



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Incremento patrimonial no justificado y su relación con el Impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTOR:

Toledo Soto, Guadalupe Dina (ORCID: 0000-0003-4639-9830)

ASESOR:

Dr. García Céspedes, Gilberto Ricardo (ORCID: 0000-0001-6301-4950)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LIMA – PERÚ

2021

El siguiente trabajo de investigación se lo dedico a Dios que estuvo en mí en todo momento, con mucho cariño a mi madre Vilma Soto Huillca y mi hermana Fátima (mí angelita que me acompaña desde el cielo) que siempre se esforzó por darme una educación de calidad, sacrificando muchas cosas, también por enseñarme el valor de las cosas y por siempre darme su apoyo y motivarme a que seguir adelante y terminar con cada proyecto que empiezo, todo con la finalidad de poder cumplir mis metas y uno de ellas es poderme graduar. También se la dedico a una persona muy especial para mi Alejandro, por creer en mi capacidad, apoyarme y alentarme en mi carrera a lo largo de todos estos años.

Mi agradecimiento es para mi familia quienes me apoyaron en todo momento y en especial a mi hijo Sasuke quienes me acompañan en todo momento, también a mis padrinos Merly y Marco quienes me brindaron ayuda cuando más lo necesite y decidieron apoyarme. Gracias Sra. Cirila por todas sus recomendaciones y apoyo. También agradezco a mis amigos por todas las experiencias vividas en todos estos años y es especial a ti amiga Luz por los buenos y malos momentos que vivimos dentro de las aulas de la universidad. Asimismo, agradezco a mis profesores Ronald de la Cruz, Marina Ventura, Natividad Orihuela, Jose Luna, Cristian Orellana, Giovanni Baluarte quienes me brindaron conocimientos en todos estos cinco años de estudios, principalmente a mi asesor Dr. C.P.C. Ricardo, García Céspedes, quien inculco en mi la investigación y por toda la ayuda brindada en la elaboración de esta investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| Carátula | |
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Índice de contenidos..... | iv |
| Índice de tablas..... | v |
| Índice de gráficos y figuras..... | vi |
| Resumen..... | vii |
| Abstract..... | viii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| III. METODOLOGÍA..... | 25 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación..... | 26 |
| 3.2. Variables y operacionalización..... | 27 |
| 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis..... | 28 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 29 |
| 3.5. Procedimientos..... | 31 |
| 3.6. Método de análisis de datos..... | 39 |
| 3.7. Aspectos éticos | 39 |
| IV. RESULTADOS..... | 41 |
| V. DISCUSIÓN..... | 73 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 78 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 81 |
| REFERENCIAS..... | 84 |
| ANEXOS..... | 90 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Escala de Likert..... | 30 |
| Tabla 2. Validez del instrumento..... | 33 |
| Tabla 3. Escala de Alfa de Cronbach..... | 34 |
| Tabla 4. Confiabilidad de la variable Incremento Patrimonial no Justificado..... | 35 |
| Tabla 5. Validez de ítems primera variable..... | 36 |
| Tabla 6. Confiabilidad de la variable Impuesto a la Renta..... | 37 |
| Tabla 7. Validez de ítems segunda variable..... | 38 |
| Tabla 8. Descripción del indicador Emisión de comprobante..... | 42 |
| Tabla 9. Descripción del indicador declaración informativa..... | 43 |
| Tabla 10. Descripción del indicador declaración determinativa..... | 44 |
| Tabla 11. Descripción del indicador SPOT..... | 45 |
| Tabla 12. Descripción del indicador bancarización..... | 46 |
| Tabla 13. Descripción del indicador premios..... | 47 |
| Tabla 14. Descripción del indicador bonos..... | 48 |
| Tabla 15. Descripción del indicador regalos..... | 49 |
| Tabla 16. Descripción del indicador campañas..... | 50 |
| Tabla 17. Descripción del indicador activos corrientes..... | 51 |
| Tabla 18. Descripción del indicador activos no corrientes..... | 52 |
| Tabla 19. Descripción del indicador variación patrimonial..... | 53 |
| Tabla 20. Descripción del indicador gastos no justificados..... | 54 |
| Tabla 21. Descripción del indicador Impuesto General a las Ventas (IGV)..... | 55 |
| Tabla 22. Descripción del indicador: Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)..... | 56 |
| Tabla 23. Descripción del indicador impuesto al patrimonio..... | 57 |
| Tabla 24. Descripción del indicador impuesto a la renta..... | 58 |
| Tabla 25. Descripción del indicador conocimiento sobre el impuesto al patrimonio..... | 59 |
| Tabla 26. Descripción del indicador omisión de pago..... | 60 |
| Tabla 27. Descripción del indicador fraude fiscal..... | 61 |
| Tabla 28. Descripción del indicador elusión tributaria..... | 62 |
| Tabla 29. Descripción del indicador evasión tributaria..... | 63 |
| Tabla 30. Descripción del indicador bienes..... | 64 |
| Tabla 31. Descripción del indicador efectivo o equivalente de efectivo..... | 65 |
| Tabla 32. Descripción del indicador servicios..... | 66 |
| Tabla 33. Prueba de normalidad..... | 67 |
| Tabla 34. Interpretación del coeficiente de correlación..... | 68 |
| Tabla 35. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis General..... | 69 |
| Tabla 36. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Específica 1..... | 70 |
| Tabla 37. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Específica 2..... | 71 |
| Tabla 38. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Específica 3..... | 72 |

Índice de gráficos y figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Representación gráfica sobre emisión de comprobantes de pago..... | 42 |
| Figura 2. Representación gráfica de declaración informativa a la SUNAT | 43 |
| Figura 3. Representación gráfica de declaración determinativa a la SUNAT | 44 |
| Figura 4. Representación gráfica de conocimiento sobre sistema SPOT | 45 |
| Figura 5 . Representación gráfica de importancia de la bancarización | 46 |
| Figura 6. Representación gráfica de premios como ingresos no monetarios..... | 47 |
| Figura 7. Representación gráfica de bonos como ingreso no monetario | 48 |
| Figura 8. Representación gráfica de regalos como ingreso no monetario..... | 49 |
| Figura 9. Representación gráfica de campaña como ingreso no monetario | 50 |
| Figura 10. Representación gráfica de activos corrientes | 51 |
| Figura 11. Representación gráfica de activos no corrientes | 52 |
| Figura 12. Representación gráfica de variación patrimonial | 53 |
| Figura 13. Representación gráfica de gastos no justificados..... | 54 |
| Figura 14. Representación gráfica del IGV como impuesto declarado..... | 55 |
| Figura 15. Representación gráfica del ISC como impuesto declarado a la SUNAT..... | 56 |
| Figura 16. Representación gráfica del impuesto al patrimonio declarado a la SUNAT | 57 |
| Figura 17. Representación gráfica de pago de impuesto sobre la renta..... | 58 |
| Figura 18. Representación gráfica de conocimiento sobre el impuesto al patrimonio | 59 |
| Figura 19. Representación gráfica de consecuencias de omisión de pagos tributarios | 60 |
| Figura 20. Representación gráfica de conocimiento de consecuencias del fraude fiscal.. | 61 |
| Figura 21. Representación gráfica de conocimiento sobre elusión tributaria | 62 |
| Figura 22. Representación gráfica de conocimiento sobre la evasión tributaria..... | 63 |
| Figura 23. Representación gráfica de información sobre bienes obtenidos a la SUNAT .. | 64 |
| Figura 24. Representación gráfica de información sobre efectivo o equivalente..... | 65 |
| Figura 25. Representación gráfica de declaración de servicios prestados..... | 66 |

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021, lo cual se desarrolló a través de una metodología de tipo cuantitativo, descriptiva-correlacional, no experimental, transversal puesto que no habría una manipulación de las variables y la misma se efectuaría en un tiempo determinado, con el fin de analizar las variables de estudio incremento patrimonial no justificado e impuesto a la renta.

Como instrumento de recolección de datos se empleó la encuesta tipo cuestionario que constó de 25 ítems (13 y 12 ítems correspondientes a cada variable), aplicado a una muestra de 50 influencers del Cercado de Lima; para lo cual se realizó un análisis estadístico mediante el software SPSS para identificar la correlación de las mismas y la confiabilidad del instrumento aplicado.

Se pudo concluir que el incremento patrimonial no justificado se relaciona considerablemente con el impuesto a la renta de los influencers y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, por lo que se recomendó establecer medidas declaratorias para justificar a la entidad correspondiente (SUNAT) los ingresos, ya sean por medios alternativos como publicidad, regalos, campañas u otros o netamente pecuniarios.

Palabras Claves: Impuesto a la renta, tributos, obligaciones tributarias, impuesto patrimonial no justificado, impuestos.

Abstract

The general objective of this research was to analyze how the unjustified increase in equity is related to the income tax of influencers in the advertising services of the Cercado de Lima district in 2021, which was developed through a quantitative methodology, descriptive - correlational, non-experimental, cross-sectional since there would be no manipulation of the variables and it would be carried out in a certain time, in order to analyze the study variables unjustified wealth increase and income tax.

As a data collection instrument, the questionnaire-type survey was used, which consisted of 25 items (12 and 13 items corresponding to each variable), applied to a sample of 50 influencers from Cercado de Lima; for which a statistical analysis was performed using SPSS software to identify their correlation and the reliability of the applied instrument.

It was possible to conclude that the unjustified increase in equity is considerably related to the income tax of the influencers and the fulfillment of their tax obligations, for which it was recommended to establish declaratory measures to justify the income to the corresponding entity (SUNAT), and whether by alternative means such as advertising, gifts, campaigns or others or purely pecuniary.

Key Words: Income tax, taxes, tax obligations, unjustified patrimonial tax, taxes.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Realidad problemática

En la actualidad el mundo de los influencers en los últimos diez años cobró más importancia porque son ellos los que se dedican muchas veces a promocionar o comercializar productos o servicios con la finalidad de convencer a sus seguidores de acceder a ellos, para que de esa forma puedan recibir algún pago o el mismo producto que promocionan, la plataforma por la que se realiza esa interacción son las redes sociales.

De acuerdo a Pasquali en su portal relacionado con influencers "Statista", señala que Latinoamérica concentra la mayor cantidad de influencers, tales el caso de Brasil en primer lugar con 9.2 millones de influencers en Instagram, Argentina en segundo lugar con 1.1 millones y por último México con 443.000, son catalogados de esa manera porque de una u otra manera pueden convencer en la conducta de sus aficionados para que puedan consumir lo que éstos ofrecen. (2020)

Sin embargo, el mundo de los influencers en el marco de la contabilidad no está concretamente aclarado ya que en muchas ocasiones al recibir un pago o contraprestación no lo declaran o detallan en sus cuentas lo que ocasiona un desbalance por no declararlo y peor aún no tributar lo que les corresponde.

En el Perú, toda persona está obligada a pagar impuesto, los cuales gravan las ganancias que estas reciben, y se dividen en 5 categorías, las cuales disponen de diferentes facilidades de pago. Los impuestos, ayudan al Estado a sostener y financiar gastos públicos, significando más del 60% de sus ingresos para el presupuesto nacional (2021).

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria que tiene por finalidad la recaudación de impuestos, así como desarrollar programas de Fiscalización a Personas Naturales por el aumento de patrimonio no debidamente justificado, y se debe a que las personas no tributan bajo su correcta categoría o simplemente, omiten esta obligación.

En los últimos diez años se observa la variación en la forma de comercializar y promocionar los bienes y servicios que las empresas ofrecen. Antiguamente la publicidad era en paneles y afiches, ahora se interactúa con esta misma, por medio de los medios electrónicos y otros canales de comunicación (2021).

En el blog “Tiempos de Negocios” (2019) , menciona que en la actualidad es fundamental para una empresa contar con presencia en internet, en especial en redes sociales, siendo muchas veces estas mismas el primer punto de contacto directo entre el cliente potencial y la empresa.

En las redes sociales como Instagram, Facebook, Tik Tok, Youtube, entre otras, sobresalen los “influencers”, los cuales han dado pase a una nueva forma de “hacer marketing y publicidad”, ellos publicitan la marca a cambio de productos del rubro de la empresa, esto es considerado un “canje”, lo cual origina una contraprestación de servicios, en teoría, debería ser sustentada a través de un comprobante de pago que puede emitir el influencer o la empresa por pagar el servicio, que muchas veces no se realiza.

El tema de los influencers y esta nueva manera de obtener beneficios económicos ocasionó que la SUNAT comenzara a fiscalizar los ingresos que estos reciben por representar a las marcas en sus redes sociales, los cuales según el tribunal fiscal RTF ° 09934-5-2017, resuelve que las actividades desarrolladas por estos se califican como renta de naturaleza empresarial (2019).

Por lo tanto, se deberá implementar mecanismos para que los influencers tengan que tributar bajo cualquier tipo de impuestos establecidos por ley, el cual traerá como consecuencia que sea formal y no evada sus obligaciones tributarias, con esta medida se podría cubrir los vacíos legales que dan origen al incremento del patrimonio no justificado, y con esto, reducir la informalidad en el aspecto tributario.

Formulación del problema

Problema general

¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021?

Problemas específicos

1. ¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021?
2. ¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021?
3. ¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021?

Justificación del estudio

Esta investigación se justifica en base a los siguientes aspectos:

Pertinencia

Permitirá estudiar y aseverar que el incremento patrimonial no justificado, no es otra cosa que un aumento de aquellos ingresos que no tienen coherencia con lo que se declara o que evita declarar lo que conlleva a que la persona sea generadora de renta de capital o trabajo por los servicios publicitarios que ofrece.

Relevancia social

Permitirá solucionar aquellos dilemas coyunturales en relación a lo social y económico que afectan a los influencers del país que ofrecen sus servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima durante el año 2021.

Implicaciones prácticas

Como finalidad de la investigación se espera que sea de apoyo como un informe o documento de opinión para que las nuevas investigaciones sobre incremento patrimonial no justificado y el régimen tributario al que deben estar regulados puedan entender cómo tributar y así evitar sanciones graves como evasión o elusión al presentar un incremento patrimonial no justificado.

Valor teórico

El presente trabajo expondrá la situación actual de los influencers del distrito de Cercado de Lima, 2021, y de esa manera conozcan o en algunos casos tomen conciencia sobre la importancia de declarar el incremento patrimonial que obtienen y de esa manera puedan pagar los respectivos impuestos, ya que su aporte es importante porque genera en la población un desarrollo y mayores oportunidades en el país.

Viabilidad

La presente investigación es dable, porque es un asunto coyuntural y servirá de apoyo a las futuras generaciones que deseen tener como referencia los incrementos patrimoniales no justificados y la relación que existe con el impuesto a la renta, el cual permitirá detectar los instrumentos para recolectar y analizar los datos de la Administración Tributaria, proponiendo realizar un adecuado estudio de las variables y planteando soluciones concretas para mejorar la declaración y posterior un registro pertinente. El acceso a la información será difícil de conseguir, debido a la situación actual del país, pero sí es dable desarrollar el tema de investigación.

Objetivos

Objetivo general

Analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Objetivos específicos

1. Determinar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.
2. Analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.
3. Estudiar como el incremento patrimonial no justificado se relaciona con la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Hipótesis

Hipótesis general

El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Hipótesis específicas

1. El incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.
2. El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.
3. El incremento patrimonial no justificado se relaciona con la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

Trabajos previos

Antecedentes de Incremento patrimonial no justificado

Para el desarrollo de la presente investigación, se desarrolló una inspección sobre trabajos previos a nivel nacional e internacional, de entre los cuales fueron seleccionados los más adecuados para aportar un fundamento sólido para el estudio, por lo cual fueron seleccionados los siguientes antecedentes:

Monterroso (2018), en su investigación que tuvo por finalidad obtener el grado académico de maestro en tributación y política fiscal.

Tuvo como principal objetivo encontrar las causas del incremento patrimonial de personas naturales de un ámbito geográfico. En su investigación explicativa – analítica se realiza una muestra con 70 personas, del universo maestral de Cercado de Lima, las cuales se consultó sobre la presente investigación.

Entre los principales resultados, se encuentra que los principales factores porque las personas incurran en infracciones tributarias son: confusión y falta de capacitación en relación a temas tributarios. En el presente trabajo para fortalecer la cultura tributaria se desarrolló un plan de capacitación a los contribuyentes.

Gallardo (2019) en su trabajo de grado para formarse como Contador Público.

Se propuso analizar el régimen sustitutorio del impuesto la renta y su incidencia el incremento patrimonial no justificado, gracias a un procedimiento de análisis documental con enfoque cualitativo-exploratorio se pudo identificar con información brindada por la SUNAT la cantidad de contribuyentes que se acogieron al régimen en mención.

En conclusión, la autora planteó que existe una incidencia entre el impuesto a la renta y el régimen temporal en relación al incremento del patrimonio no justificado, lo que permitió que se subsanen los incumplimientos de aquellos impuestos proporcionando mejores beneficios y tasas de acuerdo a la actividad realizada.

Para Castro y Cárdenas (2019) en su trabajo de investigación, pudo determinar lo siguiente:

En este trabajo de investigación mixto, de alcance descriptivo – correlacional, se busca especificar a aquellos youtubers del país que tengan en sus respectivas cuentas 100.000 suscriptores a más para conocer la relación entre las causas y efectos que conllevan a estos mismos al incremento en sus patrimonios no justificados y el impacto que conlleva esto mismo en la recaudación tributaria.

Se concluye en este trabajo que la entidad fiscalizadora (SUNAT), deberá realizar la modificación de la legislación, así como implementar un área específica para este nuevo sector y establecer un impuesto que se dé paulatinamente a los youtubers, este tipo de impuesto sería por el de quinta categoría y se adecuarían al nivel de ingresos que obtengan.

Quispe (2017) en la tesis de investigación que efectuó para lograr su título como Contador Público, mención Auditoría, busca determinar si tendrá que emplearse los métodos sobre renta de acuerdo a la ley de Impuestos a la Renta en la Administración Pública.

La metodología del trabajo fue correlacional, ya que desea conocer el grado entre dos o más variables en relación a un sujeto de estudio. La muestra del estudio fue de 20 profesionales especialistas en Defraudación de Tacna, siendo estos todos los elementos que presentan características homogéneas.

Entre las conclusiones se pudo determinar que los que ejercen la carrera de derecho presentan ingresos o gastos escondidos lo que provoca un aumento

patrimonial y que no es debidamente declarado ante la SUNAT. Se presume que estos mismos eluden los impuestos tributarios, usando vacíos legales a su favor.

Calvo (2019) en su investigación para titularse como Doctor en Derecho.

En este trabajo de investigación de alcance descriptivo – correlacional, el autor plantea como problemática central la cultura tributaria nacional de Costa Rica, y el hecho que los ciudadanos busquen tributar menos o incluso nada, presentándose como una forma repetitiva el ocultar el patrimonio para evadir el pago de sus obligaciones. Es así que, la Administración Tributaria verifica y comprueba mediante estrictos procesos de inspección la realidad económica del sujeto pasivo.

Se concluye con la afirmación en muchas ocasiones el ocultar el patrimonio o no saber cómo justificarlos, no solo tienen un efecto en materia fiscal, sino que se puede suponer que es parte de un grupo de criminalidad, lavado de dinero o financiamiento por parte de integrantes de terrorismo.

Antecedente de la variable Impuesto a la Renta

Allca & Vásquez (2019) en su estudio investigativo que realizó para recibirse como Licenciado en Contabilidad.

Se buscó investigar, a través de una metodología mixta, la relación causal entre las variables de servicios de publicidad y determinación del impuesto a la renta de aquellos influencers que realizan sus actividades por medio de las redes sociales.

Entre las conclusiones el sector retail suelen retribuir a los influencers tanto en dinero como en bien/especie y que esta misma retribución no influye en la determinación del gasto para que sea deducible o no.

Para Tardío y Zanabria (2019) en su tesis que tuvo por finalidad obtener el grado de Licenciado en Contabilidad.

Se buscó conocer qué impacto tenía la declaración tributaria en plataformas que ofrecen servicios de entretenimiento por personas naturales. El presente estudio fue de carácter descriptivo y explicativo, con enfoque correlacional entre las variables, se aplicó un cuestionario de 14 preguntas a 26 youtubers que cumplen con los criterios de análisis, así como entrevistas a 2 expertos en el campo tributario.

Se concluye con que el 100% de los youtubers considera no tener información por parte de la SUNAT para poder formalizar sus actividades, así como también se plantea que estos servicios podrían ser enmarcados en un pago por renta de cuarta categoría porque lo consideran un trabajo individual de alguna profesión, oficio y arte, por lo tanto, podrían realizar sus recibos por honorarios de manera electrónica.

Tucto (2020) en su estudio para titularse en Contaduría Pública.

Buscó determinar cómo el incremento patrimonial no justificado y su relación con la evasión tributaria en los influencers Lima Metropolitano, Año 2020. La metodología fue de diseño no experimental, descriptivo y correlacional, aplicando a una muestra de 36 personas el cuestionario.

