad en el Comercio Electrónico_ Medidas e Importancia*. <https://www.conekta.com/blog/seguridad-comercio-electronico>
- Espinosa Díaz, Y. S., Rodríguez Torres, G. T., Díaz Díaz, F., & Porras Mejía, E. (2022). Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales del contribuyente. *Apuntes Contables*, 31, 153-171. <https://doi.org/10.18601/16577175.n31.09>
- Fernández De La Vega González, S. (2018). The memory of the body: a theoretical justification of corporal interventions in psychodynamic psychotherapy. *Rev. Asoc.*

Esp. Neuropsiq, 38(134), 451-471. <https://doi.org/10.4321/S0211-57352018000200006>

Fernández-Bedoya, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espiritu Emprendedor TES*, 4(3), 65-76.

Flores Alejo, L. (2024). *Cultura tributaria y su relación con el desarrollo empresarial en comerciantes ferreteros del jiron 8 de noviembre, Juliaca, Puno, 2024*. <https://hdl.handle.net/20.500.14441/2934>

Gálvez Cano, I. A., & Pineda Miranda, A. S. (2019). *La afectación del principio de seguridad jurídica en el consumidor frente a la inexistente regulación del comercio electrónico en el Perú*.

García Cubas, A. I. (2024). *Ausencia de regulación de las partes intervinientes en el comercio electrónico frente a la calificación de responsabilidad por insatisfacción del consumidor*. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/13653>

García Pulido, D. D. (2022). *Protección al consumidor y plataforma de comercio electrónico: perspectivas para el adecuado ejercicio de la potestad administrativa sancionatoria*. Universidad de los Andes. <https://hdl.handle.net/1992/59213>

Gómez Casas, M. G. (2020). *IV. SUJETOS DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA*. <https://tinyurl.com/y2avugwn>

Gomez Melgar, W. A., Orellano Torres, E. S., & Pozo Pillaca, M. (2023). *Conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Playa Grau de Ayacucho*. Universidad Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/13563>

González, D. (2021). Crece el comercio electrónico en Bolivia. *Diario América Retail*. <https://www.america-retail.com/peru/crece-el-comercio-electronico-en-bolivia/>

Guerrero Santos, O. R. (2021, junio 21). *La obligación tributaria formal y sustancial*. Universidad Continental. <https://www.youtube.com/embed/lizxpYO884>

Gutiérrez Jaramillo, N. D., Barrueto Pérez, M. T., & Orellana Ulloa, M. N. (2020). La fiscalidad del Comercio Electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Quipukamayoc*, 28(57), 67-74. <https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18062>

- Guzmán Duque, A. P., & Abreo Villamizar, C. A. (2017). Del comercio electrónico al comercio social: La innovación al alcance de las organizaciones. *Contabilidad y Negocios*, 12(1992-1896).
- Hantono. (2021). THE IMPACT TAX KNOWLEDGE, TAX AWARENESS, TAX MORALE TOWARD TAX COMPLIANCE BOARDING HOUSE TAX. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 9(1), 49-65. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i1.2021.2966>
- Hernández Barrueco, L. C., & Hernández Ramos, E. M. (2020). *Manual del Comercio Electrónico* (Gibert Núria, Ed.; Marge Books). https://books.google.com.pe/books?id=G6YEEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_book_other_versions_r&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Hernández-Castellanos, A. A., Mapén-Franco, F. de J., & Hernández-Govea, L. M. (2021). Digital economy: Overview of income taxation in Mexico. *Revista Científica de la UCSA*, 8(2), 51-63. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.02.051>
- Hernandez-Sampiere, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Higuerey, E. (2019, junio 1). *Comercio electrónico: conoce todo sobre este modelo de negocios y cuales son sus ventajas*. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>
- Hiroshi, A., & Hikaru, O. (2023). Does e-commerce ease or intensify tax competition? Destination principle versus origin principle. *International Tax and Public Finance*. <https://doi.org/10.1007/s10797-023-09796-8>
- Malhotra, S. (2021, mayo 4). *La pandemia altera los hábitos de gasto en APAC e impulsa un rápido cambio hacia tecnologías de pago emergente*. Mastercard New - Payments Index. <https://www.mastercard.com/news/ap/en/newsroom/press-releases/en/2021/may/pandemic-alters-spending-habits-in-apac-drives-rapid-shift-to->
- Mamani Cosi, M. A. (2024). *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://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/21624>

