



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Comercio electrónico y su influencia en la evasión tributaria en
tiempos de Covid – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho,
2020”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORA:

Bach. Nolasco Aguado, Zinthia (ORCID: 0000-0002-4618-5413)

ASESORA:

Dr. Padilla Vento, Patricia (ORCID: 0000-0002-3151-2303)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Esta investigación va dedicado a mis padres Armando y Leonarda, a mis hermanos Wilber y Rocy Mery por su cariño, apoyo incondicional y por ser un gran ejemplo a seguir, a mi familia que de alguna u otra manera impulsaron a seguir adelante. A mi compañero de vida Alfredo por el amor y el apoyo incondicional, a la luz de mis ojos Leonel Alejandro quien hace que mis días sean aún más fortalecidos.

Agradecimiento

Agradezco a Dios y la Virgen por cuidarme y permitirme lograr uno de mis objetivos. Agradezco a la vida por darme la oportunidad de creer en mí misma y cumplir con este gran logro.

Índice de contenidos

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEORICO.....	13
III. METODOLOGIA.....	24
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	24
3.1.1. Tipo.....	24
3.1.2. Nivel de investigación.....	24
3.1.3. Enfoque de la investigación.....	24
3.1.4. Diseño de la investigación.....	24
3.2. Variables y operacionalización.....	26
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	27
3.3.1. Población.....	27
3.3.2. Muestra.....	27
3.3.3. Muestreo.....	27
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
3.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	28
3.4.2. Instrumento.....	28
3.4.3. Validez.....	30
3.4.4. Análisis de confiabilidad por el coeficiente Alfa de Cronbach.....	30
3.5. Procedimientos.....	32
3.6. Método de análisis de datos.....	32
3.7. Aspectos éticos.....	32
IV. RESULTADOS.....	34
4.1. Descripción de resultados.....	34
4.2. Nivel inferencial.....	42
V. DISCUSION.....	47
VI. CONCLUSIONES.....	50
VII. RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS.....	57

Índice de tablas

Tabla 1 Puntuación del cuestionario.....	29
Tabla 2 Puntuación del cuestionario.....	30
Tabla 3 Validación de expertos	30
Tabla 4 Escala de confiabilidad.....	31
Tabla 5 Confiabilidad de la variable comercio electrónico.....	31
Tabla 6 Análisis de confiabilidad de la variable evasión tributaria	31
Tabla 7 Pruebas de normalidad.....	32
Tabla 8 Descripción de la variable comercio electrónico.....	34
Tabla 9 Descripción de la dimensión motivación de compra.....	35
Tabla 10 Descripción de la dimensión medios de pago	36
Tabla 11 Descripción de la dimensión mecanismos de seguridad	37
Tabla 12 Descripción de la variable evasión tributaria	38
Tabla 13 Descripción de la dimensión ausencia de fiscalización tributaria	39
Tabla 14 Descripción de la dimensión recaudación tributaria.....	40
Tabla 15 Descripción de la dimensión incumplimiento tributario	41
Tabla 16 Coeficiente de correlación entre el comercio electrónico y la evasión tributaria.....	42
Tabla 17 Coeficiente de correlación entre la motivación de compra y la evasión tributaria.....	43
Tabla 18 Coeficiente de correlación entre los medios de pago y la evasión tributaria.....	44
Tabla 19 Coeficiente de correlación entre los mecanismos de seguridad en los medios de pago y la evasión tributaria	45

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Descripción de la variable comercio electrónico.....	34
Figura 2. Descripción de la dimensión motivación de compra.....	35
Figura 3. Descripción de la dimensión medios de pago	36
Figura 4. Descripción de la dimensión mecanismos de seguridad	37
Figura 5. Descripción de la variable evasión tributaria	38
Figura 6. Descripción de la dimensión ausencia de fiscalización tributaria	39
Figura 7. Descripción de la dimensión recaudación tributaria	40