Se concluye que algunas personas no conocen los procedimientos para pagar los respectivos impuestos, el incremento patrimonial se relaciona con los mecanismos detectores y en muchas ocasiones no son demostrados, no hay mucha información sobre el pago, pero se concluye que a partir el 2020 todos los influencers deberán pagar renta de tercera categoría según los ingresos que obtienen mensualmente.

Pacheco (2020) en su investigación que tuvo por finalidad obtener el título profesional de Abogado.

Buscó establecer una crítica a la legislación peruana por la falta de normativa que desarrolle una regulación del EP de servicios y se podría solucionar el problema respetando el DL N° 1424. El presente trabajo tiene como recolección de datos las diversas figuras de convenios de la normatividad de prestación y servicios de Perú, cuya población estuvo compuesta por los establecimientos en general dedicado a la actividad de servicios.

Se concluye que durante muchos años en el país la Sunat sostenía la creación de un nuevo contribuyente para regular las actividades de servicios que ofrecen, pero esa aplicación ha creado incertidumbre jurídica ya que ese nuevo contribuyente tributará por sus rentas sin importar el país del cual provenga el proveedor de servicios no domiciliados. Mediante el DL N° 1424 se puedan resolver los problemas de interpretación y de esa manera soluciones las interrogantes que durante años no se hizo, como por ejemplo determinar: ¿Desde cuándo se podrá configurar para un EP los efectos del impuesto a renta de servicios en el país?

Almachi (2020) en su trabajo de investigación que tuvo por finalidad para recibirse como Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

Buscó detectar los efectos de la recaudación de impuestos directos e indirectos en los servicios digitales de América Latina, Ecuador y en el mundo, ya que al no estar aquellas plataformas digitales en el territorio no se podrían regular con la norma legal ecuatoriana. El tipo de investigación fue descriptiva y documental ya que se basó de manera bibliográfica. Se trabajó con datos de control mundiales y por medio de una entrevista hacia el Servicio de Rentas Internas.

Se concluyó que existe evidencia sobre una influencia directa en la situación económica del Ecuador que durante varios años han sido exentos de pagar impuestos de manera directa e indirecta, teniendo como resultado una disminución del presupuesto. Se ha evidenciado que muchas empresas mundiales dedicadas a brindar servicios digitales siguen sin estar reglados por la normativa legal y como resultado se obtiene una inequidad tributaria con las empresas nacionales.

Teoría científica

Teoría del impuesto patrimonial no justificado según informe N° 080-2011-SUNAT/2B0000:

A efecto de determinar el incremento patrimonial no justificado, se verificará, previamente, la documentación presentada por el contribuyente, a fin de establecer si los fondos provenientes de rentas e ingresos percibidos en el ejercicio y en ejercicios anteriores fueron utilizados para la adquisición de bienes y/o la realización de consumos en el ejercicio fiscalizado. De lo contrario, tal importe podrá considerarse como incremento patrimonial en caso que no se acredite de otro modo que no implica una variación patrimonio.

En el artículo N° 18, Ley 11.683 se encuentra estipulado el Incremento patrimonial no justificado, es ahí donde se concretan las afectaciones que tiene el organismo fiscal para realizar la determinación de oficio. En el artículo 27 existen más puntos al respecto.

En las presunciones legales que aceptan prueba en contrario una vez más probado el indicio realizado por el fisco se combina con la presunción *iure et de iure* donde representa una ganancia neta gravada en el impuesto de incremento no justificado y las ventas realizadas con el IVA (impuesto al valor agregado). Se debe adicionar el 10% por concepto de renta consumida. (Rubiolo, 2012)

También menciona el autor de acuerdo al artículo 18 de la Ley 11.683 que el fisco se puede utilizar para las determinaciones impositivas con otros temas que no incluyan elementos importantes.

Poletty (2015) argumenta también que por el solo acto de la localización de la incoherencia de la cuantificación del patrimonio económico del subyugado incidido, en correspondencia con la renta declarada o percibida del colaborador; sino que ello sólo es un indicativo referencial, en primera instancia, afirmar haber encontrado un hecho real o cierto (consecuencia jurídica o resultado), de manera terminante e indubitablemente, luego de un proceso previo de indagación, y ya cuantía adquiera relevancia jurídico-tributaria, y esté apropiadamente respaldado, con el soporte documental y legal; que sostenga la posición hipotética de la renta neta presunta (causa) por descubrir, que dio origen al hecho preciso.

Según Lluncor (2015) , menciona al proceso de indagación que la persona incidido puede tener la defensa del Estado como parte del derecho, mediante la presunción de inocencia e igualdad y del mismo modo otros procesos con detención a la clasificación constitucional.” En otras palabras, menciona que respetar el debido proceso instruye al derecho de la defensa en el ámbito del derecho Administrativo; involucra el derecho a presentar o entregar pruebas, ser oídos, de referir con el patrocinio de un defensor, proceder las pruebas, obtener una decisión motivada, entre otros derechos fundamentales; concisos a la ley y la jurisprudencia.

En efecto, Valdez (2015) ante este problema por revelar "el supuesto de hecho", que dio principio a la riqueza; y el problema por expresar al verdadero sujeto incidido, que se muestran en los supuestos de personas influencers, que actúan en nombre de otro, ya sea prestando su nombre o como administrador de hechos; que en cualquiera de los dos supuestos posteriormente son sorprendidos, cuando la fuerza irresistible de la necesidad del uso, disfrute y disposición de dominio de bienes, que exhibe el propietario, lo delata al autor para ser descubierto posteriormente, y lo hace digno de la atribución de la titularidad de los bienes, en el plano de la realidad efectiva, y de ello se deriva la imputación patrimonial y tributaria al sujeto incidido.

Impuesto a la renta

Según William PITT (1798) indica que:

Logró implantar el impuesto a la renta bajo un sistema cedular conocido como “de la triple contribución” en Inglaterra cuando dicho país estaba en guerra con Francia”. Posteriormente, fue derogado y restablecido en dos oportunidades, de manera que pueda considerársele como el precursor inmediato del impuesto a la renta moderno. (pág.11)

Teoría del impuesto a la renta, según Fernández (2012) señala:

“La renta se caracteriza por ser una nueva riqueza producida por una fuente productora, distinta de ella. Dicha fuente es un capital que puede ser corporal o incorporeal. Este capital no se agota en la producción de la renta, sino que la sobrevive” (pág. 135)

El origen de la obligación en materia tributaria comienza cuando colaborador debe estar en capacidad de manifestar a la SUNAT, dos interrogantes primordiales, ¿Qué fue lo que adquirió? y ¿Para qué lo adquirió?; la primera interrogante trata de que si el contribuyente está en la capacidad de experimentar cuál fue el bien o en qué radicó el servicio obtenido, con la mayor exactitud posible. La segunda interrogante se refiere a si se está en la capacidad de examinar que el propósito de la ventaja fue la noción de las rentas que fueron grabadas o el sostenimiento del origen (Graos, 2020).

Pacherres, Alva y Castillo (2016), manifiestan que para que aparezca la necesidad tributaria esta debe cumplir lo oportuno a la ley, lo cual concibe que la ejecución del hecho, los vínculos entre subyugados y la locación debe descubrirse en un mismo momento. De la misma forma, todo debe ejecutarse en un mismo lugar y momento definido. Además, para instruir con la caracterización del origen de la obligación tributaria, se debe equilibrar cuatro contextos: personal que hace referencia a ¿Quién?, en lo material que hace referencia al ¿Qué?, en lo espacial, haciendo referencia al ¿Dónde? Y en lo temporal, haciendo referencia al ¿Cuándo?

Graos y Vásquez (2020), el impuesto a la renta es aquel impuesto que se impone de manera directa sobre la renta como una exposición de riqueza. Acosta (2019) insta que es aquel impuesto impone la capacidad de generar o recibir renta y tienen una clasificación; la primera categoría se forma por medio de ingresos provenientes por el arrendamiento y subarrendamiento de predios, la segunda se crea por las ganancias del capital, en otras palabras, alguna venta de un bien que realice cualquier persona, la tercera categoría se genera por los ingresos percibidos de alguna actividad de contexto empresarial que lo realice cualquier persona, la cuarta categoría está elaborada por los ingresos independientes, en otras palabras, los ingresos que se forman por las personales naturales que no estén vinculadas con una empresa, la quinta categoría se genera por los ingresos percibidos del trabajo prestado que tenga un vínculo de dependencia hacia una empresa y para ello se genere, debe darse que en un vínculo exista sumisión entre el colaborador que obtiene esta renta categórica con el objetivo de gravar un impuesto a la renta, y es el deudor tributario que fiscaliza la realización de la actividad que da pie a la obligación tributaria.

Desarrollo de variables

Variable 1: Incremento patrimonial no justificado

Según Alva (2016) es el aumento patrimonial significativo en el valor de los activos de las personas físicas o jurídicas, los contribuyentes no pueden acreditar su fuente de ingreso mediante la fiscalización que realiza la entidad reguladora porque emplean técnicas para no declarar de manera regular aquellos ingresos. En otras palabras, se considera como el aumento sobre el valor del patrimonio de un contribuyente sin que éste pueda acreditar factiblemente la fuente de dichos ingresos.

Esta variable se identifica con las siguientes dimensiones que le componen:

Fiscalización

Implica una serie de políticas, que han sido favorecidas con la finalidad de que las personas cumplan de manera responsable con aquellas obligaciones tributarias, del mismo modo respeten la legislación reguladora e ingresen al fisco las cargas apropiadas, de esa forma se cumple el mandato constitucional y se contribuye con las cargas públicas que tiene el Estado. (Solís, 2019).

Esta comprende los siguientes indicadores para su medición:

Emisión de Comprobantes

La emisión de comprobantes tiene validez tributaria ya sea como boleta o factura y otros documentos relacionados que emite el solicitante o usuario electrónico (Ccuno, 2017).

Declaración de impuestos

Son aquellos formularios o documentos que deben ser presentados ante las entidades oficiales de recaudación de impuestos que tiene el Gobierno. Es ahí donde se presenta la cantidad de ingresos ganados en un año específico por una entidad (Ccuno, 2017).

Otra manera de definir este aspecto es que consiste en el detalle de las operaciones realizadas durante un periodo determinado como parte de la obligación

tributaria que le atañe a toda persona mayor de edad quien incursiona en el mundo económico. (Sullivan, 2021)

SPOT

El spot (Sistema de Pago de Obligaciones Tributarias) hace referencia a un mecanismo de recaudación administrativa de impuestos de manera indirecta y se emplea como garantía para que se cumpla la obligación tributaria (Sunat, 2016).

Bancarización

La bancarización es una forma de formalizar las transacciones y canalizarlas mediante diversos medios, en el aspecto legal permitirán definir la fuente y finalidad para que a través del Estado pueda concretar sus atribuciones de control ante la evasión tributaria (Pérez, 2018).

Ingresos no declarados

Es la verificación de la fuente del patrimonio de las personas y se les notifica a los contribuyentes para que acrediten las inconsistencias patrimoniales cuando existe diferencia entre sus los ingresos (Graos, 2020)

Esta dimensión se mide por los siguientes indicadores:

Premios

Se conocen como premios a todos aquellos reconocimientos otorgados para reconocer un mérito o logro. (Cambridge Dictionary, s.f.)

En relación al presente contexto, los premios son métodos de publicidad de los denominados influencers determinan en sus videos publicitarios para fomentar la captación de clientes y una mayor demanda en el producto en promoción (Graos, 2020).

Regalos

Los regalos son los objetos que reciben los denominados influencers por parte de las marcas para crear publicidad por medio de videos o fotografías para realizar marketing en relación a ello (Solórzano, 2020).

Donaciones

Las donaciones son actos voluntarios sin esperar premios ni recompensas específicamente cuando es algo de valor, es una acción de donación. (Ccuno, 2017).

Campañas

Incluye el conjunto de actividades relacionadas con el objetivo de lograr alguna finalidad, el fin es demostrar los productos claves de las compañías para que los influencers generen mayor demanda de pedidos (Graos, 2020).

Otra definición de campaña consiste en un conjunto planificado de actividades que las personas llevan a cabo durante un período de tiempo para lograr algo como un cambio social o político. (Collins English Dictionary, 1998)

Aumento Patrimonial

El aumento patrimonial hace referencia a la no declaración ante la Administración tributaria respecto y es esta entidad la que corrobora el incremento proveniente de rentas que han estado en encubiertas y debieron ser expuestos en el momento de su origen (Solís, 2019).

También puede definirse como aumento patrimonial al incremento de capital que se desarrolla dentro del sistema del sistema contable y analítico de una entidad que efectúa actividades económicas. (Butkova, 2020)

Esta dimensión se medirá por medio de los siguientes indicadores:

Activos

Los activos son recursos o recursos que poseen una empresa y tiene por finalidad propiciar una utilidad más adelante (Solórzano, 2020).

Variación Patrimonial

La variación Patrimonial son las variaciones producidas en los bienes materiales y necesidades, así como en las regularizaciones que involucren movimientos u operaciones del sistema patrimonial (Solís, 2019).

Gastos no justificados

Los gastos que no pueden ser asignados directamente a la empresa, es decir, pagados por la empresa, pero no justificados como gasto de negocio (Poletty, 2015).

Variable 2: Impuesto a la Renta

Es todo impuesto instituido cada año, que se debe declarar mensualmente, estableciendo utilidades que sucedan del compromiso y de la adaptación de un efectivo acatando de un arquetipo, utilidad en donde emplean unos costos también inspecciona el impuesto por salvaguardias, también puede ser realizado claramente hacia el participante. Permite evitar la defraudación tributaria y omisión de declaración e ingresos que deben ser recaudados oportunamente. (Pérez, 2018).

También se puede definir como el Impuesto a la renta como el tributo más significativo que se ha concretado a finales del siglo XX que consta de un sistema impositivo que representa el pilar fundamental del sistema fiscal, debido a su trascendencia y adaptabilidad a todos los niveles socioeconómicos, puesto que es un impuesto directo unipersonal, no transmisible, que busca manejar un efecto estabilizador entre las riquezas externas. (Villagra Cayamana & Zuzunaga Del Pino, 2014)

Esta variable se compone por las siguientes dimensiones de estudio:

Omisión de declaración:

La Omisión de declaración es el encubrimiento del impuesto que debería ser declarado para establecer o comprobar el impuesto, genera una infracción, ya sea por medio de una multa y dependerá el grado de infracción que se colocará la unidad tributaria (Pérez, 2018).

Esta dimensión será medida por los siguientes indicadores:

Impuesto General a las Ventas

Es un tributo general aplicado a la venta de bienes, prestación de servicios, contratos de construcción o importaciones de productos para la venta y otros. (Poletty, 2015).

Impuesto Selectivo al Consumo

Es un tributo monofásico que, a diferencia del IGV, se aplica a una sola etapa de la cadena productiva, bien sea a nivel del productor o del importador. (Ríos Culquicondori, 2019)

Impuesto al patrimonio

Es un tributo que se grava la posesión de laguna propiedad o patrimonio, sobre su valor neto, este tipo de tributo solo recae a las personas físicas, es de carácter individual (Pérez, 2018).

Impuesto a la renta

Es el tributo que se grava por rentas provenientes de cualquier actividad de trabajo, explotación de un capital (bien mueble o inmueble) y se define por diversas categorías (Pérez, 2018).

Defraudación Tributaria

La Defraudación tributaria es definida por Quispe (2019) como un delito en materia tributaria que recae sobre el que no cumple anticipadamente la ley tributaria, en otras palabras, se vale de artificios, engaños y otras formas fraudulentas para recaudar un beneficio personal o para terceros y causada por la evasión tributaria.

También Torgler (2010) la define como la omisión legal del pago de tributos a causa de artimañas que pretenden generar un beneficio personal utilizando como base la evasión tributaria.

Esta dimensión será medida por los siguientes indicadores:

Omisión de pago

La omisión de pago yace cuando se ha determinado anteriormente una fecha con límite de pago. La falta de presupuesto para evitar el pago es castigada por la Ley y su consecuencia es el embargo (Quispe, 2019).

Fraude Fiscal

Se considera fraude fiscal a todo aquello que atenta contra la Hacienda Pública, el mismo va desde la elusión y evasión de pago de impuestos, no declarando tributos o consiguiendo beneficios fiscales fraudulentamente. (Trujillo, 2020)

Elusión tributaria

Pérez (2018), lo define como acciones para aminorar el pago de impuestos, valiéndose de las oportunidades o vacíos legales que la norma aprueba o acepta.

Evasión tributaria

Según Solórzano (2020), señala que se refiere al acto ilícito de cualquier persona o compañía empresarial definidos a estos infractores que ocurre cuando el colaborador esconde o ignora los ingresos y bienes de la autoridad tributaria.

Omisión de Ingresos

La Omisión de Ingresos, es el acto de no declarar ingresos que se han adquirido durante el periodo definido. El contribuyente debe expresar todos los ingresos que logre y si omite declararlos se muestra a la sanción por inexactitud (Pérez, 2018).

Esta dimensión será medida por los siguientes indicadores:

Bienes

Hace referencia a cosas tangibles o intangibles que son útiles para cubrir las necesidades del hombre y las satisfaga de forma directa o indirecta (Poletty, 2015).

Efectivo o equivalente de efectivo

Se conoce como el equivalente al efectivo como las inversiones a corto plazo de liquidez que generan importes determinados de efectivo, mismos que aún con su condición beneficiosa, están sujetos a un riesgo poco significativo de cambios sobre su valor final. (Trujillo, 2020)

Servicios

Un servicio es un trabajo especial que se realiza para otra persona en función que desempeña una cosa (Pérez, 2018).

Marco conceptual

a. Contribuyente

Individuo físico o legal que cumple una acción financiera o profesional que forma la cancelación de un gravamen y toma una sucesión de obligaciones serias de aspecto legal y a las reglas y valores del mandato legal (Pérez, 2018).

b. Licencias

Los impuestos se cobrarán cuando se recauden las autorizaciones específicamente para realizar actividades de cumplimiento bajo control o supervisión (Garza, 2017, p.45).

c. Obligación tributaria

Es la responsabilidad jurídica de cualquier tipo de persona (natural, jurídica) llamada también acreedor que tiene el derecho a solicitar un impuesto y el también llamado deudor, que es aquella persona que está obligado a cumplir con la deuda. (Garza, 2017, p.45).

d. Ingresos

Son las entradas que generan bienestar. En el contexto económico se debe entender como todos los activos que generan un incremento del patrimonio en la empresa (Rey, 2016, pag.112).

e. Ganancias

Es la riqueza que se obtiene de una inversión o transacción económica que beneficia la situación de la empresa. Son el resultado del total de los

productos vendidos menos los costos -empleado para producirlos (Demetrio, 2016, pág. 221).

f. Derechos económicos

Bienes de propiedad tangible e intangible de una persona con negocios o una empresa. Facultad que tiene una persona en participar en los derechos económicos de una empresa. (Demetrio, 2016, pág. 164)

g. Patrimonio

Es el conjunto de bienes que tiene una empresa, está conformada por el capital, reservas y las utilidades no repartidas. Cuando se obtiene las utilidades el patrimonio incrementa, pero cuando se reparten los dividendos, el patrimonio disminuye. (Demetrio, 2016, pág. 332).

h. Impuesto

Es el pago obligatorio que es exigido por el Estado y no están sujetas a contraprestación directa, para el Estado es necesario recaudar los impuestos porque de esa manera le permite financiar gastos públicos y brindar los servicios necesarios para la sociedad. (Demetrio, 2016, pág. 240)

i. Incremento patrimonial

Es el incremento desmedido de los bienes que posee una persona sobre los cuales debe recaer un pago de impuesto, de acuerdo a la naturaleza del origen del patrimonio. (Demetrio, 2016, pág. 244)

j. Persona jurídica

Es la persona, grupo de personas o empresa que la ley les confiere existencias legales, tiene la capacidad de practicar derechos y es capaz de tener obligaciones tributarias, judiciales y civiles. (Demetrio, 2016, pág. 334)

k. Persona natural

Es el ser humano que ejerce derechos y obligaciones de forma personal; al realizar una actividad comercial o mercantil se convierte en una persona natural que tiene la capacidad de cumplir a título personal todas las obligaciones. (Demetrio, 2016, pág. 335)

l. Influencer

Persona capaz de persuadir, convencer a otro de grupo a realizar cualquier conducta o comportamiento que éste realice. (Moreno, 2021)

m. Presunción

Desde un hecho económico es una conjetura respecto a alguna actividad anónima, se da por medio de alguna relación razonable entre una y otra. (Demetrio, 2016, pág. 344)

n. Código tributario

Es el compendio de normas legales encargado de regular temas tributarios entre las entidades reguladores y contribuyentes. (Demetrio, 2016, pág. 116)

o. Gastos

Son salidas de dinero que generan en la empresa una disminución del beneficio. (Demetrio, 2016, pág. 222)

p. Consumo

Es el gasto de bienes o servicios realizados en un determinado periodo. (Demetrio, 2016, pág. 126)

q. Canje

Se refiere al intercambio de algún bien por otro que posee las mismas o diferentes características. (Demetrio, 2016, pág. 104)

r. Cuenta de ahorro

Dinero disponible que deposita una persona o una empresa en una determinada cuenta de ahorros bancarios con fines de percibir intereses mensuales. (Demetrio, 2016, pág. 147)

s. Evasión y elusión tributaria

llegalidades por los contribuyentes que minimiza la cantidad del impuesto para procesar de forma correcta le correspondería realizar el cumplimiento de la magnitud del total de impuesto a cancelar de forma parcial o total. (Graos, 2020)

t. Impuesto a la renta

Tipo de estimación tributaria que aumenta la contabilidad de la empresa y las ganancias acumuladas. (Rubiolo, 2012)

u. Delito tributario

Demostración de la irresponsabilidad de forma subjetiva. (Rubiolo, 2012)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

3.1. *Tipo y diseño de investigación*

a) *Tipo de investigación*

El tipo de investigación a realizar es no experimental, ya que no habrá manipulación con intencionalidad de las variables estudiadas, en este caso, incremento patrimonial no justificado e impuesto a la renta.