Marius Răzvan, S., Mazilescu, C. R., & Surugiu, C. (2021). Analysis of the tax compliance in the EU: VECM and SEM. *Mathematics*, 9(17).
<https://doi.org/10.3390/math9172170>

Meza Trucios, E. A. (2024). *Comercio electrónico en Perú: Urgencia de regulación*.
<https://boletinsociedades.com/2024/10/27/comercio-electronico-en-peru-urgencia-de-regulacion/>

Miranda Rufo, V. (2021). Nuevos hábitos de consumo, nuevas formas de comprar. *Cinco Días*.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/07/26/extras/1627315397_428414.html

Montalvo-Coronel, L. F., & Orozco-Santos, C. H. (2020). Disrupción digital en tiempos de pandemia efectos en el mercado tecnológico la provincia de Manabí - Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 5(2550-682x).

Morales Buitrón, J. C. (2022). *Análisis del cumplimiento de las obligaciones tributarias y su incidencia en la recaudación de impuestos de los contribuyentes del sector ganadero en el Cantón San Miguel de los Bancos*. Universidad Central del Ecuador.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/29267>

Moreano Guerra, G. L., & Guerrero Sarzosa, L. F. (2024a). Comercio Electrónico y su Incidencia en el Impuesto a la Renta. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(3), 4096-4130. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11615

Moreano Guerra, G. L., & Guerrero Sarzosa, L. F. (2024b). Comercio Electrónico y su Incidencia en el Impuesto a la Renta. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(3), 4096-4130. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11615

Muntané Relat, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revisiones temáticas*, 33.
https://www.researchgate.net/publication/341343398_Introduccion_a_la_Investigacion_basica

- Muñoz Rocha, C. (2015). *Metodología de la investigación*. De Muñoz Rocha Carlos by María Luisa Moreno Rojas - Issuu. OXFORD. <https://issuu.com/malurojas19/docs/56-metodologia-de-la-investigacion-carlos-i.-munoz>
- Navas Espín, G. R., Dávila Jácome, P. C., Navas Dávila, R. M., & Pinda Guanolema, B. R. (2025). *Neutrosophic method for the evaluation of non-compliance with formal duties in the economic activities carried out in WhatsApp in the Pastaza canton*. 36, 2025. <https://fs.unm.edu/NCML2/index.php/112/article/view/683/1940>
- Noa Cayalle, E. B. (2023). Cumplimiento de las obligaciones fiscales y su relación con las infracciones tributarias en la empresa ABC SAC. *Economía & Negocios*, 5(2), 92-107. <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.2.1799>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2019). Panorama del comercio electrónico políticas, tendencias y modelos de negocio. *Fundación de Educación Superior San José - STUDOCU*. <https://n9.cl/c2spv>
- Ortiz-Fajardo, H. A., & Erazo-Álvarez, C. A. (2021). Resiliencia empresarial en tiempos de pandemia: Retos y desafíos de las microempresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 366. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1293>
- Osorio Ollero, K. A., & Sanchez Silvera, F. (2021). *¿Cómo se ha evolucionado en la fiscalización del comercio electrónico del comercio electrónico por parte de la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT en el año 2020?* *Revista Lidera*, (16), 6–12. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/24846>
- Pacheco Marmanillo, V. F. (2023). Regulación del comercio electrónico y las transacciones digitales en Perú: un análisis de su implementación y efectos en la región de Huancavelica. *Revista de Investigación Científica Erga Omnes*, 3(2), 19-25. <https://doi.org/10.54943/rceo.v3i2.442>
- Paz Quiroz, F. A. (2021, febrero 23). La importancia de los impuestos. *DiarioElPeruano*. <https://elperuano.pe/noticia/115840-la-importancia-de-los-impuestos>
- Pedroni, F. (2024). Argentine Tax System Factors: Incentive or Disincentive to Firm Informality? Perception of Traders and Public Accountants. *Revista Finanzas y*

Política Económica, 16(1), 243-278.
<https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v16.n1.2024.10>

Peña Ramírez, M. P., & Núñez Gonsález, C. (2021). Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el sector comercio de Pucallpa, Perú. *Revista Hechos Contables. Revista de Investigación en Contabilidad*, 1(2810-8388), 51-62. DOI:10.52936/rhc.v1i2.76

Pinzay Cevallos, L. E. (2021). *Comercio electrónico en tiempos de pandemia COVID19 como estrategia de comercialización para las microempresas de la ciudad de Jipijapa*. [Tesis]. Universidad Estatal del Sur de Manabí. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3465>