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo general: Determinar la influencia del comercio electrónico en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020. Para lo cual se utilizó el tipo de investigación básica, su diseño es no experimental. La población está conformada por 45 personas dedicadas al rubro electrónico ubicadas en la provincia de Huanta – Ayacucho, la muestra no se calculó debido a que está constituido por la totalidad de la población. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento es un cuestionario de 21 preguntas en escala de Likert, los datos fueron procesados mediante el software estadístico SPSS Vs25. En conclusión, se comprobó a través de la prueba inferencial de Rho Spearman con un índice de correlación de 0.550 y un nivel de significancia de 0.000; por la cual se aceptó la hipótesis de la investigación.

Palabras clave: Comercio electrónico, evasión tributaria, medios pago, motivación de compra y mecanismos de seguridad en los medios de pago.

Abstract

This research has the general objective: To determine the influence of electronic commerce on tax evasion in times of COVID - 19, in electronic companies, Huanta - Ayacucho, 2020. For which the type of basic research was used, its design is not experimental. The population is made up of 45 people dedicated to the electronic business located in the province of Huanta - Ayacucho, the sample was not calculated because it is made up of the entire population. The technique used was the survey and the instrument is a questionnaire of 21 questions on a Likert scale, the data were processed using the statistical software SPSS Vs25. In conclusion, it was verified through the Rho Spearman inferential test with a correlation index of 0.550 and a significance level of 0.000; for which the research hypothesis was accepted.

Keywords: Electronic commerce, tax evasion, means of payment and purchase motivation and security mechanisms in means of payment.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad según CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones (2017), en América Latina y el Caribe se ha visto afectado por un cambio con destino a un conveniente proceso del comercio electrónico. Como se puede observar existe un gran porcentaje con respecto a las ventas y el incremento de este sector son positivas, se evidencian algunos problemas ya sean estas propias o habituales en los países latinoamericanos. Por último, menciona que en una reciente observación brindado por el Banco Interamericano de desarrollo – BID, se dio a conocer que el internet es una herramienta de evolución y cambio notorio para las empresas, siendo esto mejor explotado por las compañías de naturaleza digital, lo que les estrenará la ventana a nuevos mercados y la prosperidad de su promoción.

Asimismo, Gómez Sabaini & Morán (2020) refieren que la evasión tributaria tiene una colaboración muy significativa a partir de la perspectiva que la tributación es considerada como un instrumento fundamental para la ejecución de las políticas públicas en el escenario de la Agenda 2030 del desarrollo sostenible, se pudo observar que el descuido tributario es una dificultad principal que afrontan las economías en los países de Latinoamérica. Sin embargo, las recientes tecnologías a brindado nuevas oportunidades, así como nuevos mercados direccionando a un futuro más próspero. Por otro lado, desde su introducción del impuesto al valor agregado (IVA) fue considerado como como un limitando en las reformas tributarias en los distintos países. Según OCDE y otros (2019), en 2017 y en un total de 25 países, donde alcanzo el tributo un promedio de 6,0% del producto interno bruto (PIB). Expuso que existe un 26,3% con respecto a la carga tributaria total, cuando en realidad solo era el 15,6% en los años 1990 representado un 2,3% del PIB. Por lo tanto, una vez mostradas las evidencias se dedujo que en cuanto a la recaudación esta sería mucho mayor, siempre en cuando no existirá un incumplimiento asociado al tributo.

En el 2018, el INEI brinda datos que en el Perú la adquisición de bienes y servicios que realizaron las empresas mediante medios electrónicos solo el 16,4% comunicaron que efectuaron operaciones mediante esta modalidad

omitiendo así, lo que es el impuesto a las ventas; por otro lado se pudo identificar que las empresas con mayor ventas por este medio fueron las pertenecientes a información y comunicaciones (35,5%), seguidamente por suministro de agua y alcantarillado (28,1%) y finalmente por el suministro de electricidad (27,0%).