Hernández, Fernández y Baptista (2017), señalan que la investigación no experimental no hace cambiar de forma premeditada las variables independientes para conocer su consecuencia sobre otras, es decir, se visualizan los hechos como se comportan en la realidad para luego ser analizadas (p.152).

De acuerdo con las categorías de Cambelp y Estalyn (dictado por Hernández Sampieri, 2018), “por su lado la investigación no experimental será dividida en diseños transversales y diseños longitudinales”. (p.54)

Por otro lado, Gutiérrez (2018) determina que una investigación explicativa describe la relación entre dos o más variables representadas por la muestra designada o las variables actuales, y su propósito es probar las hipótesis de causalidad entre ambas variables. (p.25).

b) *Diseño de investigación*

El diseño de la investigación es transversal.

El diseño específico es transaccional o transversal, para Hernández, Fernández y Baptista (2018), estos diseños recolectan los datos en un solo momento, es decir, en un tiempo único, y tienen como objetivo describir las variables y analizarlas en un momento determinado (p. 154).

Hernández (2018) en metodología de investigación afirma:

El termino diseño se refiere al plan o estrategia conservada para responder a las preguntas de investigación. El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar las interrogantes que se han planteado y analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto particular (p.120).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Incremento patrimonial no justificado

Variable 2: Impuesto a la renta

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

Incremento patrimonial no justificado y su relación con el Impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

| HIPOTESIS GENERAL | VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|--|---------------------------------------|--|------------------------|-------------------------------|
| El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | INCREMENTO PATRIMONIAL NO JUSTIFICADO | El incremento patrimonial no justificado es la respuesta a la que llega la Administración Tributaria luego de realizar la fiscalización, la persona natural no justifica los ingresos obtenidos y en algunos casos no ha determinado su origen o procedencia, por lo que no se puede determinar la categoría de renta a la que pertenece. Alva, Mamani y Reyes (2018). | Fiscalización | Emisión de comprobantes |
| | | | | Declaración informativa |
| | | | | Declaración determinativa |
| | | | | SPOT |
| | | | | Bancarización |
| | | | Ingresos no declarados | Premios |
| | | | | Regalos |
| | | | | Donaciones |
| | | | | Campañas |
| | | | Aumento de patrimonio | Activos corrientes |
| | | | | Activos no corrientes |
| | | | | Variación patrimonial |
| | Gastos no justificados | | | |
| | IMPUESTO A LA RENTA | Es el impuesto que consta de un sistema impositivo que representa el pilar fundamental del sistema fiscal, debido a su trascendencia y adaptabilidad a todos los niveles socioeconómicos, puesto que es un tributo de carácter directo y de naturaleza personal, no transmisible, que busca manejar un efecto estabilizador entre las riquezas externas (Villagra Cayamana & Zuzunaga Del Pino,2014) | Omisión de declaración | Impuesto General a las Ventas |
| | | | | Impuesto Selectivo al Consumo |
| | | | | Impuesto a la renta |
| Impuesto al patrimonio | | | | |
| Conocimiento del impuesto al patrimonio | | | | |
| Defraudación tributaria | | | Omisión de pago | |
| | | | Fraude fiscal | |
| | | | Elusión tributaria | |
| Omisión de ingresos | | | Evasión tributaria | |
| | Bienes | | | |
| | Efectivo o equivalente de efectivo | | | |
| Servicios | | | | |

3.3. Población, muestra y muestreo, unidad de análisis

Población

Para esta investigación, estuvo conformada por un total de 57 influencers que realizan el servicio publicitario en el distrito de Cercado de Lima año 2021. Tal es así que se determina que la población es finita, ya que se contará con las partes que actuarán en el estudio.

Según Hernández, et al. (2017) indica que “Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Muestra

La muestra del estudio será de acuerdo al muestreo probabilístico, donde se reconoce como rasgo común de aceptación la posibilidad que tienen todos los individuos o elementos de análisis de ser parte de la muestra final.

Para este estudio se considerarán 50 influencers que realizan el servicio de publicidad, de acuerdo Hernández, et al. (2017) mencionan “Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además que debe ser representativo de la población” (p.173).

Muestreo

Para este estudio se usará el muestreo de tipo probabilístico, puesto que este es un procedimiento en el que se considera una porción de la población aleatoriamente. Las cuáles serán tomadas en cuenta si existe similitud entre ellas y con la organización que es objeto de investigación.

Según Hernández, et al. (2017) “Es un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (p.175). De acuerdo con esta afirmación se puede decir que todos los participantes en este tipo de estudio tendrán las mismas posibilidades en su elección lo cual facilitará la selección de los influencers ubicados en el Cercado de Lima.

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{E^2 \cdot (N-1)(p.q)Z^2}$$

$$n = \frac{(1.96^2) (0.5) (0.5) (57)}{(57-1) (0.05^2) + (1.96^2) (0.5) (0.5)}$$

$$n = 49.75$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza; para el 95%, $z = 1.96$

E: Máximo error permisible, 5%

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas para la recolección de datos

La técnica empleada para recolectar datos será la encuesta poder determinar cómo el incremento patrimonial no justificado tiene relación con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios un conjunto de preguntas establecida de forma directa publicitarios del distrito de Cercado de Lima, 2021.

Como afirma Carrasco es una técnica de investigación social que se emplea con éxito a través de un conjunto de interrogantes establecidas de forma directa o indirecta a los sujetos de análisis de estudio. (2006)

La encuesta

Para este estudio, se empleará la técnica de encuesta en modalidad de cuestionario como el medio de obtener los datos necesarios para identificar la

relación existente entre las variables de estudio: incremento patrimonial justificado e impuesto a la renta.

La herramienta empleada para la presente investigación será el cuestionario ya que permitirá obtener una réplica directa a través de la aplicación de las preguntas que deben prepararse con anticipación y deben estar de manera ordenada y coherente con el tema a tratar y en función a los objetivos que se desean cumplir. Carrasco (2006)

El cuestionario estará compuesto por 25 preguntas, mismas que serán dirigidas a los influencers que participan como muestra del estudio, lo que admitirá el uso de métodos estadísticos a través de la escala de Likert para recolectar los datos de análisis.

Tabla 1. Escala de Likert

| Escala de Likert | |
|-------------------------|--------------------------|
| Puntuación | Afirmación |
| 1 | Totalmente en desacuerdo |
| 2 | En desacuerdo |
| 3 | Indeciso |
| 4 | De acuerdo |
| 5 | Totalmente de acuerdo |

Elaboración propia

Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos son sumamente necesarios para la realización de la investigación planteada ya que el uso de esta herramienta nos permitirá determinar que el trabajo de investigación tenga coherencia con la información suministrada dentro del marco teórico, en ese sentido Hernández, et al. (2018) refieren “Son recursos que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p.199).

a) *Cuestionario*

Es una agrupación de interrogantes las cuales guardan relación con el contenido de la investigación. Así mismo, estas están dirigidas a los influencers que brindan servicios publicitarios en el cercado de Lima esto con la finalidad de recabar información relevante para la investigación. Hernández, et al. (2018) mencionan “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se va medir” Es por esta razón, que las preguntas deben ser comprensibles para los individuos y sin que haya alguna ambigüedad ya que de ese modo podremos demostrar los resultados con datos veraces.

b) *El análisis estadístico*

El análisis estadístico de esta investigación tiene como objeto “Analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.”, evidenciando la realización del estudio de tipo cuantitativo.

Se usará el estudio cuantitativo con el objeto de realizar una recopilación de información para poder comprobar la hipótesis planteada, empleando la encuesta tipo cuestionario y a su vez un análisis estadístico en el que se utiliza el Software estadístico SPSS, mismo que ayudará a la recopilación de los datos obtenidos por parte de los encuestados.

3.5. *Procedimientos*

Validación y confiabilidad del instrumento

3.5.1. *Validez*

Para dar validez al instrumento de medición y determinar el nivel en que el instrumento muestra preponderancia de una variable que se pretende calcular, se someten los test anteriores y posteriores a juicios de expertos,

jueces que van a opinar sobre la preparación de los mismos, otorgando un aporte determinado al estudio; sin embargo, se emplea el coeficiente de Pearson para corroborar el criterio de los expertos, representado en la siguiente fórmula:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Y, para precisar con exactitud la correlación entre el ítem y el total de la prueba, se utiliza el verificador de Mc Nemar:

$$r_{McN} = \frac{r + S_t - S_i}{\sqrt{S_t^2 + S_i^2 - 2r + S_t^2 S_i^2}}$$

S_t^2 : Varianza de los puntajes totales

S_i^2 : Varianza del ítem

Si r_{McN} es mayor a 0.35 el ítem se considera válido

Sánchez, Reyes y Mejía (2018),

Expresaron que el juicio de expertos es un método de verificación útil para verificar la confiabilidad de la investigación. La definición de una investigación muestra que las personas con experiencia en el tema se consideran expertos calificados en el campo, quienes pueden brindar información, evidencia, juicio y evaluación. (p.83).

Esta validez se ratifica a través de un criterio empírico sobre la fiabilidad del instrumento empleado para la recolección de información obtenida posterior a la aprobación de dicho instrumento. Esta validación fue ratificada por tres expertos (un Doctor y dos Magisters) quienes otorgaron la calidad de aprobación del instrumento de confiabilidad. (Chávez, 2001)

Tabla 2. Validez del instrumento

| Validez del instrumento | | |
|--------------------------------|------------------------------------|--------------------|
| Grado académico | Apellidos y nombre de los expertos | Apreciación |
| Dra. | Padilla Vento, Patricia | Si hay suficiencia |
| Magister | Grijalva Salazar, Rosario | Si hay suficiencia |
| Magíster | Chapa Sosa, Eduardo | Si hay suficiencia |

Elaboración propia

3.5.2. Confiabilidad del instrumento

Según Sánchez, Reyes y Mejía, (2018), la confiabilidad de un instrumento representa la precisión y pertinencia del instrumento empleado; así mismo, en virtud similar con la validez, esta puede determinar el grado de error existente, puesto que cuanto mayor es el error, menor es la confiabilidad y viceversa, por ello se menciona que una confiabilidad alta tiene menor error de precisión y cuantificación al ser aplicada. (p.35).

Para brindar confiabilidad que permite detectar el nivel en que el instrumento de manera idéntica replica los resultados de en repetidas ocasiones al mismo sujeto u objeto, se somete a la técnica de Alpha de Cronbach, cuya fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\alpha = 0.80 \text{ donde } \alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

S_t^2 : Varianza de los puntajes totales

S_i^2 : Varianza del ítem

K: Número de ítems

El alfa de Cronbach es un análisis que estima un indicador entre los valores 1 y 0 a través del cual permite obtener el criterio confiable del instrumento empleado para la investigación, tomando como referencia que

mientras mayor es la muestra, más consistente y efectivo es el instrumento, por lo que su valor aumenta otorgando la confiabilidad del mismo. (Oviedo & Campo-Arias, 2005)

Para ello se tiene la referencia de la confiabilidad que precisa la Escala del Alfa de Cronbach a continuación:

Tabla 3. Escala de Alfa de Cronbach

| Escala de Alfa de Cronbach | |
|-----------------------------------|-----------|
| Rango | Deducción |
| 0.81 al 1.00 | Muy alta |
| 0.61 al 0.80 | Alta |
| 0.41 al 0.60 | Moderada |
| 0.21 al 0.40 | Baja |
| 0.01 al 0.20 | Muy baja |

Elaboración propia

Análisis de fiabilidad del instrumento de la variable Incremento patrimonial no justificado

La fiabilidad del instrumento aplicado se analizó a través del Alfa de Cronbach

El instrumento empleado para medir la variable independiente consta de 13 ítems y existiendo una muestra compuesta por 50 individuos. El nivel de confiabilidad referencial válido para la investigación es de 95%, mismo que se analizó a través de la prueba de Alpha de Cronbach, a través del uso del software estadístico SPSS.

Tabla 4. Confiabilidad de la variable Incremento Patrimonial no Justificado

Resumen del procesamiento de los casos

| | | N | % |
|-------|------------------------|----|-------|
| | Válidos | 50 | 100,0 |
| Casos | Excluidos ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,847 | 13 |

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación:

El coeficiente de Alfa de Cronbach fue de 0.847 para el instrumento que mide la variable incremento patrimonial no justificado presenta una fuerte confiabilidad, mismo que consistió en el análisis de los 13 ítems que comprenden el cuestionario desarrollado para la evaluación de esta variable.

Tabla 5. Validez de ítems primera variable

Validez de ítems: Variable Incremento patrimonial no justificado

| Estadísticos totales de elemento | | | | |
|---|--|---|--------------------------------------|--|
| | Media de la escala si se elimina el elemento | Varianza de la escala si se elimina el elemento | Correlación elemento-total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
| Se requiere emitir un comprobante de pago al generar una transacción. | 49,64 | 27,745 | ,471 | ,839 |
| Se requiere declarar de manera informativa los ingresos que se obtiene | 49,72 | 25,022 | ,640 | ,826 |
| Se requiere declarar de manera determinativa los ingresos que se obtiene | 49,88 | 23,373 | ,748 | ,816 |
| Sabe usted del sistema SPOT en los pagos del IGV. | 49,80 | 32,327 | -,355 | ,870 |
| La bancarización es importante para controlar los flujos de dinero de una entidad a otra. | 49,74 | 23,176 | ,877 | ,807 |
| Los premios son ingresos no monetarios | 49,66 | 26,270 | ,583 | ,831 |
| Los bonos es un ingreso no monetario | 49,62 | 26,975 | ,654 | ,830 |
| Los regalos son ingresos no monetarios | 50,20 | 26,653 | ,613 | ,831 |
| Las campañas son ingresos no monetarios | 50,30 | 34,663 | -,640 | ,889 |
| Los activos corrientes aumentan el patrimonio | 49,96 | 22,651 | ,811 | ,810 |
| Los activos no corrientes disminuyen el patrimonio | 49,84 | 31,198 | -,106 | ,865 |
| La variación patrimonial es el aumento o disminución del patrimonio | 49,82 | 22,926 | ,857 | ,807 |
| Los gastos no justificados representan un desembolso de dinero sin declarar | 49,82 | 23,171 | ,851 | ,808 |

Fuente: Spss Vs.23

Análisis de fiabilidad del instrumento de la variable Impuesto a la Renta

Para medir el grado de fiabilidad del instrumento se aplicó de igual manera el Alpha de Cronbach.

El instrumento empleado para medir la variable independiente consta de 12 ítems y existiendo una muestra compuesta por 50 individuos. El nivel de confiabilidad referencial válido para la investigación es de 95%, mismo que también se analizó a través de la prueba de Alpha de Cronbach, a través del uso del software estadístico SPSS.

Tabla 6. Confiabilidad de la variable Impuesto a la Renta

| Resumen del procesamiento de los casos | | | |
|---|-----------|----|-------|
| | | N | % |
| | Válidos | 50 | 100,0 |
| Casos | Excluidos | 0 | ,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

| Estadísticos de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,854 | 12 |

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación:

El coeficiente de Alfa de Cronbach fue de 0.854 Por lo tanto, podemos afirmar que el instrumento que mide la variable Impuesto a la Renta tiene también una fuerte confiabilidad, lo cual se evaluó mediante la formulación de encuestas realizadas a 50 influencers situado en el Cercado de Lima.

Tabla 7. Validez de ítems segunda variable

Validez de ítems: Variable Impuesto a la Renta

| Estadísticos totales de elemento | | | | |
|---|--|---|--------------------------------------|--|
| | Media de la escala si se elimina el elemento | Varianza de la escala si se elimina el elemento | Correlación elemento-total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
| El IGV es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT | 46,62 | 22,853 | ,508 | ,844 |
| El ISC es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT | 46,64 | 23,909 | ,399 | ,851 |
| El impuesto al patrimonio es un tributo que debe ser declarado a la SUNAT | 46,80 | 19,755 | ,801 | ,819 |
| Sabe usted cómo el ingreso aplica al impuesto a la renta | 46,72 | 28,532 | -,361 | ,879 |
| Tiene conocimiento sobre impuesto al patrimonio | 46,64 | 20,113 | ,846 | ,816 |
| Tiene conocimiento sobre omisión de pago de tributo | 46,60 | 22,571 | ,631 | ,835 |
| Sabe usted sobre fraude fiscal | 46,52 | 22,785 | ,797 | ,829 |
| Tiene conocimiento sobre elusión tributaria | 47,10 | 24,092 | ,429 | ,849 |
| Tiene conocimiento sobre evasión tributaria | 46,54 | 22,907 | ,778 | ,830 |
| Los bienes obtenidos se deben informar a la SUNAT | 46,74 | 19,462 | ,842 | ,814 |
| El efectivo o equivalente de efectivo debe informar el origen | 46,64 | 29,419 | -,506 | ,887 |
| Los servicios prestados se deben declarar a la SUNAT | 46,56 | 20,864 | ,768 | ,823 |

Fuente: Spss Vs.23

Es importante destacar que el valor del Alpha de Cronbach, representa mayor fiabilidad respecto a su escala a medida que se aproxima a su valor máximo (1); a través de tal aspecto relevante se considera que valores superiores a 0,7 permiten una fiabilidad considerablemente positiva en relación a la escala antes señalada; por ello es que en este caso, el resultado obtenido a través del Alfa de Cronbach para la variable independiente asciende a 0.847 respecto a las 13 preguntas efectuadas y el obtenido para la variable dependiente de 0.854 respecto a las 12 preguntas del instrumento, existe una confiabilidad bastante fuerte, lo que permite concluir que el instrumento es confiable para su validez y empleo, garantizando una investigación con resultados altamente efectivos.

3.6. *Método de análisis de datos*

Dicho trabajo de investigación tiene como objetivo “Analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021“, y se realizó a través de un estudio cuantitativo.

Se empleó un enfoque de investigación cuantitativo, siguiendo el concepto establecido por Tamayo (2007) con la finalidad de desarrollar un análisis estadístico empleando el Software SPSS para obtener los resultados luego de la aplicación de la encuesta y la recopilación de una base de datos establecida en Microsoft Excel para poder dar respuesta a las interrogantes como método de análisis.

3.7. *Aspectos éticos*

Para la elaboración de esta investigación, se empleó el reglamento de la ética profesional consignado como parte de la formación universitaria brindada por la Universidad, tomando como pilares fundamentales los principios morales y sociales sobre las normas de conducta.

La información que presentada tendrá los autores debidamente citados y obtenidos de las fuentes primarias recolectadas para evitar el plagio de las opiniones o conceptos brindados y de esa manera proteger la propiedad intelectual de los autores, la presente investigación es de propia autoría y podrá ser expuesta a través de las plataformas institucionales para que sirva de guía para posteriores investigaciones.

- a) Con fidelidad: Para resguardar la identidad de cada uno de los participantes del estudio.
- b) Objetividad: Las investigaciones de la realidad encontrada se basan en juicios imparciales y técnicos.
- c) Originalidad: Se mencionarán todas las fuentes referenciales utilizadas para el desarrollo de la información presentada evidenciando que no existe plagio.
- d) Participación: La participación tiene conocimiento informado.
- e) Veracidad: La información recopilada se relaciona profundamente a la verdad o a la realidad.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

RESULTADOS

De acuerdo con el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos en las pruebas y análisis estadísticos el cual utilizo como base la data o información recopilada con la aplicación del cuestionario.