Puerta Domínguez, E. M. (2023). Interacciones entre las directivas sobre comercio electrónico y protección al consumidor en el marco de la Unión Europea. *Revista derecho y economía de la integración*, 11, 57. <https://doi.org/10.69592/2530-5093-N11-DICIEMBRE-2023-ART7>

Puma Ccallo, J. L. (2022). *El conocimiento tributario y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la Plaza Mi Perú de la ciudad de Juliaca -2019*. Universidad Nacional del Altiplano. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/18047>

Rahman, I., Hidayat Muhtar, M., Mongdong, N. M., Setiawan, R., Setiawan, B., & Kristian Siburian, H. (2024). Harmonization of Digital laws and Adaptation Strategies in Indonesia focusing on E-Commerce and Digital transactions. *Jornuel Of Social Sciencia Research*, 4(2807-4238), 4314-4327. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8240>

Ramirez Rivera, D. O. (2024). *Cultura tributaria en los negocios de las comunas rio seco y febres cordero, cantón Santa Elena , provincial de Santa Elena , año 2023*. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12621>

Ramírez-Álvarez, J., Oliva, N., & Andino, M. (2022). Tax compliance and electronic invoicing in Ecuador: An impact assessment. *Problemas del Desarrollo*, 53(208), 97-123. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2022.208.69712>

Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Av.psicol*, 23(1), 9-17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>

- Rodriguez Atoche, S. D., & Torres Peña, J. (2025). *Análisis de la regulación del comercio electrónico en el derecho comparado*. <https://orcid.org/0009-0005-3482-6171>
- Rojas, C. (2021). *6 datos importantes sobre Tributación en e-commerce en Perú*. Riqra blog. <https://blog.riqra.com/posts/tributacion-comercio-electronico>
- Samapta Lumbantoruan, A. A., & Simamora, Janpatar. (2025). The Role of the Ministry of Law and Human Rights in Addressing E-Commerce Issues That Create Pros and Cons for Business Actors and Consumers. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(3), 9. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i3.3696>
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). Manual de Términos en Investigación científico, Tecnología y humanística. En *Vicerrectorado de Investigación* (Vol. 1). <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 101-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sierra Arias, J. P., Caro Arroyo, J. M., Suarez Ramírez, R., & Álvarez Puello, S. L. (2022). Comercio electrónico y las tendencias tributarias del sector gastronómico en Colombia durante la COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII, 217-230. <https://www.redalyc.org/journal/280/28070565015/html/>
- Sierra, L. (2024). Cronograma Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT. *Contabilidad y regulación tributaria*.
- Soriano Cruz, H. J. (2024). *Cultura Tributaria en el barrio Eugenio Espejo, Cantón La Libertad, provincial de Santa Elena, año 2023*. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12612>
- Soto Galindo, J. (2020). La pandemia cambió el comercio electrónico para siempre. *Opinión*.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020). *Libro de cultura tributaria y aduanera* (p, Ed.; Vol. 1). https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura_Tributaria_y_Aduanera_final_0.pdf

- Tofan, M., & Bostan, I. (2022). Some Implications of the Development of E-Commerce on EU Tax Regulations. En *Laws* (Vol. 11, Número 1). MDPI. <https://doi.org/10.3390/laws11010013>
- Valverde Mendoza, M. T., De Paz Lazaro, A. C., Chávez Chávez, Y. Y., & Pineda Garay, A. J. (2024). Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado modelo del distrito de Barranca. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(1), 150-162. <https://doi.org/10.36390/telos261.10>
- Vargas Sabadías, A. (1995). *Estadística descriptiva e inferencial - Antonio Vargas Sabadías - Google Libros*. Ciencia y Técnica. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=RbaC-wPWqjsC&oi=fnd&pg=PA9&dq=metodo+descriptivo+e+inferencial&ots=WR2m5FEdqX&sig=eHkAVeskQP8IUwt1lpck9p8rJmk&redir_esc=y#v=onepage&q=metodo descriptivo e inferencial&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=RbaC-wPWqjsC&oi=fnd&pg=PA9&dq=metodo+descriptivo+e+inferencial&ots=WR2m5FEdqX&sig=eHkAVeskQP8IUwt1lpck9p8rJmk&redir_esc=y#v=onepage&q=metodo+descriptivo+e+inferencial&f=false)
- 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*. Universidad Nacional de Cajamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/4982>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

Impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico en el distrito de Tumbes -2023