Como sabemos, el Perú cuenta con leyes y regulaciones tributarias para regular la compra y venta de productos y servicios; sin embargo, la mayoría de las personas o empresas que comienzan a ofrecer sus productos no han actuado de acuerdo con la ley. Este es un ejemplo obvio de evasión fiscal, por cada compra por las redes sociales o al comprar productos en el sitio web, incluso la empresa que provee los productos no está registrada oficialmente; es decir, no cuenta con un RUC (Registro Único de Contribuyentes), a consecuencia de esto no emiten comprobantes de pago por las ventas realizadas, y nosotros, como ciudadanos, no los exigimos.

El comercio en la Provincia de Huanta, Departamento de Ayacucho, vino creciendo en estos últimos años; y con la llegada del COVID – 19 las necesidades de la población por adquirir un bien electrónico fueron aún mayores; por lo que al no darse abasto y el temor de salir de casa se incrementó el comercio electrónico y a causa de esta se omiten comprobantes de venta al consumidor; por el cual es importante determinar cómo influye el Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en empresas electrónicas en la Provincia de Huanta, Departamento de Ayacucho en tiempos de Covid-19. Más importante aún, saber que todos los recursos económicos recaudados a través de impuestos se utilizarán para obras y servicios públicos en beneficio de la sociedad.

De lo expresado se plantea el problema general siguiente:

¿Cómo influye el Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cómo influye la motivación a la compra en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?

¿Cómo influye los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19 en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?

¿Cómo influye los mecanismos de seguridad en los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?.

El presente proyecto de investigación sustenta como justificación que es importante, porque recoge y sistematiza información relevante sobre el comercio electrónico y la evasión tributaria. Dicha información es necesaria por cuanto nos permitirá conocer la real situación de la comercialización electrónica y así proponer medidas y recomendaciones para reducir la evasión tributaria en la provincia de Huanta, departamento de Ayacucho en tiempos de COVID – 2019.

Además, de generar información que puede ser de utilidad para el Perú y así tomarse mejores decisiones con respecto a la administración tributaria; por otro lado, servir de referencia a las futuras investigaciones.

El proyecto de investigación actual respalda su importancia porque proporcionará información relevante sobre comercio electrónico y evasión fiscal. Esta información es necesaria porque nos permite comprender la situación real del comercio electrónico en la provincia de Huanta, departamento de Ayacucho en tiempos de COVID - 2019, y cómo esto afecta la evasión fiscal, provocando daños económicos y sociales al país peruano.

Además, generar información de utilidad general para el Perú y permitir mejores medidas para la administración tributaria y sus leyes regulatorias.

El objetivo general siguiente:

Determinar la influencia del Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Asimismo, cuenta con los objetivos específicos:

Determinar la influencia de la motivación a la compra en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Determinar la influencia los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Determinar la influencia de los mecanismos de seguridad en los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

De esta manera, la investigación realizada presenta la hipótesis principal:

El Comercio Electrónico influye en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19 en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

En consecuencia, también describe sus hipótesis específicas:

La motivación a la compra influye significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Los medios de pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Los mecanismos de seguridad en los medios de pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

II. MARCO TEORICO

En la presente investigación se exploraron trabajos similares a la investigación realizada; logrando conseguir investigaciones internacionales como se presentan a continuación:

Paredes, (2017) en su investigación del comercio electrónico en Ecuador, sostuvo como objetivo determinar el comercio electrónico como instrumento de la recaudación. La metodología empleada es el nivel exploratorio, descriptivo y un enfoque mixto. Se concluyo afirmando que el comercio electrónico ha crecido significativamente debido a que el uso de Internet ha ganado una mayor aceptación.