Tabla 8. Descripción del indicador Emisión de comprobante

Se requiere emitir un comprobante de pago al generar una transacción comercial

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Ni en acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| De acuerdo | 28 | 56,0 | 56,0 | 60,0 |
| Totalmente de acuerdo | 20 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

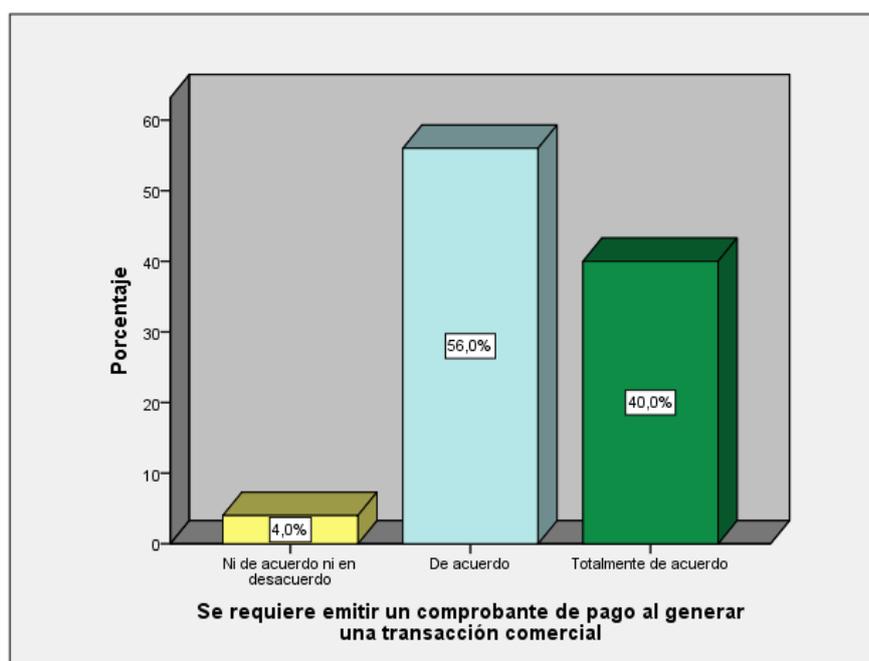


Figura 1. Representación gráfica sobre emisión de comprobantes de pago

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede observar que el 4% de los encuestados no está ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la importancia de emitir comprobantes de pago al realizar una transacción comercial, mientras que un 56% está de acuerdo en la importancia con la importancia que requiere la emisión de comprobantes de pago, lo cual prioriza la creación de conciencia sobre la importancia de las obligaciones tributarias, tal como el 40% de los encuestados que está totalmente de acuerdo con este factor, denotando la importancia de dar a conocer las normas tributaria y la importancia de la declaración tributaria.

Tabla 9 . Descripción del indicador declaración informativa

Se requiere declarar de manera informativa los ingresos que se obtiene a la SUNAT

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|----|-------------------|-------------|
| Válidos | Desacuerdo | 1 | 2,0 | 2,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 8 | 16,0 | 18,0 |
| | De acuerdo | 17 | 34,0 | 52,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 24 | 48,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Spss Vs.23

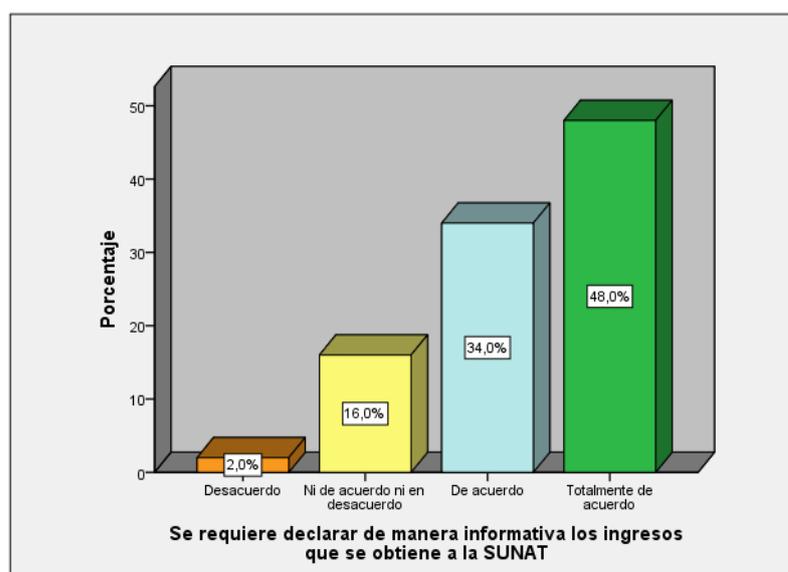


Figura 2. Representación gráfica de declaración informativa a la SUNAT

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: En relación a la declaración de los ingresos a la SUNAT, el 2% indicó no estar de acuerdo con realizar dicha declaración, un 16% indicó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con este aspecto puesto que consideran que lo que se debe declarar es lo esencial y el monto general de ingresos no de manera informativa, mientras que el 34%, coincidiendo con el 48% están de acuerdo en que, de acuerdo al tipo de operación comercial que se realice, se debe declarar el ingreso obtenido a la entidad correspondiente, en este caso, a la SUNAT. Este aspecto hace énfasis en la importancia de la declaración de los ingresos y, adicional a ello, la falta de información que aún existe sobre este aspecto en la sociedad.

Tabla 10. Descripción del indicador declaración determinativa

Se requiere declarar de manera determinativa los ingresos que se obtiene a la SUNAT

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Desacuerdo | 2 | 4,0 | 4,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 24,0 | 28,0 |
| | De acuerdo | 14 | 28,0 | 56,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 22 | 44,0 | 100,0 |
| Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

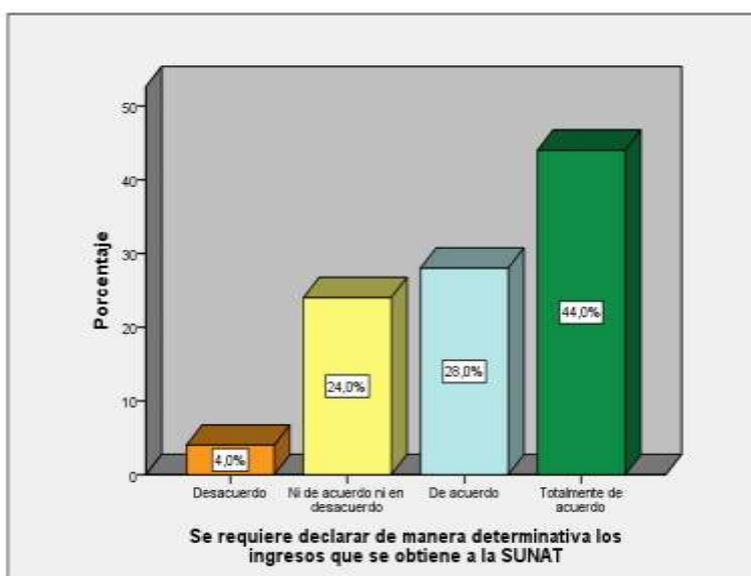


Figura 3. Representación gráfica de declaración determinativa a la SUNAT

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede observar que, en base a la declaración de los ingresos obtenidos a la SUNAT, el 4% está en desacuerdo con la declaración de los mismos, lo que hace reconocer que no realiza declaraciones, un 24% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la declaración, puesto que sigue siendo una obligación legal que debe ser realizada, mientras que el 28% y el 44% están de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, en que se debe realizar la declaración determinativa de los ingresos a la SUNAT como parte del proceso tributario que le atañe a todo ciudadano que percibe ingresos y genera impuestos para el país.

Tabla 11. Descripción del indicador SPOT

Tiene conocimiento sobre el sistema SPOT en los pagos del IGV

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|-----------------------|------------|--------------|-------------------|-------------|
| Válidos | De acuerdo | 40 | 80,0 | 80,0 | 80,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 10 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

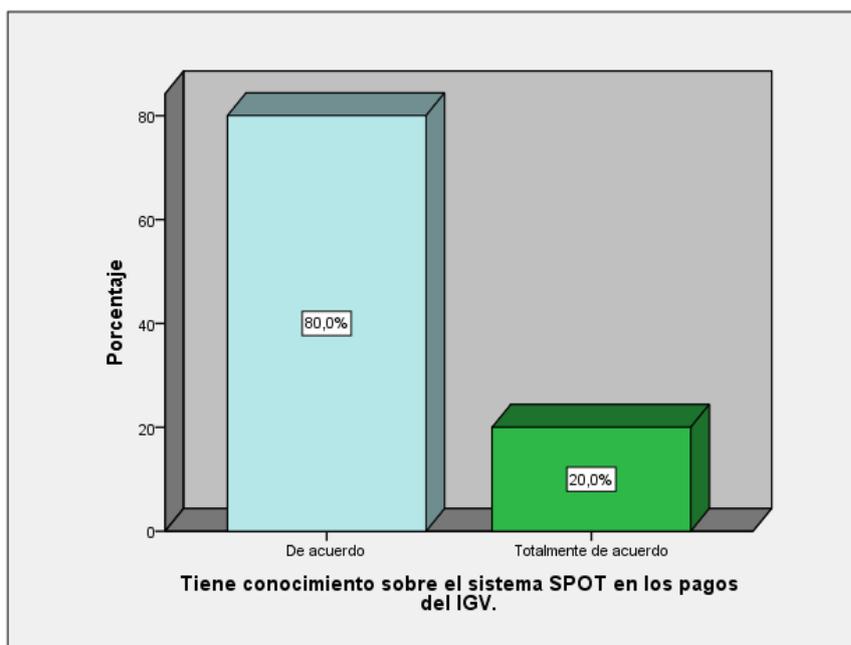


Figura 4. Representación gráfica de conocimiento sobre sistema SPOT

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede notar que el 80% tiene un leve conocimiento sobre el sistema SPOT un según se puede interpretar en su respuesta, sin embargo, se nota una clara falta de información al respecto, lo que conlleva a considerar la necesidad de informar sobre dicho sistema si lo que se espera es que los usuarios puedan realizar el pago de sus obligaciones tributarias por sí mismos, mientras que un 20% mostró tener amplio conocimiento sobre el sistema para pagos del IGV y, por ende, pueden realizar las declaraciones y pagos de manera segura y directa por sí mismos.

Tabla 12. Descripción del indicador bancarización

La bancarización es importante para controlar los flujos de dinero de una entidad a otra y pagar el ITF

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 24,0 | 24,0 | 24,0 |
| | De acuerdo | 13 | 26,0 | 26,0 | 50,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 25 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

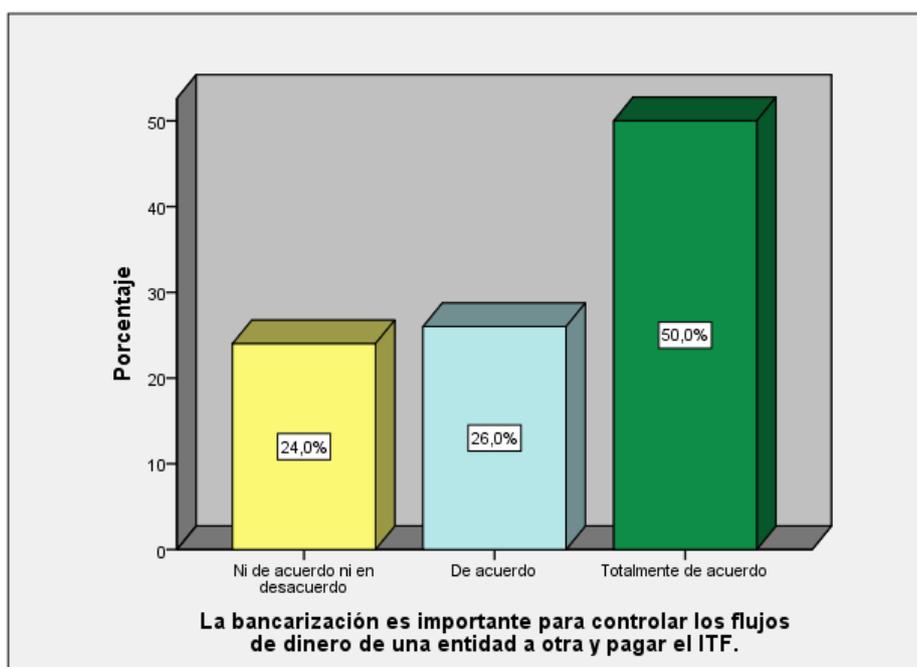


Figura 5 . Representación gráfica de importancia de la bancarización

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se debe recordar que el Impuesto a las transacciones financieras ITF corresponde a un 0.005% del valor total de cualquier operación que se realice, sobre todo en cuanto al control de flujo de dinero; por ende, a través de este ítem se pudo observar que la bancarización para un 24% tiene cierto grado de importancia, sin embargo, un 26%, coincidiendo con un 50% opinan que la bancarización como medio de controlar los flujos entre las entidades para controlar el ITF si es importante como herramienta de control y bancarización efectiva.

Tabla 13. Descripción del indicador premios

Los premios son ingresos no momentarios por parte de una empresa a un influencer

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|----|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 6 | 12,0 | 12,0 |
| | De acuerdo | 21 | 42,0 | 54,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 23 | 46,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Spss Vs.23

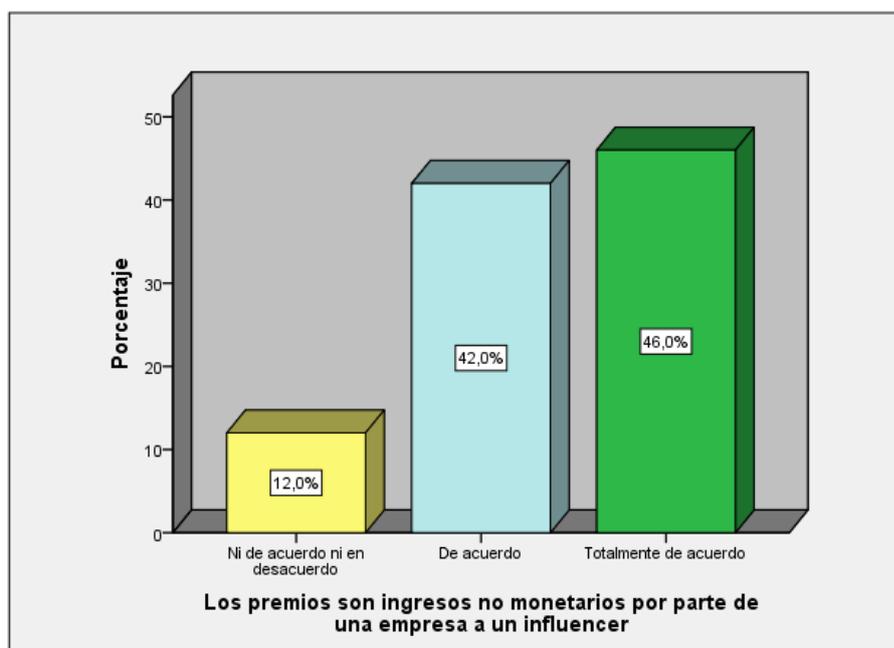


Figura 6. Representación gráfica de premios como ingresos no monetarios

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: El 12% de los encuestados considera que los premios tanto pueden ser, como pueden no ser ingresos válidos no monetarios para los influencers por parte de una empresa, puesto que de algún modo simboliza una retribución por un trabajo realizado; mientras que un 42% al igual que un 46% considera que si son ingresos no monetarios para los influencers a pesar de no formar parte un ingreso tradicional pecuniario o en moneda de curso legal pero de igual modo, conlleva un valor por una labor realizada.

Tabla 14. Descripción del indicador bonos

Los bonos es un ingreso no monetario por parte de una empresa a un influencer

| | Código | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | De acuerdo | 29 | 58,0 | 58,0 | 60,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 20 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

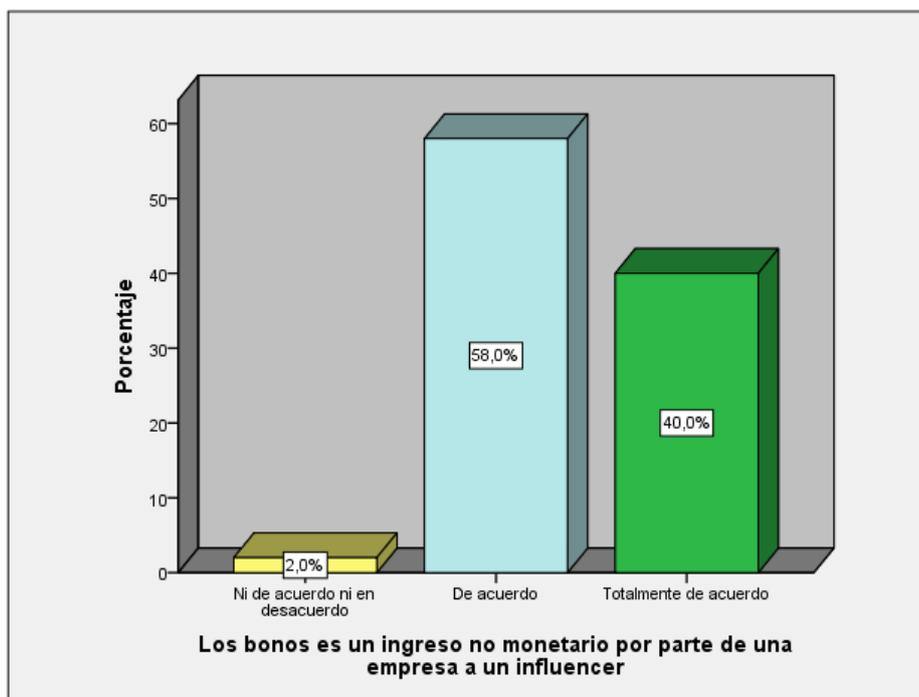


Figura 7. Representación gráfica de bonos como ingreso no monetario

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Respecto a este ítem, se puede notar que un 2% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre los bonos como ingresos no monetarios para los influencers, puesto que a pesar de no ser un ingreso pecuniario, representa un beneficio por un trabajo realizado, mientras que el 58% en concordancia con el 40% coinciden en que los bonos si se constituyen como un ingreso no monetario que otorga una empresa a un influencer como parte de pago, garantizando una gratificación por los servicios prestados.

Tabla 15. Descripción del indicador regalos

Los regalos son ingresos no monetarios por parte de una empresa a un influencer

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 15 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| | De acuerdo | 30 | 60,0 | 60,0 | 90,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 5 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

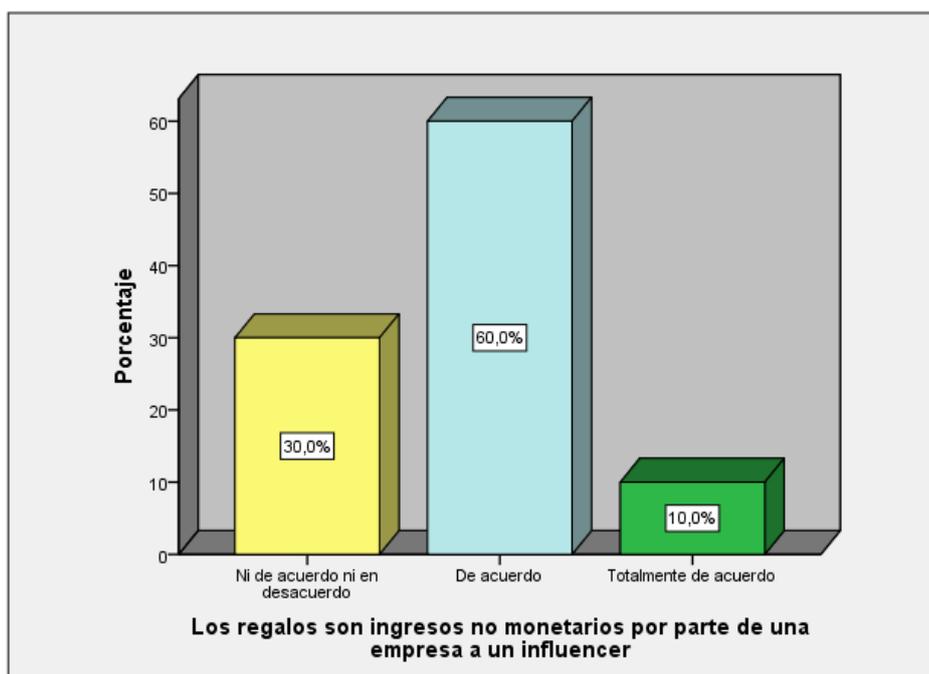


Figura 8. Representación gráfica de regalos como ingreso no monetario

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede notar que un 30% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre los regalos como ingresos no monetarios para los influencers, puesto que constituyen un ingreso tangible que no es declarado, sin embargo, no presenta un monto registral por lo que no se consideraría como un ingreso neto, mientras que el 60% en concordancia con el 10% coinciden en que los regalos si constituyen un ingreso no monetario que otorga una empresa a un influencer como parte de pago, representando una gratificación equivalente a la contraprestación no económica por un servicio prestado.