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>¿Cuál es el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023?</p> <p>Problema específico</p> <p>¿Cómo afecta la falta de claridad en la normativa tributaria sobre el comercio electrónico al cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en Tumbes?</p> <p>¿De qué manera la complejidad de los procedimientos administrativos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico influye en el desarrollo de esta actividad en Tumbes?</p> <p>¿Cuál es el impacto de la fiscalización y control tributario en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes que realizan comercio electrónico en Tumbes?</p>	<p>Analizar el impacto del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar el grado de claridad de la normativa tributaria vigente en relación con el comercio electrónico y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.</p> <p>Evaluar la incidencia de la complejidad de los procedimientos administrativos tributarios en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.</p> <p>Analizar el impacto de las acciones de fiscalización y control tributario en el comportamiento de los contribuyentes de comercio electrónico en el Distrito de Tumbes y su relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales durante el año 2023.</p>	<p>El cumplimiento efectivo de las obligaciones tributarias tiene un impacto positivo significativo en el desarrollo del comercio electrónico en el Distrito de Tumbes durante el año 2023.</p> <p>Hipótesis específica</p> <p>La falta de claridad en la normativa tributaria relacionada con el comercio electrónico dificulta el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes en Tumbes, lo que restringe el desarrollo de esta actividad</p> <p>La complejidad de los procedimientos administrativos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el comercio electrónico actúa como un obstáculo para el desarrollo de esta actividad en Tumbes, generando desincentivo y costos adicionales para los contribuyentes.</p> <p>La fiscalización y control tributario efectiva fomentan el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes de comercio electrónico en Tumbes.</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Cumplimiento de las obligaciones tributarias</p> <p>Variable dependiente</p> <p>Comercio electrónico</p>	<p>Enfoque</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental</p> <p>Tipo</p> <p>Básica</p> <p>Población</p> <p>Emprendedores digitales en Tumbes</p> <p>Muestra</p> <p>97 emprendedores</p> <p>Tipo de muestreo</p> <p>Técnica. encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>Prueba de correlación</p>

Anexo 2

Matriz de operacionalización de las variables

Variable de estudio independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Las obligaciones tributarias son como un acuerdo legal entre el Estado (acreedor) y los ciudadanos o empresas (deudores tributarios). Este acuerdo, establecido por ley, obliga a los deudores a pagar impuestos para contribuir con los gastos públicos.(Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2020)	Es el vínculo jurídico que obliga a los contribuyentes a pagar tributos al Estado, de acuerdo con la ley.	<p>Conocimiento de las obligaciones</p> <p>Cumplimiento material de obligaciones</p> <p>Cumplimiento formal de obligaciones</p> <p>Cultura tributaria</p>	<p>Conocimiento tributario</p> <p>Conciencia tributaria</p> <p>Moral tributaria</p> <p>Fiscalización y control</p> <p>Pago de impuestos</p> <p>Emisión de comprobantes</p> <p>Inscripción de RUC</p> <p>Presentación de declaraciones juradas</p> <p>Actitud hacia el cumplimiento tributario</p> <p>Conocimiento de los derechos y deberes</p>	<p>Escala de Likert con los valores: Totalmente en desacuerdo =1, En desacuerdo =2</p> <p>Ni de acuerdo ni en desacuerdo =3</p> <p>De acuerdo =4</p> <p>Totalmente de acuerdo = 5</p>

Variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comercio electrónico	El comercio electrónico es un proceso que facilita la compraventa de productos y servicios a través de canales digitales. Este proceso involucra una serie de pasos, desde la búsqueda y selección de productos hasta el pago y la entrega, y se lleva a cabo en entornos digitales como sitios web, aplicaciones y redes sociales (Higuerey, 2019)	Realización de transacciones comerciales a través de medios digitales,	Legalidad y Seguridad Jurídica	Existencia de contratos electrónicos Cumplimiento de las leyes de protección de datos Resolución de conflictos a través de mecanismos legales	Escala de Likert con los valores: Totalmente en desacuerdo =1, En desacuerdo =2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo =3 De acuerdo =4 Totalmente de acuerdo = 5
			Protección al consumidor	Respeto al derecho de retracto y devolución de productos mecanismos de reclamación y solución de controversias	
			Competencia y Lealtad Comercial	Cumplimiento de leyes de propiedad intelectual Cumplimiento del marco normativo que regula publicidad engañosa.	

Anexo 3: Cuestionario N° 01

I. Datos Generales

Por favor, seleccione la opción correspondiente en cada caso.