Guerra, (2015) en su investigación e-commerce en Beico S.A.S. Tuvo como objetivo demostrar cómo es la aplicación de una tienda virtual en Beico S.A.S. La conclusión es que la empresa debe diseñar el comercio electrónico, porque este puede incrementar las ventas a través del éxito de la cadena logística, y convertirse en una excelente empresa a nivel nacional, que contiene una buena estructura de gestión logística

Sanabria, V. & Torres, L. (2015) en su trabajo, el impacto del comercio electrónico en los niveles de ventas de las pequeñas, medianas y microempresas del sector comercial, industrial y de servicios de Ibagué, Colombia. Uno de sus objetivos es analizar el impacto del comercio electrónico en los comerciantes MIPYME. La metodología empleada es mixta de carácter cualitativo y exploratoria descriptiva. Teniendo como muestra a 191 mipymes. Concluyéndose que la actividad de publicidad y promoción tienen un importante papel dado que esta ofrece abrir más mercados a nivel nacional e internacional; asimismo, esto al incremento de clientes.

Tixi, (2016) en su investigación la evasión tributaria en Ecuador. Sostuvo como objetivo establecer los mecanismos trascendentales para reducir la evasión tributaria. La metodología utilizada fue cuantitativa, la muestra estuvo conformada por 397 personas. Concluyendo a que la causa con respecto a la evasión son varias, determinándose que un foco principal es el acceso y

comprensión por parte de la población con respecto a lo que planea el gobierno a través de su gestión.

Moreira, (2016) en su investigación aplicación del régimen impositivo y el comercio informal en Ecuador. Tuvo como objetivo examinar el efecto que ha tenido la política tributaria. La metodología utilizada fue el método inductivo y descriptivo. Como conclusión se obtuvo que existe un mayor porcentaje que muestra que aún no se encuentran inscritos en el RISE, quedando demostrado que existe una insuficiencia en la inspección del acatamiento de las obligaciones tributarias.

Paredes, (2015) en su investigación la evasión tributaria. Sostuvo como objetivo determinar los componentes para reducir la evasión tributaria. La metodología empleada enfoque mixto (cualitativo- cuantitativo). Se tuvo como muestra a 126 contribuyentes. Concluyéndose que la cultura tributaria va en paralelo a la educación; asimismo, la evasión tributaria obstaculiza la distribución de sus ingresos y así poder atender diversos servicios que demanda la población ocasionando así un déficit fiscal.

Rivera K. & Estrada R. (2016), en su investigación, se implementó un plan de mejoramiento empresarial en Ecuador a través del comercio electrónico. Su principal objetivo es comprobar el impacto de la implementación del plan de negocio en el proceso de venta del producto. Un método no experimental utilizado en 143,06,876 millones de habitantes. La conclusión es que se han realizado diversas encuestas a consumidores y empresas, y el resultado es que el uso del comercio electrónico incrementará la compra de productos de cuero. Por tal motivo, los comerciantes de Quisapincha recibirán capacitación para que puedan optimizar las actividades comerciales en la zona.

Asimismo, como investigaciones nacionales tenemos:

Bobadillas, (2019) en su investigación las ventas online y su recaudación de impuestos. Sostuvo como objetivo examinar las ventas online y su recaudación de impuestos. La metodología empleada es cuantitativo, descriptivo-no experimental, se obtuvo una muestra de 17 propietarios. Concluyéndose que existe una gran diferencia por parte del sistema de recaudación a consecuencia

de las ventas online, debido a que los comerciantes tienen una preferencia por ofrecer sus productos de manera informal y no de acuerdo a las leyes establecidas, teniendo como resultado baja recaudación, por parte del comercio electrónico.

Alarcon, (2019) en su investigación sobre compras de aplicaciones digitales y evasión fiscal, Lima 2019. Su objetivo es evaluar la relevancia de las compras de aplicaciones digitales y la evasión fiscal. Los métodos utilizados son no experimentales y correlacional. Los resultados muestran que existe una correlación entre la compra de aplicaciones digitales y la evasión fiscal, lo que indica que aunque las empresas digitales son reconocidas a nivel mundial, todavía existen vacíos legales y poco interés por regular este sector.