Tabla 16. Descripción del indicador campañas

Las campañas son ingresos no monetarios por parte de una empresa a un influencer

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 17 | 34,0 | 34,0 | 34,0 |
| | De acuerdo | 31 | 62,0 | 62,0 | 96,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 2 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

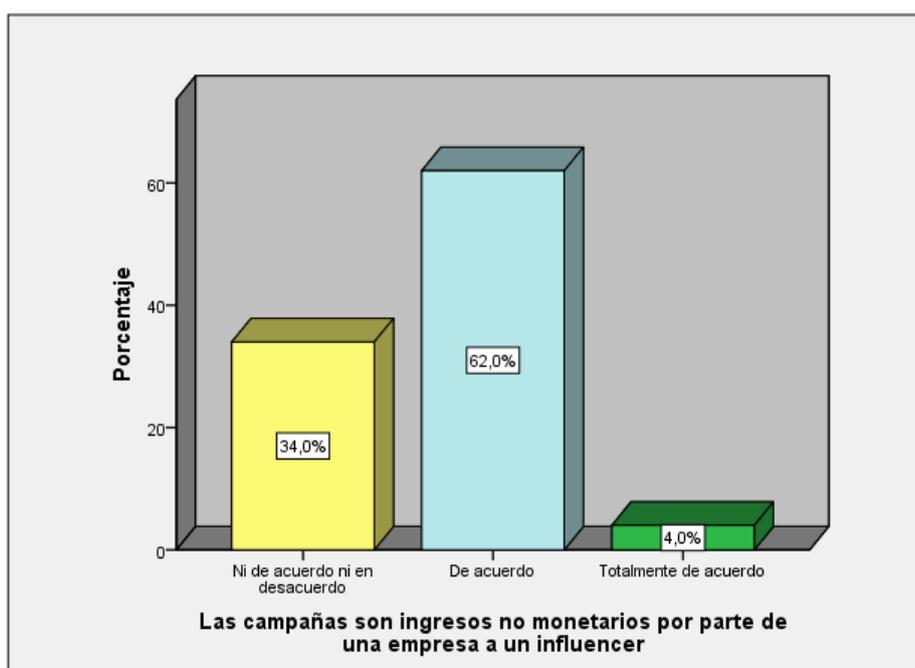


Figura 9. Representación gráfica de campaña como ingreso no monetario

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede notar que un 34% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre que las campañas se constituyen como ingresos no monetarios para los influencers ya que son incrementos no meramente pecuniarios y por lo tanto no son declarables, mientras que el 62% en concordancia con el 4% coinciden en que las campañas constituyen un ingreso no monetario que otorga una empresa a un influencer como parte de pago porque proporciona una gratificación por un servicio o trabajo realizado.

Tabla 17. Descripción del indicador activos corrientes

Los activos corrientes como dinero o bienes aumentan el patrimonio de una entidad

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|----|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 21 | 42,0 | 42,0 |
| | De acuerdo | 6 | 12,0 | 54,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 23 | 46,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Spss Vs.23

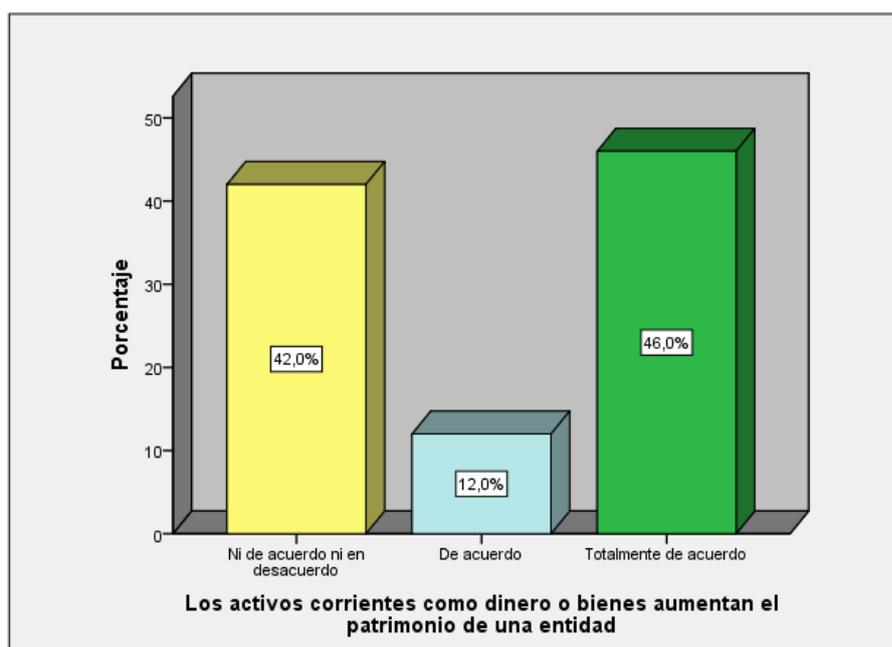


Figura 10. Representación gráfica de activos corrientes

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: El 42% de los encuestados indicó no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo que los activos corrientes aumenten el patrimonio de una entidad, puesto que los mismos, al ser circulantes, van y vienen de entre el patrimonio de la entidad por lo que no es un ingreso netamente estable para constituir parte del patrimonio; sin embargo, un 12% esta de acuerdo en que los activos corrientes aumentan el patrimonio de una entidad, a su vez que un 46% está totalmente de acuerdo en que estos activos aumentan el patrimonio de una entidad porque de algún modo siempre retornan al patrimonio inicial, sea en modo de inversión neta o incrementada.

Tabla 18. Descripción del indicador activos no corrientes

| Los activos no corrientes como bienes inmuebles aumentan el patrimonio | | | | | |
|---|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 6,0 | 6,0 | 6,0 |
| | De acuerdo | 36 | 72,0 | 72,0 | 78,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 11 | 22,0 | 22,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

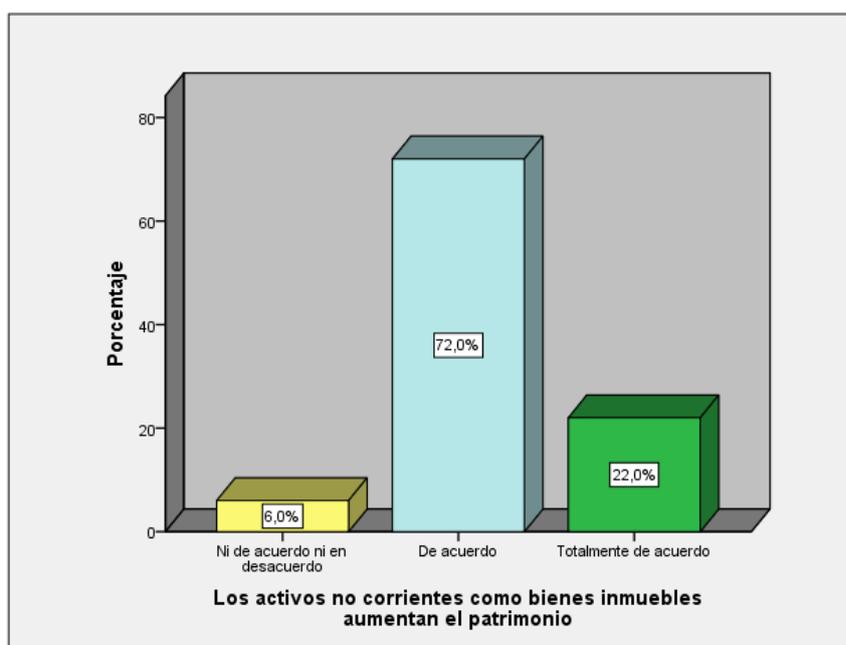


Figura 11. Representación gráfica de activos no corrientes

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: El 3% de los encuestados mostró no estar de acuerdo ni en desacuerdo en que los activos no corrientes como los bienes inmuebles aumentan el patrimonio, puesto que éstos ya pertenecen al patrimonio neto de la empresa, mientras que un 72% al igual que un 22% opinan que los bienes inmuebles como activos no corrientes aumentan el patrimonio, ya que los mismos pueden incrementar su valor para la venta al pasar el tiempo de acuerdo al valor que se le agregue a dichos bienes.

Tabla 19. Descripción del indicador variación patrimonial

La variación patrimonial es el aumento o disminución del patrimonio de un ente

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|--------------------------------|------------|--------------|-------------------|-------------|
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 15 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| De acuerdo | 11 | 22,0 | 22,0 | 52,0 |
| Totalmente de acuerdo | 24 | 48,0 | 48,0 | 100,0 |
| Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

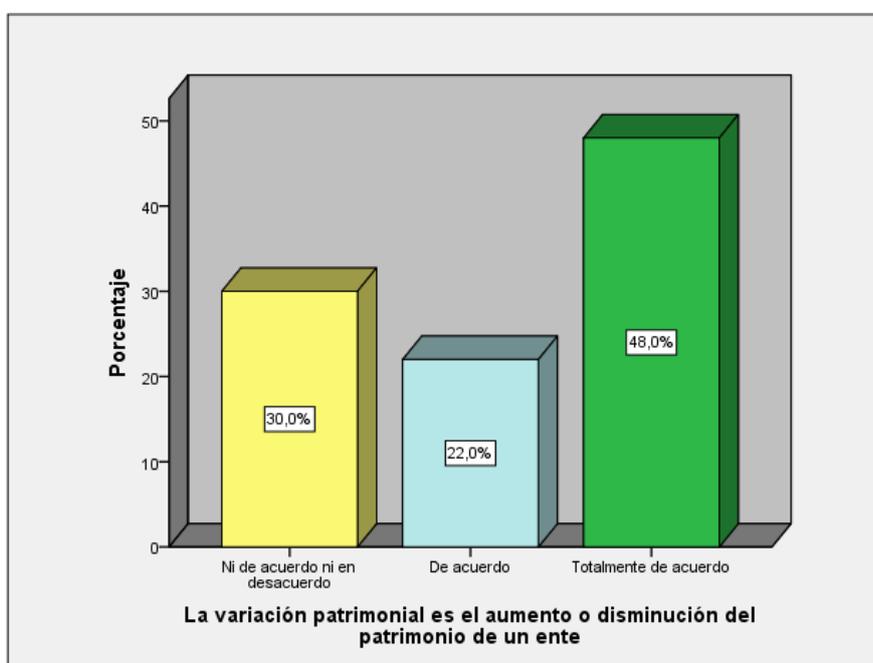


Figura 12. Representación gráfica de variación patrimonial

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: El 30% de los encuestados para este ítem no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la variación patrimonial sea parte del aumento o disminución del patrimonio de un ente, ya que es un ejercicio formal cotidiano que de una manera u otra puede afectar o no el patrimonio, mientras que el 22%, coincidiendo con un 48% está de acuerdo en que la variación patrimonial consiste en el aumento o disminución del patrimonio, puesto que bien puede incrementar el patrimonio a través de los ingresos como puede disminuirlo para inversiones o pérdidas en ejercicios.

Tabla 20. Descripción del indicador gastos no justificados

Los gastos no justificados representan un desembolso de dinero sin declarar

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 14 | 28,0 | 28,0 | 28,0 |
| | De acuerdo | 13 | 26,0 | 26,0 | 54,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 23 | 46,0 | 46,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

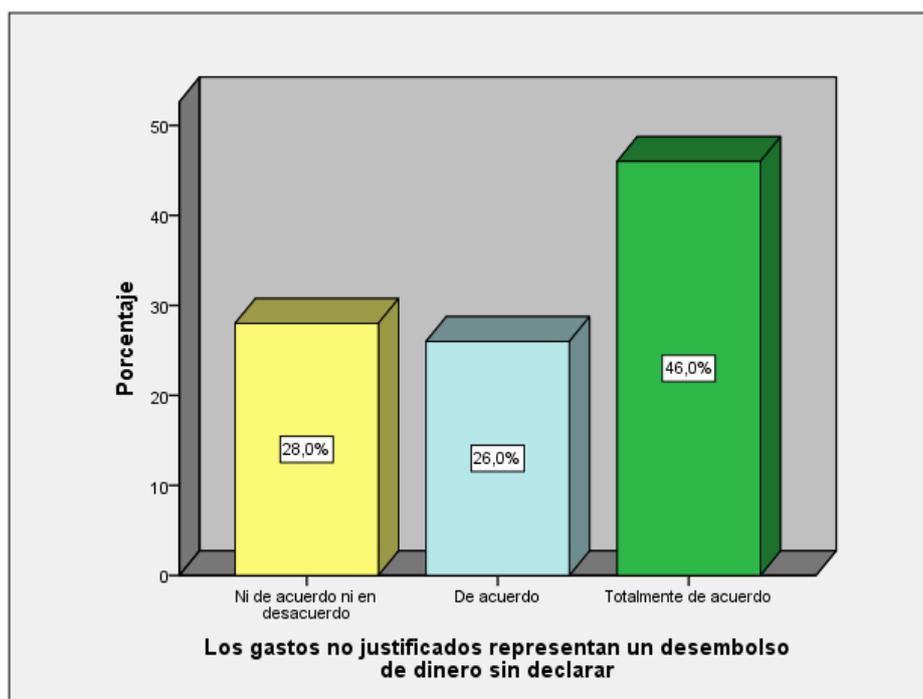


Figura 13. Representación gráfica de gastos no justificados

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede observar en relación a este ítem, que el 28% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre el concepto que se maneja de los gastos no justificados como dinero no declarado, ya que hay gastos que no entran dentro de las categorías declarables, por ende no debería considerarse como no declarado sino no declarable, mientras que el 26% en concordancia con la opinión de un 46% están de acuerdo en que los gastos no justificados representan un desembolso de dinero sin declarar, puesto que se gaste en lo que se gaste, sigue siendo una operación tributaria no declarada.

Tabla 21. Descripción del indicador Impuesto General a las Ventas (IGV)

El IGV es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT por parte de las empresas

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Desacuerdo | 1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 6 | 12,0 | 12,0 | 14,0 |
| | De acuerdo | 20 | 40,0 | 40,0 | 54,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 23 | 46,0 | 46,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

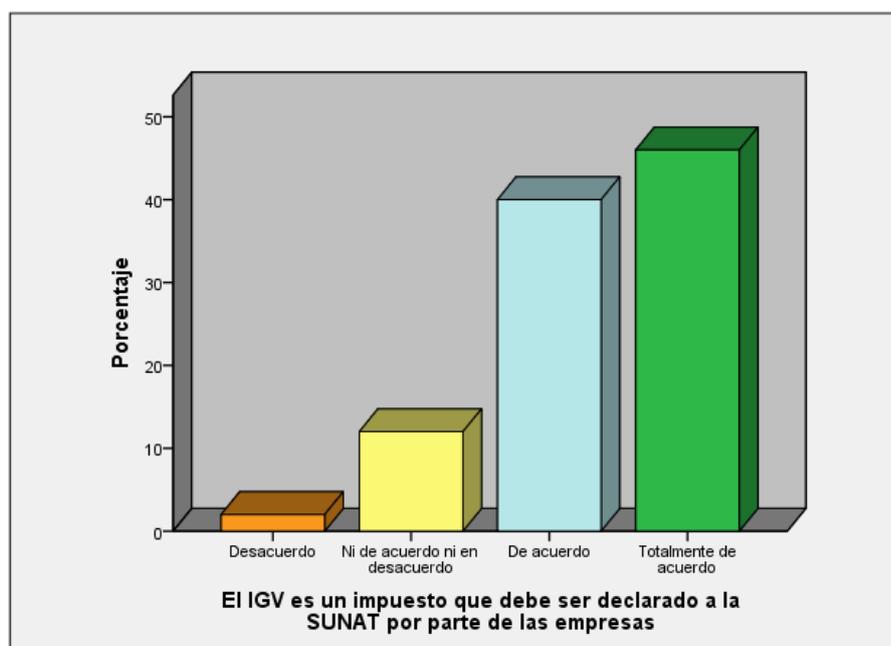


Figura 14. Representación gráfica del IGV como impuesto declarado

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: El 2% está en desacuerdo sobre la declaración del IGV por parte de las empresas, un 12% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con tal declaración, puesto que todos los individuos directa o indirectamente cancelan IGV y no debe implicarse directamente hacia las empresas como una condición determinante para su declaración; el 40% está de acuerdo en que el IGV es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT por parte de las empresas, al igual que un 46% que está totalmente de acuerdo en dicha afirmación.

Tabla 22. Descripción del indicador: Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)

El ISC es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT por parte de las empresas

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Desacuerdo | 2 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 2,0 | 2,0 | 6,0 |
| | De acuerdo | 28 | 56,0 | 56,0 | 62,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 19 | 38,0 | 38,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

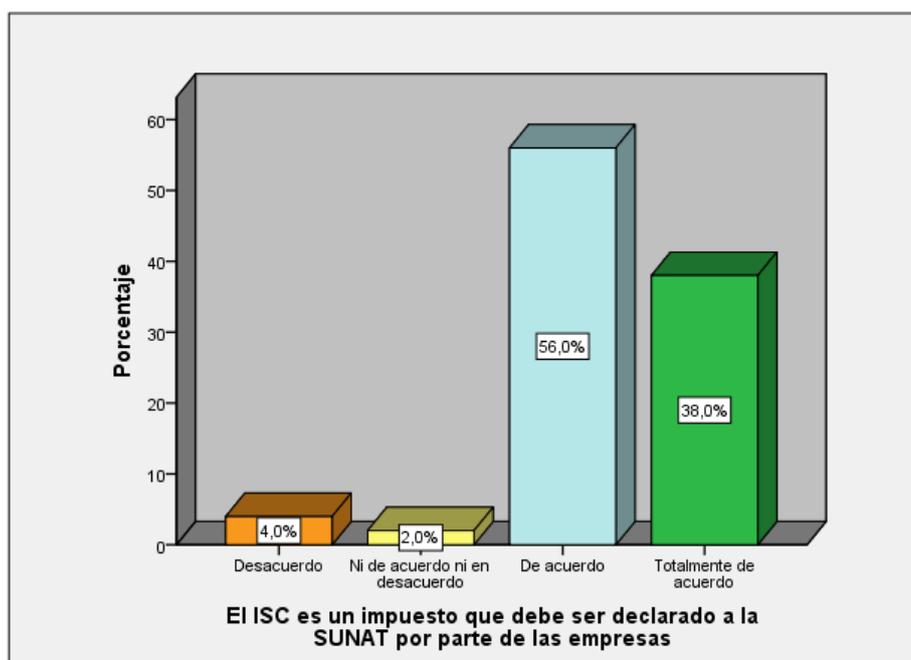


Figura 15. Representación gráfica del ISC como impuesto declarado a la SUNAT

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Recordando que el ISC es un Impuesto Selectivo al Consumo, el 4% de los encuestados está en desacuerdo con que el ISC es un impuesto que debe ser declarado ante la SUNAT por las empresas, siendo un impuesto que debería ser declarado personalmente, un 2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con ello, mientras que el 56%, coincidiendo con un 38% está de acuerdo en dicho impuesto debe ser declarado por las empresas ante la SUNAT como parte de la responsabilidad de las empresas como generadores de empleo.

Tabla 23. Descripción del indicador impuesto al patrimonio

El impuesto al patrimonio es un tributo que debe ser declarado a la SUNAT por parte del contribuyente

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Desacuerdo | 2 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 24,0 | 24,0 | 28,0 |
| | De acuerdo | 14 | 28,0 | 28,0 | 56,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 22 | 44,0 | 44,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

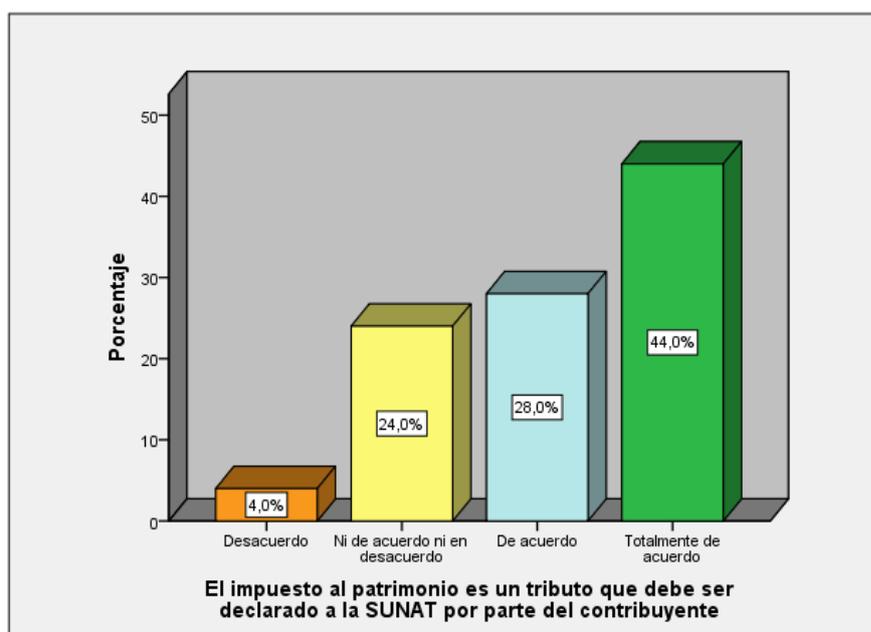


Figura 16. Representación gráfica del impuesto al patrimonio declarado a la SUNAT

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se pudo observar que el 4% está en desacuerdo con que el impuesto al patrimonio es un tributo que debe ser declarado a la SUNAT por parte del contribuyente ya que consideran que cada persona debe determinar sus ingresos, gastos y bienes sin necesidad de registrarlos, un 24% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con este aspecto, mientras que el 28% en concordancia con la opinión de un 44% están de acuerdo en que el impuesto al patrimonio es un tributo que debe declararse por el contribuyente ante la SUNAT como parte de una obligación tributaria que todos los sujetos activos económicamente adquieren desde su mayoría de edad y es, además un compromiso legal.