- Ítem Opciones
- Sexo Masculino Femenino Prefiere no decirlo
- Edad Menos de 20 años 20 a 30 31 a 40 41 a 49 Más de 49
- Grado de instrucción Primaria Secundaria Técnico Universitario Posgrado

II. Escala de valoración

Marque con una "X" el nivel de acuerdo con cada afirmación:

1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

N.º	Afirmación	1	2	3	4	5
1	Está familiarizado(a) con los impuestos que deben pagarse por realizar ventas a través de plataformas de comercio electrónico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Está informado(a) sobre sus derechos y deberes como contribuyente en el ámbito del comercio electrónico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Conoce la obligación de llevar registros contables en un negocio virtual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Reconoce la importancia de elegir un régimen tributario adecuado según el nivel de ingresos y la actividad económica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Reconoce que debe cumplir con obligaciones aduaneras si realiza importaciones o exportaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Considera que el pago de impuestos es fundamental para el desarrollo de su comunidad y del país.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Cree que pagar los impuestos correspondientes es un deber ciudadano, incluso si existe la posibilidad de evadirlos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Considera que cumplir con las obligaciones tributarias es una responsabilidad importante como comerciante electrónico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Cree que los impuestos en el Perú son justos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Confía en la administración tributaria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11	Realiza el pago de los impuestos correspondientes a sus ventas en línea dentro de los plazos establecidos por la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Emite comprobantes electrónicos por todas las ventas realizadas a través de su negocio en línea.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Su negocio de comercio electrónico está inscrito correctamente en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Presenta sus declaraciones juradas de impuestos de forma oportuna y conforme a la normativa vigente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Presenta declaraciones tributarias mensuales relacionadas con su emprendimiento virtual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Presenta declaraciones tributarias anuales relacionadas con su emprendimiento virtual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Considera que no está obligado(a) a presentar declaraciones tributarias por su emprendimiento virtual. <i>(Ítem inverso)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	El RUC de su emprendimiento virtual se encuentra activo y habido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Entiende que las autoridades tributarias realizan controles periódicos a los negocios de comercio electrónico para asegurar el cumplimiento fiscal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Considera que los sistemas de pago de impuestos disponibles en Tumbes son accesibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Puede acceder fácilmente a los servicios electrónicos para emitir sus comprobantes de pago desde Tumbes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Tiene derecho a la devolución de impuestos cuando corresponda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Tiene derecho a presentar reclamos y apelaciones ante la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas - SUNAT en caso de desacuerdo con las liquidaciones de impuestos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Tiene derecho a recibir información clara y precisa sobre sus obligaciones tributarias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 4: Cuestionario N° 02

I. Datos Generales

Por favor, seleccione la opción correspondiente en cada caso.

- Ítem Opciones
- Sexo Masculino Femenino Prefiere no decirlo
- Edad Menos de 20 años 20 a 30 31 a 40 41 a 49 Más de 49
- Grado de instrucción Primaria Secundaria Técnico Universitario Posgrado

II. Escala de valoración

Marque con una "X" el nivel de acuerdo con cada afirmación:

1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

Nº	Afirmación	1	2	3	4	5
1	Utiliza contratos electrónicos para formalizar las transacciones con sus clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Entrega a sus clientes una copia del contrato luego de concretar una transacción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	El negocio de comercio electrónico cumple con las leyes vigentes de protección de datos personales de sus clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Conoce que las leyes que regulan el comercio electrónico incluyen la Ley N.º 29733 y la Ley N.º 27269.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	En caso de conflictos con sus clientes, está dispuesto a utilizar mecanismos legales para resolverlos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	La publicidad y promociones en línea cumplen con las leyes aplicables y no contienen información engañosa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Respeto el derecho de sus clientes a retractarse de una compra y devolver productos, según la normativa vigente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Ofrece mecanismos claros y accesibles para que sus clientes presenten reclamaciones y resuelvan controversias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Proporciona acceso al libro de reclamaciones a sus clientes cuando estos están insatisfechos con el producto o servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Respeto las leyes de propiedad intelectual, evitando la venta de productos falsificados o que infrinjan derechos de autor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11	Conoce que el Decreto Legislativo N.° 822 protege los derechos de autor sobre obras literarias, artísticas y digitales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Sabe que INDECOPI es la entidad encargada de proteger los derechos de propiedad intelectual en el Perú.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	La publicidad en línea del encuestado es siempre veraz y cumple con la normativa que prohíbe la publicidad engañosa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	El encuestado conoce que el Decreto Legislativo N.° 1044 prohíbe prácticas desleales como la publicidad engañosa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	El encuestado sabe que INDECOPI recibe denuncias por publicidad engañosa y realiza investigaciones al respecto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>