Cruz, (2016) en su investigación sobre las implicaciones fiscales del comercio electrónico. El objetivo es determinar el impacto que se produce en el comercio electrónico. La metodología utilizada es descriptiva, explicativa y aplicada. Finalmente, se concluye que los eventos en el comercio electrónico son similares al comercio tradicional, y la evasión fiscal no es fácil de descubrir por parte de las autoridades tributarias, en la investigación, el uso de métodos de pago en el sistema bancario y la ocurrencia del mismo obstaculizan el que puedan ser detectados con facilidad.

Mirabal, Torres, & Vera Vilchez, (2017) en su investigación uso de los medios de pago del sistema de bancarización y su incidencia. Tuvo como objetivo examinar las incidencias tributarias a través de medios de pago. Concluyéndose que a través de la investigación realizada con respecto al uso de los medios de pagos y la discusión de resultados, esta pretende ofrecer mejoras en las cancelaciones de las obligaciones evitando sucesos tributarios que puedan comprometer la economía de la empresa.

Zavaleta, (2019) en su investigación el comercio electrónico. Su propósito es probar si el comercio electrónico afectará a los consumidores. La metodología utilizada es cuantitativa, aplicada, explicativa causal, no experimental y transversal. La muestra es 231 personas. Concluyéndose que existe una

correlación de 0.783 entre las variables y significancia de 0.000, dado que se acepta la hipótesis de la investigación.

Francia, (2018) En su investigación la evasión tributaria. Se planteo como objetivo determinara las causas que se asocian a la evasión tributaria. La metodología empleada fue no experimental, transversal y descriptivo. La conclusión es que el efecto de la evasión fiscal es inversamente proporcional y, a mayor evasión fiscal, menor rentabilidad.

Vargas, (2018) en su investigación evasión. Su propósito es evaluar la evasión fiscal y su impacto en la recaudación del impuesto predial. La metodología empleada es descriptivo, cuantitativo y no experimental. Con una población de 129 contribuyentes. Concluyéndose que los contribuyentes evaden impuestos a falta a consecuencia de poca información tributaria adquirida, repercutiendo que esto influya directamente en la evasión de los impuestos.

Ara, (2018) en su investigación evasión tributaria. Su propósito es examinar la relación entre la evasión fiscal y la tributación. La metodología empleada fue aplicada, correlacional y no experimental. Concluyéndose que existe una correlación entre evasión tributaria y la recaudación fiscal, por otra parte, existirá una posibilidad de acogerse a los regímenes tributarios para así realizar el pago de los impuestos permitiendo que sus negocios no se vean perjudicados con las sanciones establecidos.

Di Liberto, (2018) en su investigación sobre comercio electrónico. Su objetivo es determinar la relación entre el comercio electrónico y la Mype. La metodología empleada es deductivo, cuantitativo, aplicada, descriptivo, correlacional, no experimental y transversal. La población es de 37 personas. Concluyéndose que existe una relación entre los ecommerce y la mype.

Cardenas, (2017) en su investigación evasión del impuesto general a las ventas. Tuvo como objetivo que estas cumplan voluntariamente con los impuestos y así mejorar la recaudación tributaria. La metodológicamente empleada es descriptiva, correlacional, no experimental y transversa. La población es 75 personas. Asimismo, concluyéndose que existe una relación

entre las variables siendo respaldado por Rho de Spearman $p: ,000$. Con ello se da validez a la hipótesis y el objetivo de la investigación.

Cruz, (2019) en su investigación de comercio electrónico. Tiene como objetivo determinar la relación entre comercio electrónico y ventaja competitiva. Los métodos utilizados son cuantitativos, aplicados, no experimentales, transversales y correlacional. La conclusión es que existe una relación entre las variables, aceptando así la hipótesis propuesta.