Tabla 24. Descripción del indicador impuesto a la renta

Está de acuerdo que los ingresos obtenidos deben pagar el impuesto a la renta

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|-----------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | De acuerdo | 40 | 80,0 | 80,0 | 80,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 10 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

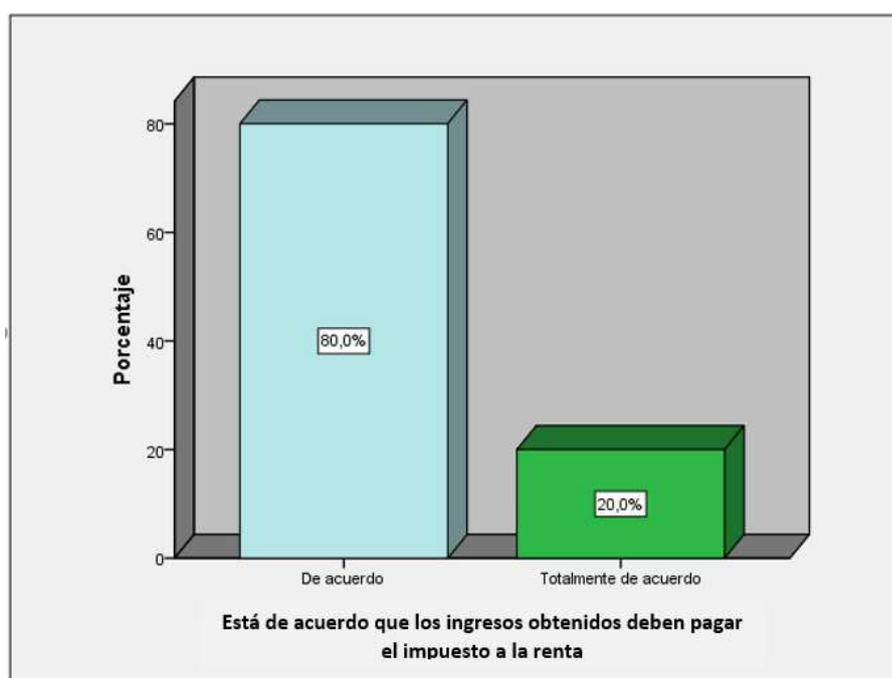


Figura 17. Representación gráfica de pago de impuesto sobre la renta

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Recordando que el Impuesto a la renta constituye una obligación ciudadana, tributaria y económica, se puede observar que que el 80% de los encuestados para este ítem, en concordancia con la opinión de un 20% poseen un buen y alto conocimiento respecto al impuesto a la renta y saben que dicho impuesto debe ser declarado y pagado de acuerdo a los ingresos obtenidos por todos los contribuyentes, siendo ésta una obligación y compromiso tributario que todos adquieren legalmente al cumplir con ciertos requisitos que le constituyen un ser productivo económica y socialmente.

Tabla 25. Descripción del indicador conocimiento sobre el impuesto al patrimonio

La SUNAT brinda conocimiento sobre el impuesto al patrimonio y a que bienes aplica

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|---------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 24,0 | 24,0 | 24,0 |
| | De acuerdo | 12 | 24,0 | 24,0 | 48,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 26 | 52,0 | 52,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,00% | 100,00% | |

Fuente: Spss Vs.23

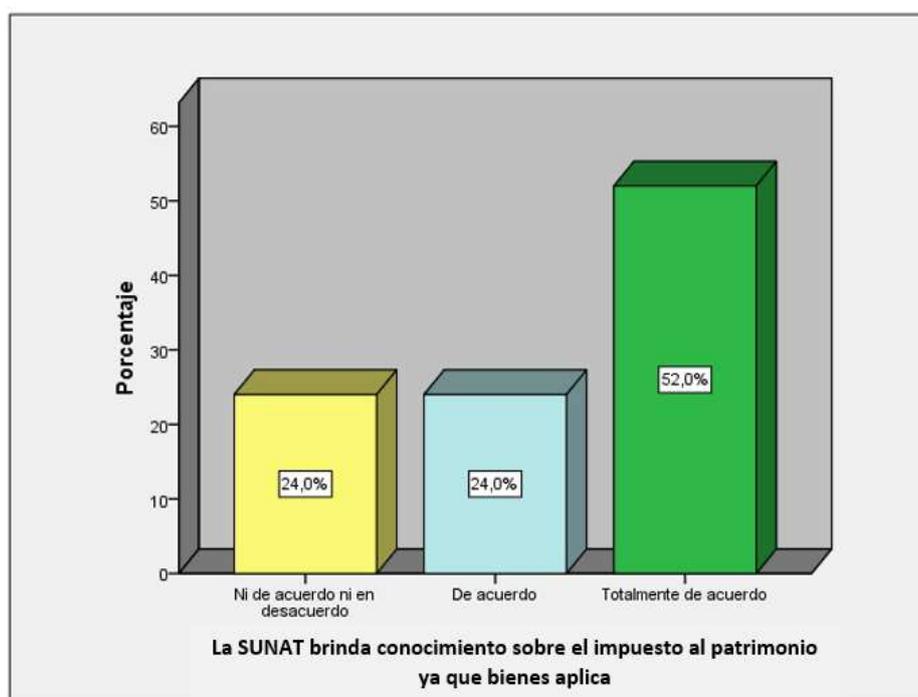


Figura 18. Representación gráfica de conocimiento sobre el impuesto al patrimonio

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se puede observar que el 24% no posee un sólido conocimiento sobre el impuesto al patrimonio y a que bienes aplica representado con que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la importancia de estos conceptos para su ejercicio particular, un 24% expresó manejar un bajo conocimiento sobre el tema, pero saben la importancia sobre tales aspectos dentro del ejercicio económico, mientras que el 52% demostró poseer un alto conocimiento sobre el impuesto al patrimonio y los bienes a los que aplica, permitiendo analizar que en su mayoría, los influencers encuestados conocen sobre los impuestos patrimoniales y los bienes que a los cuales corresponde.

Tabla 26. Descripción del indicador omisión de pago

Está de acuerdo con las consecuencias de la omisión de pago de tributo

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 6 | 12,0 | 12,0 | 12,0 |
| | De acuerdo | 22 | 44,0 | 44,0 | 56,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 22 | 44,0 | 44,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

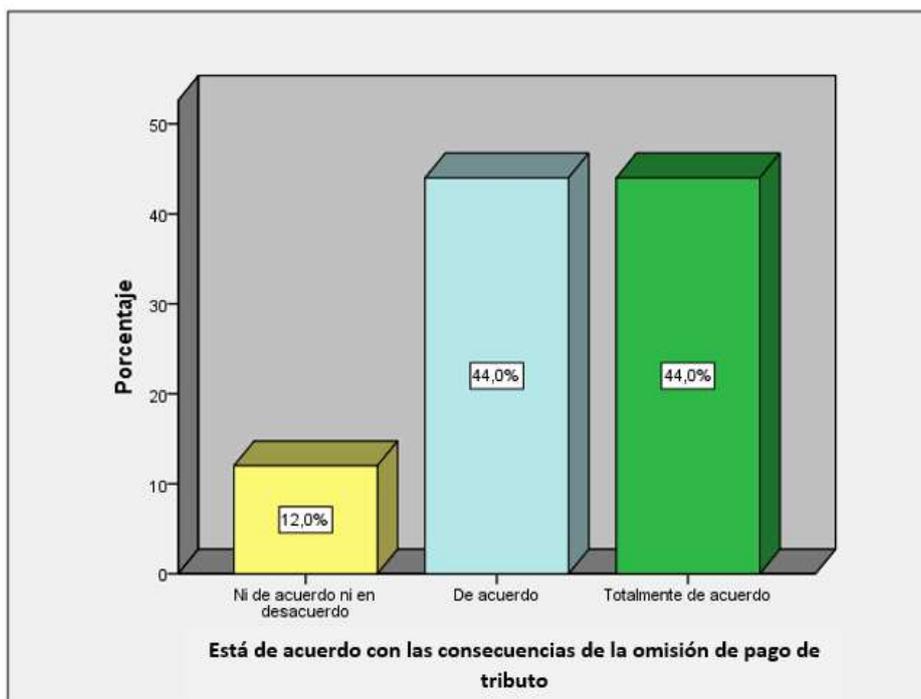


Figura 19. Representación gráfica de consecuencias de omisión de pagos tributarios

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Recordando que la omisión de pagos de tributos es considerado un delito en materia tributaria, no todos los contribuyentes están conscientes de ello, tal como el 12% de los encuestados, que demostró no poseer un sólido conocimiento sobre las consecuencias de omisión del pago tributario, sin embargo, un 44% de los encuestados tienen poco conocimiento pero no dominan el tema referente a este aspecto y un 44% domina cabalmente el tema de omisión tributaria, considerando a modo de conclusión que éstos poseen conocimientos en área contable y administrativa a diferencia del resto de los encuestados.

Tabla 27. Descripción del indicador fraude fiscal

La consecuencia del fraude fiscal es la disminución en el aporte a los gastos públicos

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | De acuerdo | 28 | 56,0 | 56,0 | 58,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 21 | 42,0 | 42,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

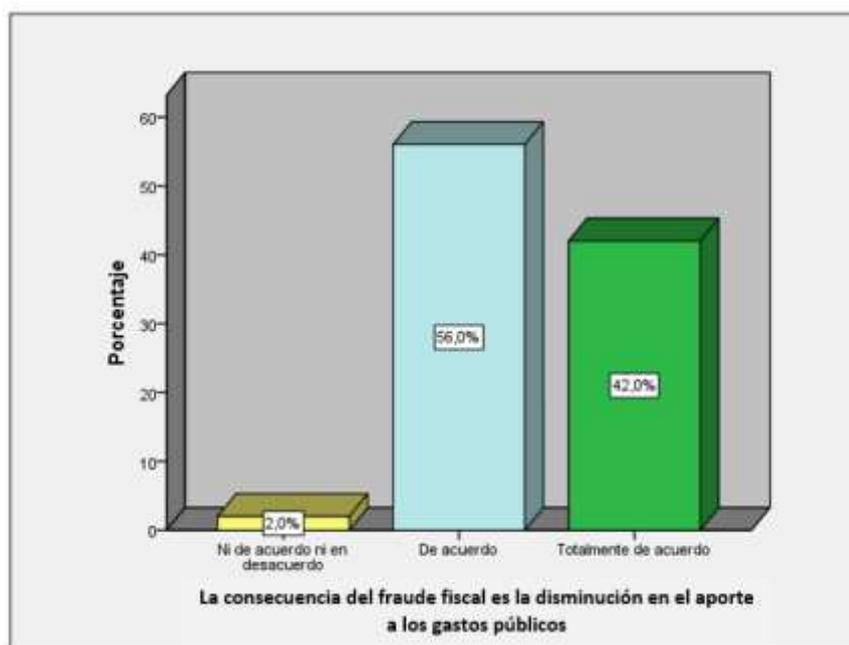


Figura 20. Representación gráfica de conocimiento de consecuencias del fraude fiscal

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Se considera el Fraude Fiscal como uno de los delitos más graves en materia tributaria que inclusive, puede acarrear encarcelamiento por un periodo extenso (hasta 8 años), sin embargo, el 2% de los encuestados indicó no poseer un buen conocimiento respecto a las consecuencias del fraude fiscal; un 56% afirma tener el conocimiento más no dominan el tema de las consecuencias a profundidad, mientras que un 42% poseen un total conocimiento sobre las consecuencias del fraude fiscal por lo que evitan cometer fraude fiscal.

Tabla 28. Descripción del indicador elusión tributaria

La elusión tributaria permite minimizar el pago de impuesto a través de los vacíos legales

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 15 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| | De acuerdo | 29 | 58,0 | 58,0 | 88,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 6 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

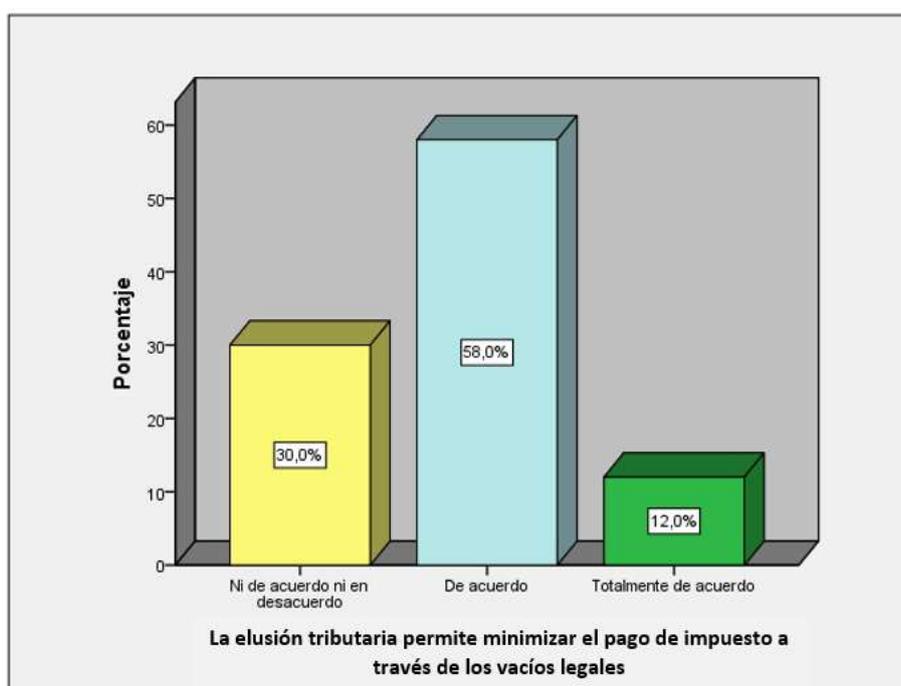


Figura 21. Representación gráfica de conocimiento sobre elusión tributaria

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación:

Respecto a la elusión tributaria, cabe recordar que consiste en una herramienta legal que permite a un contribuyente reducir su obligación tributaria, sin embargo, el 30% de los encuestados indicó no poseer un buen conocimiento respecto a la elusión tributaria; un 58% afirma tener el conocimiento y dominar básicamente el tema mientras que un 12% poseen un total conocimiento sobre la elusión tributaria y sus implicaciones respecto a las condiciones y medios de aplicación.

Tabla 29. Descripción del indicador evasión tributaria

La evasión tributaria se da a causa de las malas maniobras por parte del contribuyente

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | De acuerdo | 29 | 58,0 | 58,0 | 60,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 20 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

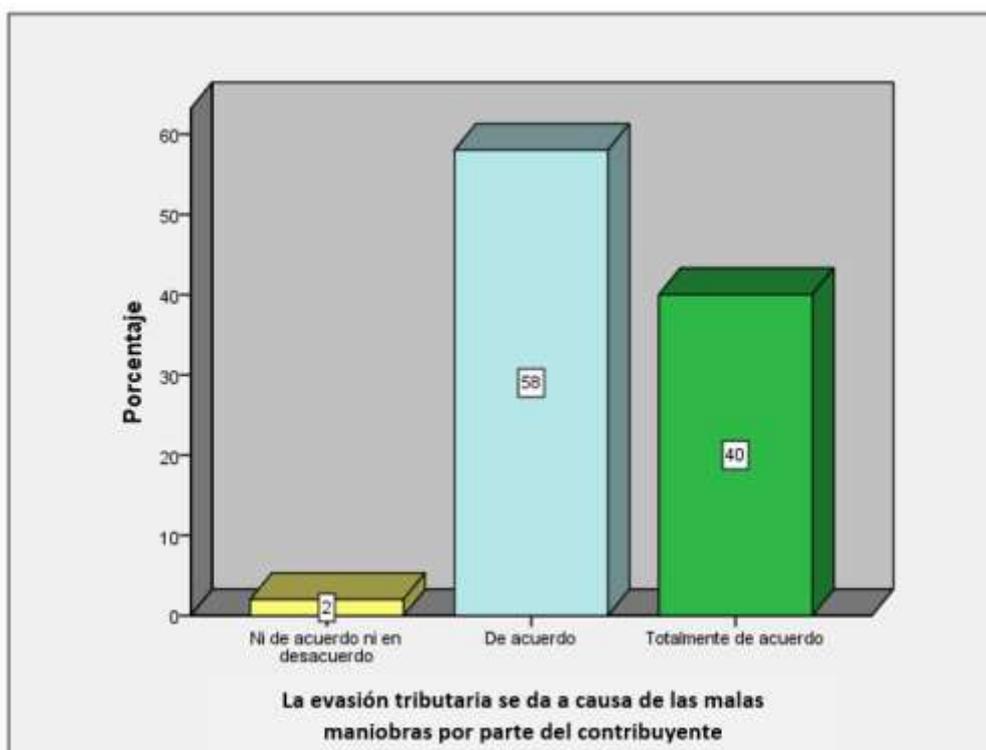


Figura 22. Representación gráfica de conocimiento sobre la evasión tributaria

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Recordando que la evasión tributaria constituye un delito fiscal por tratarse de un tipo de fraude fiscal, el 2% de los encuestados indicó no poseer un buen conocimiento respecto a la evasión tributaria; un 58% afirma tener el conocimiento más no dominan el tema concretamente, mientras que un 40% poseen un total conocimiento sobre la evasión tributaria y las consecuencias que ello acarrea.

Tabla 30. Descripción del indicador bienes

Los bienes obtenidos se deben informar a la SUNAT

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|--------------------------------|----|-------------------|-------------|
| Válidos | Desacuerdo | 2 | 4,0 | 4,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 11 | 22,0 | 26,0 |
| | De acuerdo | 13 | 26,0 | 52,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 24 | 48,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Spss Vs.23

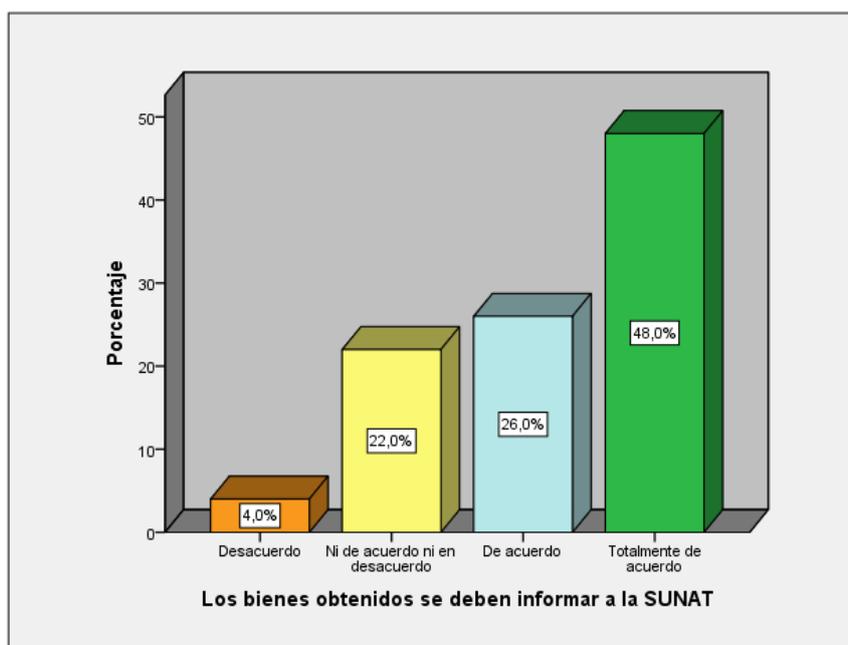


Figura 23. Representación gráfica de información sobre bienes obtenidos a la SUNAT

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: El 4% de los encuestados está en desacuerdo con que los bienes obtenidos se deben informar la SUNAT, un 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con ello, mientras que el 26%, coincidiendo con un 48% está de acuerdo en que los bienes obtenidos deben ser informados ante la SUNAT, puesto que todos los ingresos e incrementos del patrimonio deben ser declarados a fin de cumplir con el pago de impuestos correspondientes.

Tabla 31. Descripción del indicador efectivo o equivalente de efectivo

El efectivo o equivalente de efectivo debe informar ser sustentado de cómo se obtuvo

| | | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|---------|-----------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | De acuerdo | 36 | 72,0 | 72,0 | 72,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 14 | 28,0 | 28,0 | 100,0 |
| Total | | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

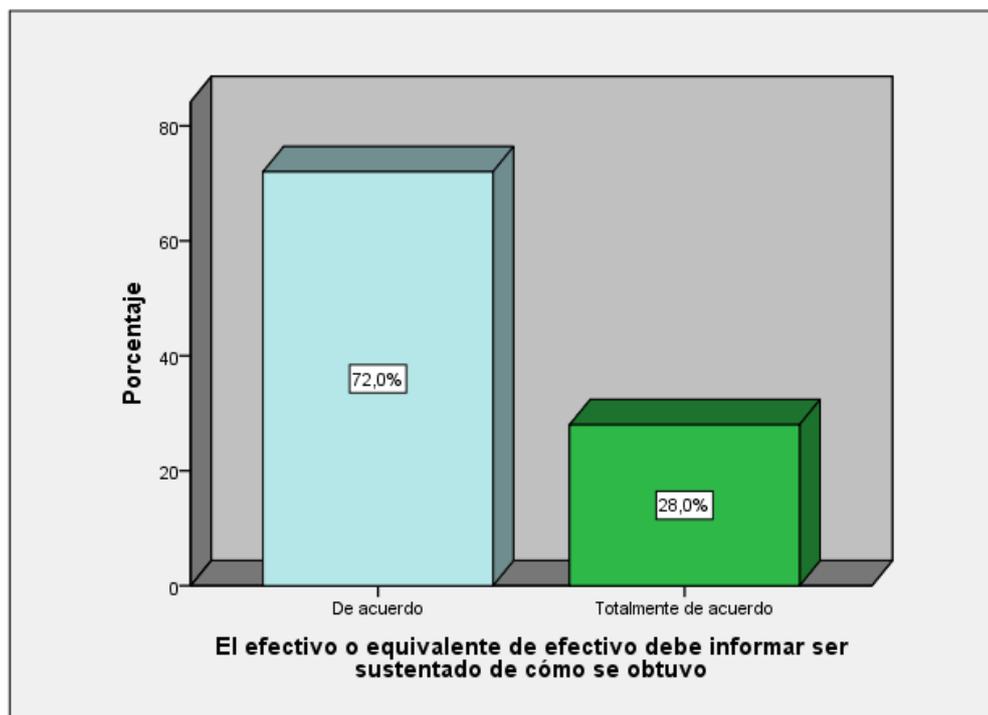


Figura 24. Representación gráfica de información sobre efectivo o equivalente

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: En relación al concepto de la sustentación del efectivo de sobre cómo se obtuvo el mismo y la importancia de su declaración, 72% de los encuestados está de acuerdo en que debe ser declarado, coincidiendo con un 28% está de acuerdo en que el efectivo o su equivalente debe informar el sustento de cómo se obtuvo, puesto que esto constituye inversiones a corto plazo de gran liquidez que pueden ser convertidos en importes que aumenten los ingresos personales y por ende, deben ser declarados.

Tabla 32. Descripción del indicador servicios

Los servicios prestados a terceros se deben declarar a la SUNAT

| | Frecuencia | % | Porcentaje válido | % acumulado |
|--------------------------------|------------|-------|-------------------|-------------|
| Válidos | | | | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 10 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| De acuerdo | 12 | 24,0 | 24,0 | 44,0 |
| Totalmente de acuerdo | 28 | 56,0 | 56,0 | 100,0 |
| Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss Vs.23

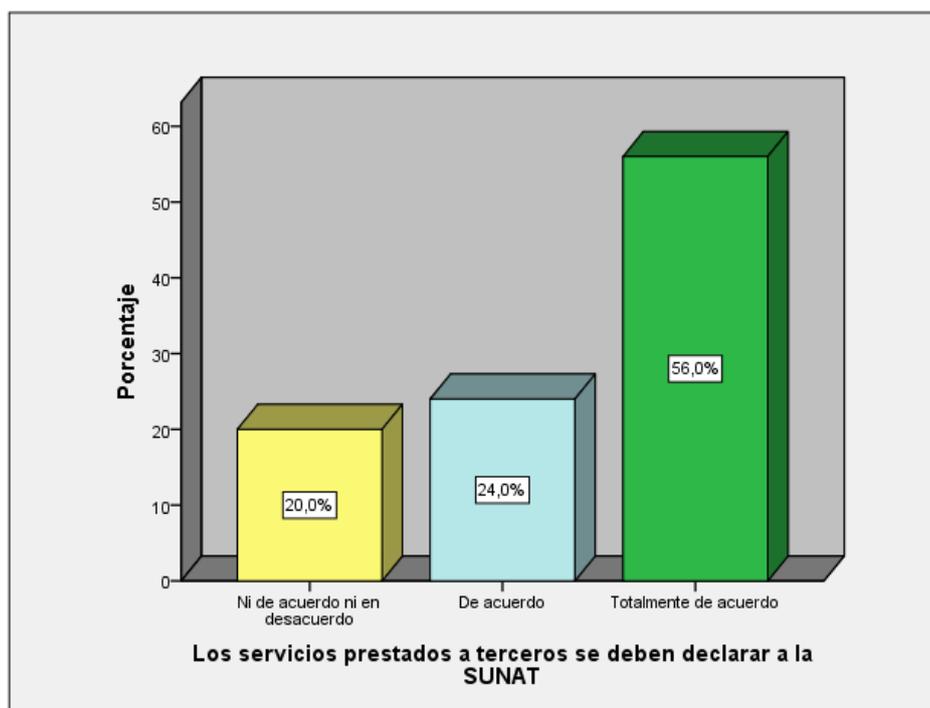


Figura 25. Representación gráfica de declaración de servicios prestados

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación: Es importante recalcar el hecho de que todo ejercicio que comprenda una actividad lícita fiscal debeseer declarada a la entidad correspondiente, ya que es un mecanismo de control frente a la obtención lícita de ingresos de los ciudadanos, sin embargo, respecto a este punto, el 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con que los servicios prestados a otros deben declararse ante la SUNAT, mientras que el 24%, coincidiendo con un 56% está de acuerdo en que los servicios prestados a terceros se deben declarar a la SUNAT para cumplir cabalmente con las obligaciones tributarias que todo ciudadano debe realizar.

Prueba de Normalidad

Tabla 33. Prueba de normalidad

| | Prueba de normalidad | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Fiscalización | ,146 | 50 | ,009 | ,897 | 50 | ,000 |
| Ingresos no declarados | ,279 | 50 | ,000 | ,799 | 50 | ,000 |
| Aumento de patrimonio | ,252 | 50 | ,000 | ,826 | 50 | ,000 |
| Incremento patrimonial no justificado | ,184 | 50 | ,000 | ,871 | 50 | ,000 |
| Omisión de declaración | ,166 | 50 | ,001 | ,890 | 50 | ,000 |
| Defraudación tributaria | ,255 | 50 | ,000 | ,749 | 50 | ,000 |
| Omisión de ingresos | ,243 | 50 | ,000 | ,837 | 50 | ,000 |
| Impuesto a la renta | ,145 | 50 | ,010 | ,882 | 50 | ,000 |

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Spss Vs.23

Ho: Los datos se ajustan a la distribución normal, “son paramétricos si P es menor que 0.05”.

Ha: Los datos se ajustan a la distribución normal, “son no paramétricos si P es menos a 0.05”

Interpretación:

Al observar la prueba de normalidad tanto en Kolmogorov el sig es 0.00 siendo la muestra 50 influencers, se ha tomado la decisión de trabajar con el método de Shapiro Wilks, que es una prueba no paramétrica por que se trabajó con una muestra menos de 50 colaboradores, tomando la decisión de realizar las pruebas de hipótesis con la prueba de Rho Spearman.

Tabla 34. Interpretación del coeficiente de correlación

| Interpretación de coeficiente de correlación Rho Spearman | |
|--|-----------------------------------|
| Rango | Interpretación |
| De -0.91 a -1.00 | Correlación negativa perfecta |
| De -0.76 a -0.90 | Correlación negativa muy fuerte |
| De -0.51 a -0.75 | Correlación negativa considerable |
| De -0.11 a -0.50 | Correlación negativa media |
| De -0.01 a -0.10 | Correlación negativa débil |
| 0.00 | Correlación nula |
| De +0.01 a +0.10 | Correlación positiva débil |
| De +0.11 a +0.50 | Correlación positiva media |
| De +0.51 a +0.75 | Correlación positiva considerable |
| De +0.76 a +0.90 | Correlación positiva muy fuerte |
| De +0.91 a +1.00 | Correlación positiva perfecta |

Fuente: Elaboración propia, basada en Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998

Fuente: Spss Vs.23

Validación de hipótesis

Significación:

La presente hipótesis debe tener una significancia mínima de $P = 0,05$ con un nivel de aceptación = 95%, por ello se plantea la siguiente regla: Sig. E > Sig. P. (0.05) entonces se rechaza H_0 , Sig. E < Sig. P. (0.05) entonces se acepta H_0

Prueba de hipótesis general

H₁ El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

H₀ El incremento patrimonial no justificado no se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Tabla 35. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis General

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------|
| | | | Incremento patrimonial no justificado | Impuesto a la renta |
| Rho de Spearman | Incremento patrimonial no justificado | Coeficiente de correlación | 1,000 | 0.922" |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Impuesto a la renta | Coeficiente de correlación | 0.922" | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 50 | 50 |

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

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación:

De la tabla 35 indica la prueba de Spearman donde ve las dos variables de la investigación la cual posee un nivel de significancia menor a 0.05, por ello, se rechaza la hipótesis nula, vemos también una correlación de 0.922" lo que indica que existe una relación positiva, por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación con una relación significativa entre el incremento

patrimonial no justificado y el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Prueba de Hipótesis Específica 1

H₁ El incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

H₀ El incremento patrimonial no justificado no se relaciona con los mecanismos jurídicos de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Tabla 36. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Específica 1

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------|
| | | | Incremento patrimonial no justificado | Impuesto a la renta |
| Rho de Spearman | Incremento patrimonial no justificado | Coeficiente de correlación | 1,000 | 0.812" |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Impuesto a la renta | Coeficiente de correlación | 0.812" | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 50 | 50 |

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación

De la tabla 36 indica la prueba de Spearman donde ve las dos variables de la investigación la cual posee un nivel de significancia menor a 0.05, por ello, se rechaza la hipótesis nula, vemos también una correlación de 0.812" lo que indica que existe una relación positiva, por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación con una relación significativa entre el incremento

patrimonial no justificado y ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Prueba de Hipótesis Especifica 2

H₁ El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

H₀ El incremento patrimonial no justificado no se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Tabla 37. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Especifica 2

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------|
| | | | Incremento patrimonial no justificado | Impuesto a la renta |
| Rho de Spearman | Incremento patrimonial no justificado | Coeficiente de correlación | 1,000 | 0.897" |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Impuesto a la renta | Coeficiente de correlación | 0.897" | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 50 | 50 |

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación

De la tabla 37 indica la prueba de Spearman donde ve las dos variables de la investigación la cual posee un nivel de significancia menor a 0.05, por ello, se rechaza la hipótesis nula, vemos también una correlación de 0.897" lo que indica que existe una relación directa, por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación con una relación significativa entre el incremento

patrimonial no justificado y el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Prueba de Hipótesis Específica 3

H₁ El incremento patrimonial no justificado se relaciona con la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

H₀ El incremento patrimonial no justificado no se relaciona con la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

Tabla 38. Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Específica 3

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------|
| | | | Incremento patrimonial no justificado | Impuesto a la renta |
| Rho de Spearman | Incremento patrimonial no justificado | Coeficiente de correlación | 1,000 | 0.864" |
| | | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Impuesto a la renta | Coeficiente de correlación | 0.864" | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | | N | 50 | 50 |

Fuente: Spss Vs.23

Interpretación

De la tabla 38 indica la prueba de Spearman donde ve las dos variables de la investigación la cual posee un nivel de significancia menor a 0.05, por ello, se rechaza la hipótesis nula, vemos también una correlación de 0.864" lo que indica que existe una relación positiva, por ello, se acepta la hipótesis de la investigación con una relación significativa entre el incremento patrimonial no justificado y la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

DISCUSIÓN

De los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, se puede establecer la siguiente discusión e interpretación.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. Cabe destacar que la problemática radica en que, a nivel contable, existe un vacío legal y tributario que no estipula directamente la tributación de los influencers en base a sus labores desempeñadas en una categoría particular de declaración, lo que perjudica la estabilidad del sistema tributario.

Respecto a la prueba de validez de los instrumentos se procedió a utilizar el Alpha de Cronbach obteniendo como resultados 0.847 y 0.854 para la variable: incremento patrimonial no justificado y la variable: impuesto a la renta, los cuales constan de 13 y 12 ítems respectivamente para un total de 25, teniendo un nivel de confiabilidad del 95% siendo un valor óptimo del Alpha de Cronbach, por lo que nos permite decir que los instrumentos son los suficientemente confiables. Así mismo, a través de la validación de hipótesis mediante la correlación de variables por el método Rho de Spearman, se ha demostrado que existe una correlación considerable entre ambas variables de estudio correspondiente a „0.922” y una significancia menor a 0.05; lo que expresa una relación directa y positiva entre el incremento patrimonial no justificado y el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021; lo cual coincide con los estudios realizados por Tucto (2020), quien buscó determinar el incremento patrimonial no justificado y la relación con la evasión tributaria de los influencers en Lima Metropolitana, llegando éste a la conclusión de que existe un gran desconocimiento sobre los procedimientos de declaración de impuestos y, por ende, la mayoría de los influencers no realizaban la tributación correspondiente, debido también a la ausencia de una categoría tributaria, lo cual, a partir de 2020 se concibió que todos los influencers deberían cancelar impuestos a la renta en base a la tercera categoría según sus ingresos mensuales, lo que representó un avance en el sistema tributario y un inicio para mantener activa la tributación de estos trabajadores de los medios sociales; de igual modo, se reformula con el

ingreso no monetario no declarado que es percibido por los mismos, lo cual representa un amplio porcentaje de sus ingresos.

También coincidió con el estudio realizado por Castro y Cárdenas (2019), donde se instó que la SUNAT debería realizar una modificación respecto a los vacíos legales pertinentes sobre los ingresos percibidos por los youtubers nacionales quienes obtienen un patrimonio no justificado al superar los 100.000 suscriptores, a fin de incluir a este rubro laboral dentro de alguna categoría competente a la obligación tributaria respecto a declarar sus respectivos impuestos a la renta.

Como objetivo específico 1: Determinar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021; se ha demostrado que existe una correlación considerable entre el incremento patrimonial no justificado y los ingresos no declarados por los influencers sobre servicios publicitarios de ,812” y una significancia menor a 0.05, demostrando con una relación moderada positiva entre el ambos aspectos estudiados para este objetivo, lo cual coincide con el estudio de Gallardo (2019), quien analizó el régimen sustitutorio del impuesto a la renta sobre el incremento patrimonial, por medio del cual concluyó que existe una gran cantidad de contribuyentes que no cumplen con las obligaciones tributarias por no contar con la información adecuada sobre cómo ejercerlo y también como adecuar la declaración a los ingresos y tasas que corresponden a su ejercicio, lo cual se relaciona con el estudio presente por la evidente problemática presente con las declaraciones tributarias de los influencers en el Perú.

De igual manera, coincide con el estudio de Calvo (2019), quien evaluó en Costa Rica la intención de evadir las tributaciones con el pretexto de no declarar por no saber justificar los ingresos, lo que podría haberse tomado como un acto criminal sobre lavado de dinero; por lo que al considerar que los influencers no declaran los ingresos se puede asumir que, bien es por no tener conocimiento sobre la tributación y justificación adecuada de acuerdo a la actividad que realizan de acuerdo a lo considerado durante la presente investigación.

Como objetivo específico 2 Analizar cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021 se ha demostrado que existe una correlación considerable entre el incremento patrimonial no justificado y los ingresos no declarados por los influencers sobre servicios publicitarios de ,897” y una significancia menor a 0.05, demostrando con una relación significativa positiva entre el ambos aspectos estudiados para este objetivo, demostrando que el aumento de patrimonio de los influencers en torno a los servicios publicitarios prestados por éstos, les permite generar ingresos intangibles, los cuales no son declarados como un ingreso pecuniario tradicional, lo cual coincide con el estudio de Tardío y Zanabria (2019), quien estudió el impacto de la declaración tributaria en las plataformas que ofrecen servicios de entretenimiento por personas naturales, donde determinó que el 100% de los youtubers, quienes fueron muestra de estudio, notificaron no contar con la información tributaria correspondiente para cumplir con sus obligaciones tributarias ante la SUNAT, por lo que no realizan el pago correspondiente al impuesto a la renta.

Como objetivo específico 3: Estudiar como el incremento patrimonial no justificado se relaciona con la omisión de declaraciones de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021 se ha demostrado que existe una correlación considerable entre el incremento patrimonial no justificado y los ingresos no declarados por los influencers sobre servicios publicitarios de ,864” y una significancia menor a 0.05, demostrando con una relación moderada positiva entre ambos aspectos estudiados para este objetivo, lo que permite constatar que existe una omisión tributaria por parte de los influencers al no existir un condicionamiento que regule la obtención de ingresos a cambio de servicios u otros beneficios que éstos obtienen a cambio de su trabajo, lo cual coincide con el estudio realizado por Pacheco (2020), quien buscó establecer una crítica a la legislación peruana por falta una normativa que regule la tributación sobre servicios, concluyendo que ya son muchos años los que lleva la SUNAT manteniendo la figura de una creación de categorías y contribuyentes basados en la prestación de servicios a cambio de alternativas de percepción económica, siendo aún a la fecha, una ideología no concreta, por lo que muchos de los

contribuyentes que realizan labores como los influencers, no cumplen con la declaración efectiva de sus ingresos. De igual modo, coincide con el estudio de Quispe (2019), quien estudió la presencia de vacíos legales para omitir la declaración de los ingresos, lo cual sucede tanto con personas naturales con negocios independientes como con los influencers, quienes, a falta de información y un sistema adecuado implementado por las autoridades, sacan provecho de tales vacíos y no realizan la declaración efectiva de sus ingresos a la SUNAT.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Se concluyen los siguientes aspectos para concretar el cumplimiento de los objetivos planteados para el presente estudio:

1. A través de la presente investigación en relación al objetivo planteado, se ha llegado a la conclusión de que el incremento patrimonial no justificado se relaciona considerablemente con el pago del impuesto a la renta de los influencers en base a los servicios publicitarios que prestan en Lima durante el año 2021, destacando que estos nuevos contribuyentes omiten pagos de los tributos porque algunos de sus ingresos son percibidos en incentivos o intercambios, por lo que el cálculo del ingreso por sus servicios no presentan los montos totales que exige la SUNAT según las categorías existentes para cancelar el impuesto sobre la renta correspondiente; siendo ésta la necesidad que se tiene de que la Administración Tributaria preste medidas adecuadas para permitir la tributación de estos nuevos contribuyentes.
2. Se puede concluir respecto al objetivo específico 1 planteado en este estudio que el incremento patrimonial se relaciona directamente con los ingresos no declarados por los influencers, debido a la falta de aplicación de la norma sobre el impuesto a la renta por parte de las autoridades hacia los influencers y las condiciones de ingresos no descritas dentro del contexto del aporte tributario correspondiente, sin embargo, se reconoce también que la declaración debe ser de acuerdo al tipo y nivel de ingreso que se tenga mensual, por lo que si no se cumple con el monto mínimo de ingresos percibidos estimado a la SUNAT no procede ningún mecanismo jurídico.
3. Se concluye respecto al objetivo específico 2 que el incremento patrimonial no justificado se relaciona directa y positivamente respecto a la determinación de la obligación tributaria por parte de los influencers, permitiendo destacar que los servicios prestados a nivel publicitario tienen su particularidad y son cuantificados sobre los ingresos netos, lo que conlleva a generar un monto relativamente considerable que debe ser declarado de una u otra manera ante el ente respectivo, sin embargo, no

existe una categoría específica que agrupe tales servicios prestados para su tributación, dejando un vacío razonable en materia tributaria sobre la obligación de los influencers de declarar los ingresos respectivos, lo cual impide la tributación de éstos de manera debida ya que al ser individuos que prestan un servicio, tienen la obligación legal de declarar activamente su ejercicio fiscal.