Butron, (2019) en su investigación de comercio electrónico. Su propósito es establecer la relación entre el comercio electrónico y la competitividad empresarial. La metodología utilizada es básica, no experimentales y transversales. La muestra incluye 116 jefes. La conclusión es que la aplicación del comercio electrónico se encuentra en un nivel normal, 51,7%, y la competitividad de las empresas vinculadas a la Cámara de Comercio e Industria de Tacna se encuentra en un nivel normal, 56%. La investigación actual ha concluido que el comercio electrónico está significativamente relacionado.

Vargas, (2017) en su investigación la evasión tributaria. Su propósito es determinar en qué medida la cultura tributaria afecta la evasión fiscal. La metodología empleada es aplicada, descriptivo y correlacional. Llegando a la conclusión, que a un incremento de la cultura tributaria por parte de los contribuyentes ocasionara una reducción de la evasión tributaria.

La investigación tiene por objeto determinar la influencia del comercio electrónico en la evasión tributaria, por ello es primordial contar con conceptos, la cual respaldaran a nuestras variables, y así comprender nuestra realidad problemática, acentuación mencionan a los siguientes:

Según Somalo, (2017) comercio electrónico significa el uso de medios computarizados para lograr transacciones comerciales, gubernamentales o personales a través de redes de telecomunicaciones, lo que dará lugar a un gran número de actividades que involucran medios de pago virtuales. [...] "Cuando un cliente compra algo, también compra servicios relacionados, lo que implica la forma y el tiempo en que debe recibir las cosas que solicita. Esto es

parte de la propuesta de valor al comprar online, lo que motiva a la compra. Sin embargo, La seguridad es uno de los obstáculos para el comercio electrónico. La capacidad de recibir y enviar datos de forma segura es una invitación importante para familiarizarse. Este es un medio aún inseguro, por lo que se necesitan mecanismos para evitar el acceso no autorizado a los datos proporcionados por el usuario, como de tarjetas de crédito e información de cuenta. (Pág. 15,16 – 31,39)

Según Alamo, (2016) El comercio electrónico es otro de los componentes primordiales de la economía digital, asimismo se define como una novedosa forma de poder realizar intercambios comerciales, esencialmente a través de la red de internet, así como estos pueden ser intangibles, el comercio electrónico indirecto. Su crecimiento se ha podido dar paralelamente con el internet, dado que esta representa múltiples ventajas para el ofertante y demandante, como es menores costes económicos, desplazamiento, almacenamiento, tiempo y mayor número de consumidores y empresarios. (Pág. 21)

Según Equipo editorial nombre del principal, (2019) El comercio electrónico está influenciado por muchos factores con respecto a las nuevas tecnologías, pero asimismo se puede identificar a cuatro aspectos fundamentales que fundamentan esta definición; la primera es la tecnología es el uso de la tecnología digital aplicada a cualquier medio conocido; los recursos humanos son las personas capacitadas quienes representan un recurso que está escaneando progresivamente; la globalización es la capacidad que van aplicando los negocios para poder operar a lo largo del mundo apoyados en la tecnología y por último el desarrollo de intangibles es la revalorización de activo intangible ha sido un fenómeno clave en el crecimiento de la nueva economía. (pág. 7 – 11)

Asimismo, podemos encontrar los tipos de comercio electrónico según el cliente, definido por Inacio, (2018) los clasifica principalmente de acuerdo a su naturaleza (pág. s.p.):

Business – to -Business (B2B), este tipo de negocio electrónico se encuentra conformada en su totalidad por empresas. Dando así ciertos beneficios como

el ahorro, bajos costos, control en los pedidos, negociación de precios y control sobre las ventas.

Business – to- Consumer (B2C), en este tipo de negocio se vera interactuar a las empresas con los compradores (consumidores). Teniendo como beneficios compras desde su comodidad y facilidad de compra desde cualquier punto.

Business-to-Business-to-Consumer (B2B2C), es un tipo de negocio que involucra a el B2B y el B2C donde interactúan comerciantes entre empresas y viceversa. Logrando estas como beneficio un aumento de mercado y la concentración de ofertantes con demantes.