4. Por último, en relación al objetivo específico 3 de la presente investigación, se considera que la omisión del pago de los tributos de los influencers en los servicios publicitarios se relacionan con el incremento patrimonial no justificado destacando que éstos rara vez reciben pagos enteros en moneda de curso legal y por ende, no declaran ante la SUNAT ya que no consideran que sea de prioridad más que recibir un sueldo o gratificaciones en bonos, premios, campañas o regalos a modo de justificación a la omisión tributaria ya que los anteriores no son elementos declarables dentro de las categorías tributarias existentes en la Administración Tributaria actual, además de considerar lo que se ha mencionado anteriormente sobre la falta de herramientas tributarias para realizar la declaración y pago correspondiente de acuerdo al ejercicio fiscal que éstos realizan como modo de vida.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Teniendo presente los resultados obtenidos en la presente investigación, se han desarrollado las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda evaluar las condiciones de los ingresos no declarados por los influencers y presentar alternativas legales y tributarias para que éstos puedan cumplir con sus obligaciones tributarias, puesto que la Administración Tributaria debe establecer cambios en las categorías existentes para incluirlas en el sistema tributario y que éstos puedan realizar la declaración de sus ingresos de acuerdo a la actividad económica que realizan. De igual modo, se recomienda a las empresas que contratan los servicios de los influencers sobre la importancia de la debida tributación de los ingresos con el fin de que éstos puedan presentar herramientas tangibles que puedan garantizar la debida declaración de los ingresos de los influencers que realizan servicios de publicidad.
2. Se recomienda realizar campañas para informar sobre las normativas legales sobre el cumplimiento del pago del impuesto a la renta y la responsabilidad civil que se tiene sobre este aspecto, así mismo, inculcar sobre las potencialidades de las propuestas que maneja la SUNAT sobre la inclusión de los youtubers y otros trabajadores de los medios sociales en las categorías tributarias para las declaraciones de las obligaciones correspondientes, tomando en cuenta el nivel de ingresos en moneda de curso legal que perciben fuera de los demás ingresos recibidos a cambio de sus servicios publicitarios en el Cercado de Lima.
3. Se sugiere establecer medidas para identificar el tipo de ingreso en relación a las publicidades, regalos, campañas y otros factores que son considerados como parte de pago para los influencers, mismos que no son declarables, pero deben ser considerados a nivel tributario como un concepto de pago extraordinario que justifique el pago o no del impuesto a la renta por tales conceptos, para, de este modo, emplear las estrategias y medidas

correspondientes en el sistema tributario, permitiendo acceder a la información tributaria de acuerdo a los tipos de ingresos obtenidos.

4. Se sugiere realizar campañas informativas y talleres prácticos sobre la importancia y consecuencias legales de la omisión del pago de los impuestos dispuestos para la comunidad de influencers y personalidades que se dedican a realizar trabajos publicitarios para empresas en Lima, puesto que la omisión del pago del impuesto a la renta es un delito, sin embargo, se debe instar a la Administración Pública y las entidades correspondientes, habilitar las medidas correspondientes para que estas personalidades puedan ejercer su obligación tributaria sin perjuicio de su omisión generada a falta de instancias y categorías requeridas para el ejercicio del ejercicio tributario.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- Acosta Rivera, T. I. (2019). Tributación del Impuesto a la renta sobre las ganancias provenientes de actos ilícitos: una propuesta de no sugestión. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2540/1/TL_AcostaRiveraTatianalnes.pdf.
- Almachi, D. (2020). *Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato, Ecuador. Recuperada de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31001/1/T4756e.pdf>
- Alva, M.; Mamani, Y. y Reyes, V. (2018). *Delitos tributarios, análisis de la Ley Penal Tributaria*. Instituto Pacífico SAC.
- Bravo, J. (2018). *La renta como materia imponible en el caso de actividades empresariales y su relación con la contabilidad*. VII Jornada Nacionales de Tributación. Recuperado de https://www.ifaperu.org/publicaciones/8_03_CT28_JABC.pdf.
- Butkova, O. (2020). The definition of «capital» as an economic and accounting category. *E3S Web of Conference*, https://www.researchgate.net/publication/342526192_The_definition_of_capital_as_an_economic_and_accounting_category.
- Cambridge Dictionary. (s.f.). *Awards definition*. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/award>.
- Castro, E y Cárdenas, P. (2019). *El incremento patrimonial no justificado y su impacto en la fiscalización tributaria a los youtubers peruanos con más de 100,000 suscriptores de Lima 2018*. Tesis de grado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652586/Castro_CE.pdf?sequence=3&isAllowed=y.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación*. San Marcos.
- Ccuno, A. P. (2017). Influencia de la aplicación del sistema de emisión electrónica de comprobantes de pagos por los contribuyentes de pago por los

contribuyentes del sector comercio de la Ciudad de Juliaca, periodos 2014-2015. Puno.

Chávez. (2001). Validez del contenido de instrumento.

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0081163/cap03.pdf>.

Collins English Dictionary. (1998). *Campaigns definition*.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/campaign>.

Durand, M.; Hurtado, G. & Sánchez, J. (2019). *Gastos del personal de renta de 4ta categoría y su incidencia en la determinación del Impuesto a la Renta en la empresa Marketing Producciones S.A.C. ejercicio 2017*. Tesis de grado. Universidad Tecnología del Perú, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2943/Maria%20Durand_Gladis%20Hurtado_Johanna%20Sanchez_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Fernández, J. (2012) El concepto de renta en el Perú. Ámbito de aplicación del Impuesto a la Renta en el Perú. VIII Jornadas Nacionales de Derecho Tributario. Lima – Perú.

Gallardo, L. (2019). *El régimen sustitutorio del impuesto a la renta y su incidencia en el incremento patrimonial no justificado*. Tesis de grado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2283/1/TL_GallardoTelloLucely.pdf.

García, G. (2019). *El régimen mype tributario del impuesto a la renta (RMT) y su incidencia en la recaudación tributaria del impuesto a la renta de tercera categoría en el Perú, 2017*. Tesis de maestría. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8945/REGIMEN_IMPUESTO_RENTA_GARCIA_BARRIENTOS_GISELLA.pdf?sequence=4&isAllowed=y.

- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2017). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill Education.
- Hinojosa, G. (2018). *Caracterización del impuesto a la renta de los artistas no domiciliados, año 2016*. Tesis de maestría. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Lima, Perú. Recuperado de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/ARTISTAS_CONTRIBUYENTES_NO_DOMICILIADOS_HINOJOSA_BARRIGA_GUILLERMINA_DINA.pdf.
- Honorio, R. (2018). *Ingresos omitidos y su efecto en el incremento patrimonial de la persona natural M.A.J.F. año 2017*. Tesis de grado. Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33758/honorio_er.pdf?sequence=1.
- Monterroso, N. (2018). *Impuesto a la renta por incremento patrimonial no justificado de personas naturales*. Tesis de maestría. Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/3830/PTPF%2000004%20M84.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Metodología de la investigación y lectura crítica de estudios. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXI4(4), <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>.
- Pacheco, F. (2020). *Efectos del impuesto a la renta en los establecimientos permanentes por la prestación de servicios*. Tesis para optar el título de Abogado. Universidad de Piura. Programa Académico de Derecho. Lima, Perú. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4699>
- Pasquali, M. (2020). *Los países latinoamericanos con más influencers*. Statista. <https://es.statista.com/grafico/22045/numero-de-influencers-en-america-latina-por-pais/fabricación-de-calzado-del-districto-del-Rímac-año-2018>. Lima.

- Pitt, W. (1798). Impuesto a la Renta.
https://historia.nationalgeographic.com.es/a/impuesto-sobre-renta-invento-ingles_16197.
- Poletty, H. R. (2015). Análisis del incremento patrimonial no justificado en la legislación peruana tributaria durante el periodo 2012. Chiclayo.
- Pozo, M.; Rosales, C. & Segovia, D. (2016). *Propuesta de reforma de las rentas del trabajo en la determinación del impuesto a la renta de la persona natural*. Tesis de grado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Pozo_RM.pdf.
- Quispe, V. (2017). *Incremento patrimonial no justificado de profesionales en derecho y su relación en la lucha contra la evasión tributaria en la ciudad de Tacna 2016*. Tesis de grado. Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/331/1/Quispe-Quenta-Veronica-Beatriz.pdf>.
- Hernández, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018
- Ríos Culquicondori, R. E. (2019). La imposición selectiva al consumo en el Perú: Entre el fin recaudatorio y la extrafiscalidad. QUIPUKAMAYOC 27(54), 27(54), 29-36. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v27i54.16190>Rubiolo, D. N. (2012). Incrementos patrimoniales no justificados. Su análisis.
- Sánchez, O. (2013). *Incremento patrimonial no justificado*. En colección doctrina tributaria y aduanera, t. 6,1. Ed., Lima: SUNAT.
- Solís, S. C. (2019). La aplicación del Incremento patrimonial no justificado en el proceso de fiscalización Tributaria Costarricense. La mancha.
- Solórzano, G. L. (2020). Incremento patrimonial no justificado y su relación con la evasión tributaria en los influencers en Lima Metropolitano, año 2020. Lima.
- Sullivan, K. (2021). *Tax Return*. <https://www.tckpublishing.com/tax-basics-for-authors/>.

- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (s.f.).
Régimen de Gradualidad.
<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresasmenu/regimen-de-detracciones-del-igv-empresas/regimen-de-gradualidad+detracciones-empresas/3156-07-regimen-de-gradualidad-empresas> [Consulta 20 de mayo de 2021].
- SUNAT (s.f.). *¿Qué entiende por tributo?* Recuperado de
http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entien de.html
- Sunat. (2020). *Impuesto a la Renta*. Portal de la Sunat.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/tuo.html#>
- Tamayo. (2007). Metodología de la Investigación. https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html.
- Torgler, B. (2010). *What is a Tax Fraud?* <https://kalyan-city.blogspot.com/2010/12/what-is-tax-definition-adam-smith.html#:~:text=According%20to%20Hugh%20Dalton%2C%20%22a,penalty%20for%20any%20legal%20offence.%22>.
- Tucto, G. (2020). *Incremento patrimonial no justificado y su relación con la evasión tributaria en los Influencers en Lima Metropolitano, año 2020*. Tesis de grado. Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63478/Tucto_SGL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valdez, Y. K. (2015). Análisis del incremento patrimonial no justificado en la legislación peruana tributaria durante el periodo 2012. Chiclayo.
- Villagra Cayamana, R., & Zuzunaga Del Pino, F. (2014). Tendencias del impuesto a la renta corporativo.
- Villalta, M. (2016). *Impuesto a la renta y recaudación tributaria en el Perú*. Tesis de maestría. Universidad Nacional del Callao, Callao, Perú. Recuperado de http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/2073/Mirko_Tesis_Maestro_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

ANEXOS

ANEXO N°01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Incremento patrimonial no justificado y su relación con el Impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021.

| PROBLEMAS | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | METODOLOGIA | |
|--|--|--|---------------------------------------|---|-------------------------|---|---------------------------|
| General: | General: | General: | INCREMENTO PATRIMONIAL NO JUSTIFICADO | Fiscalización | Emisión de comprobantes | 1. TIPO DE ESTUDIO No experimental 2.DISEÑO DE ESTUDIO Transversal o transaccional 3.NIVEL DE ESTUDIO Correlacional 4.ENFOQUE Investigación aplicada POBLACIÓN: 50 influencers 5.TIPO DE MUESTRA Probabilístico 6.TAMAÑO DE MUESTRA La unidad de análisis de estudio se extraerá de la población utilizando la fórmula de muestreo probabilístico. 7.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Técnica: La encuesta. Instrumento: El cuestionario. | |
| ¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021? | Analizar como el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | | | Ingresos no declarados | | Declaración informativa |
| | | | | | | | Declaración determinativa |
| | | | | | | | SPOT |
| | | | | Bancarización | | | |
| Específico 1: | Específico 1: | Específico 1: | | Aumento patrimonial | Premios | | |
| | | | | | Regalos | | |
| | | | | | Donaciones | | |
| | | | | | Campañas | | |
| ¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021? | Determinar como el incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | El incremento patrimonial no justificado se relaciona con los ingresos no declarados de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | | Omisión de declaración | Activos corrientes | | |
| | | | | | Activos no corrientes | | |
| | | | | | Variación patrimonial | | |
| | | | Gastos no justificados | | | | |
| Específico 2: | Específico 2: | Específico 2: | Defraudación tributaria | Impuesto General a las Ventas | | | |
| | | | | Impuesto Selectivo al Consumo | | | |
| | | | | Impuesto al patrimonio | | | |
| | | | | Impuesto a la renta | | | |
| ¿Cómo el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021? | Analizar como el incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | El incremento patrimonial no justificado se relaciona con el aumento de patrimonio de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | Omisión de ingresos | Conocimiento del impuesto al patrimonio | | | |
| | | | | Omisión de pago | | | |
| | | | | Fraude fiscal | | | |
| | | | | Elusión tributaria | | | |
| Específico 3: | Específico 3: | Específico 3: | Omisión de ingresos | Evasión tributaria | | | |
| | | | | Bienes | | | |
| | | | | Efectivo o equivalente de efectivo | | | |
| | | | | Servicios | | | |

ANEXO N°02:

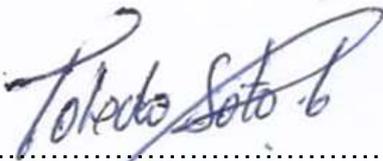
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR (ES)

Yo (Nosotros), GUADALUPE DINA TOLEDO SOTO, alumno(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD de la Universidad César Vallejo SEDE LIMA NORTE, declaro (declaramos) bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis título: "INCREMENTO PATRIMONIAL NO JUSTIFICADO Y SU RELACIÓN CON EL IMPUESTO A LA RENTA DE LOS INFLUENCERS EN LOS SERVICIOS PUBLICITARIOS DEL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA AÑO 2021", son:

1. De mi (nuestra) autoría.
2. El presente Trabajo de Investigación / Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. Los resultados presentados en el presente Trabajo de Investigación / Tesis son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo (asumimos) la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de Noviembre del 2021.



.....

Toledo Soto Guadalupe Dina

DNI: 75881747

ANEXO N°03:

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, GARCIA CÉSPEDES GILBERTO RICARDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de CONTABILIDAD de la Universidad César Vallejo SEDE LIMA NORTE, revisor (a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada “INCREMENTO PATRIMONIAL NO JUSTIFICADO Y SU RELACIÓN CON EL IMPUESTO A LA RENTA DE LOS INFLUENCERS EN LOS SERVICIOS PUBLICITARIOS DEL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA AÑO 2021”, del (los) autor (autores) TOLEDO SOTO GUADALUPE DINA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de Noviembre del 2021.

.....
Garcia Céspedes Gilberto Ricardo

DNI: 08394097

ANEXO N°04: VALIDACIÓN DE JUECES EXPERTOS

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Externo Recibidos x

GUADALUPE DINA TOLEDO SOTO mar, 29 jun 1:16 ☆
BUENOS DIAS DRA. GRIJALVA SALAZAR ROSARIO LE ENVIÓ EL INSTRUMENTO DE MI PROYECTO DE INVESTI...

ROSARIO VIOLETA GRIJALVA SALAZAR mar, 29 jun 6:45 ☆ ↩ ⋮
para mí, ROSARIO ▾

Buenos días
Si hay suficiencia
Mg. Rosario Grijalva Salazar
DNI 09629044
Tributación
Saludos Cordiales,

 **Rosario Grijalva Salazar** | Investigación
Docente con registro [RENACYT](#)
 [ResearchGate ID](#)
EP de Contabilidad | Campus Los Olivos

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Externo Recibidos x

GUADALUPE DINA TOLEDO SOTO mar, 29 jun 14:16 ☆
BUENOS TARDES DRA. PATRICIA PADILLA VENTO LE ENVIÓ EL INSTRUMENTO DE MI PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ...

PATRICIA PADILLA VENTO mié, 30 jun 13:09 (hace 13 días) ☆ ↩ ⋮
para mí ▾

Buenos días, informo a usted, que el instrumento de su investigación tiene el V°B°.

Saludos cordiales

 **Dra. Patricia Padilla Vento** |
E.P de Contabilidad
<https://orcid.org/0000-0002-3151-2303>
Telf. +51(1)2024342 Anexo 2179 | Cel. 987638101

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Externo Recibidos x



GUADALUPE DINA TOLEDO SOTO

mar, 29 jun 13:55



BUENOS TARDES DR. CHAPA SOSA, EDUARDO LE ENVIÓ EL INSTRUMENTO DE MI PROYECTO DE INVESTIGACIÓN (IX...



Eduardo Chapa Sosa

vie, 2 jul 15:50 (hace 11 días)



para mí

Estimada estudiante:

Adjunto remito firmado la validación respectiva.

Atte.

Mg Eduardo Chapa Sosa

De: GUADALUPE DINA TOLEDO SOTO <gtoledos@ucvvirtual.edu.pe>

Enviado: martes, 29 de junio de 2021 18:55

Para: EDU_CHS@hotmail.com <EDU_CHS@hotmail.com>; EDUARDO CHAPA SOSA <cchapaso@ucvvirtual.edu.pe>

Asunto: DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

...

...

[Mensaje recortado] [Ver todo el mensaje](#)



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Chapa Sosa, Eduardo **DNI:** 25813105

Especialidad del validador: Magister en gestión tributaria, empresarial y fiscal

02 de julio del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

ANEXO N°05: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

| Incremento patrimonial no justificado y su relación con el Impuesto a la renta de los influencers en los servicios publicitarios del distrito de Cercado de Lima año 2021. | | | | | | |
|--|--|-------------------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|----------------------------|
| GENERALIDADES | | | | | | |
| La presente encuesta es anónima y confidencial. Marque con una (x) la alternativa que mejor refleje su opinión de manera objetiva. | | | | | | |
| PREGUNTAS GENERALES | | | | | | |
| Años de experiencia | | | | | | |
| Area | | | | | | |
| ITEMS | | VALORIZACION DE LIKERT | | | | |
| | | TOTALMENTE EN DESACUERDO 1 | EN DESACUERDO 2 | NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO 3 | DE ACUERDO 4 | TOTALMENTE DE ACUERDO 5 |
| 1 | Se requiere emitir un comprobante de pago al generar una transacción. | | | | | |
| 2 | Se requiere declarar de manera informativa los ingresos que se obtiene a la SUNAT. | | | | | |
| 3 | Se requiere declarar de manera determinativa los ingresos que se obtiene a la SUNAT. | | | | | |
| 4 | Tiene conocimiento sobre el sistema SPOT en los pagos del IGV. | | | | | |
| 5 | La bancarización es importante para controlar los flujos de dinero de una entidad a otra y pagar el ITF. | | | | | |
| 6 | Los premios son ingresos no monetarios por parte de una empresa a un influencer. | | | | | |
| 7 | Los bonos es un ingreso no monetario por parte de una empresa a un influencer. | | | | | |
| 8 | Los regalos son ingresos no monetarios por parte de una empresa a un influencer. | | | | | |
| 9 | Las campañas son ingresos no monetarios por parte de una empresa a un influencer. | | | | | |
| 10 | Los activos corrientes como dinero o bienes aumentan el patrimonio de una entidad. | | | | | |
| 11 | Los activos no corrientes como bienes inmuebles aumentan el patrimonio. | | | | | |
| 12 | La variación patrimonial es el aumento o disminución del patrimonio de un ente. | | | | | |
| 13 | Los gastos no justificados representan un desembolso de dinero sin declarar. | | | | | |
| 14 | El IGV es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT por parte de las empresas. | | | | | |
| 15 | El ISC es un impuesto que debe ser declarado a la SUNAT por parte de las empresas. | | | | | |
| 16 | El impuesto al patrimonio es un tributo que debe ser declarado a la SUNAT por parte del contribuyente. | | | | | |
| 17 | Está de acuerdo que os ingresos obtenidos deben pagar el impuesto a la renta. | | | | | |
| 18 | La SUNAT brinda conocimiento sobre el impuesto al patrimonio y a que viene aplica. | | | | | |
| 19 | Esta de acuerdo con las consecuencias de la omisión de pago del tributo. | | | | | |
| 20 | La consecuencia des fraude fiscal es la disminución en el aporte a los gatos públicos. | | | | | |
| 21 | La elusión tributaria permite minimizar el pago de impuesto a través de los vacíos legales. | | | | | |
| 22 | La evasión tributaria se da a causa de las malas maniobras por parte del contribuyente. | | | | | |
| 23 | Los bienes obtenidos se deben informar a la SUNAT. | | | | | |
| 24 | El efectivo o equivalente de efectivo debe informar ser sustentado de cómo se obtuvo. | | | | | |
| 25 | Los servicios prestados a terceros se deben declarar a la SUNAT. | | | | | |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCÍA CÉSPEDES GILBERTO RICARDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "INCREMENTO PATRIMONIAL NO JUSTIFICADO Y SU RELACIÓN CON EL IMPUESTO A LA RENTA DE LOS INFLUENCERS EN LOS SERVICIOS PUBLICITARIOS DEL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA AÑO 2021", cuyo autor es TOLEDO SOTO GUADALUPE DINA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 17 de Diciembre del 2021

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|---|
| GARCÍA CÉSPEDES GILBERTO RICARDO DNI: 08394097 ORCID 0000-0001-6301-4950 | Firmado digitalmente por: GIGARCIACES el 24-12- 2021 12:21:30 |

Código documento Trilce: TRI - 0232090