Consumer-to-Business (C2B), es un tipo de negocio donde se encuentran los consumidores finales, y son quienes establecen sus condiciones de ventas a las empresas. Tiene como beneficio el intercambio entre consumidores y empresas y la bidireccionalidad.

Consumer-to-Consumer (C2C), este tipo de negocio se da con la participación entre consumidores, teniendo a un intermediario quien agiliza la operación. Brinda beneficios como expansión de mercados, reducción de costos en gestión y publicidad y existe una facilidad para ofrecer sus productos.

Business-to-employee (B2E), este tipo de negocio esta direccionada al ofrecimiento de productos por parte de la empresa a sus empleados. Sus beneficios son mayor fidelidad por parte del empleado y consumir productos de la empresa con la obtención de ofertas.

Entre sus dimensiones encontramos:

Motivación a la compra, según Herawati H., Wisika S., Kardoyo K. (2019) la motivación de compra se puede describir como el poder que inspira y desea la posesión personal, lo que lleva a satisfacer necesidades o deseos insatisfechos; y hay muchos factores que pueden afectar la motivación de compra, como el precio, la calidad, el conocimiento del producto o la tienda y el tiempo. (pág. 4-5).

Medios de pago, según Líberos (2010) Refiere que el pago es un instrumento en cualquier comercio. Así como en el comercio online, donde todos los que realizan sus operaciones a través de este medio muestra una cierta dificultad. Asimismo, este proceso de intercambio entre el vendedor y consumidor en el comercio electrónico se catalogó como una dificultad muy relevante al realizar operaciones por el medio online. Existiendo los tipos de medios de pago como el pago contra entrega que es el pago efectuado en el domicilio del cliente, también tenemos el pago con tarjeta bancaria, donde el cliente realiza la operación en la página para así poder realizar el pago por online de manera muy satisfactoria sin cobros adicionales. (pág. 288 – 289)

Mecanismos de seguridad en los medios de pago, según Ferro, (2020) Explicó que el progreso del Internet ha logrado que las personas establezcan nuevos canales de comunicación entre ofertantes y demandantes potenciales, lo que como consecuencia se fueron usando diversos métodos de pago electrónico. El riesgo obvio de fraude restringe por completo estos sistemas. Por lo tanto, si se quiere que el usuario acepte de forma inmediata o como primera opción, es necesario establecer y aplicar mecanismo de seguridad para estos, incluidos los nuevos dispositivos como las tarjetas inteligentes o el mismo móvil. Asimismo, es cierto que la seguridad está asociada a los sistemas de pago electrónico, que es el más importante siendo este el más débil y tiene el mayor impacto en la confianza de los usuarios. (pág. 3)

Por otro lado, la evasión tributaria está definido por:

Según Bello y Trujillo (2017) citado de Cosulich (1993). Es la modalidad más típica de los delitos que consiste en el incumpliendo tributario acompañado de maniobras engañosas por partes de los contribuyentes, obstaculizando que el fisco pueda identificar el daño ocasionado. Por otro lado, la fiscalización tributaria contribuye que la recaudación tributaria puede resultar más eficiente y así evitar que esta se convierta en perdida efectiva de ingresos para el Fisco.

Según Echaiz & Echaiz, (2015), refiere que una evasión tributaria está dada por la falta de compromiso en el pago de la obligación tributaria, haciendo referencia al fraude, indicando la intención de engañar, realizar fraude o realizar

simulaciones maliciosas, el propósito es impedir que el gobierno obtenga recursos para obtener el presupuesto y actividades destinadas al beneficio de la sociedad. Se ha podido identificar los motivos la cual conllevan que los contribuyentes tengan acciones como pagar menos impuesto de lo que realmente deberían pagar; uno de esos motivos es la pre declaración involuntaria, donde refiere que un contribuyente pague menos impuesto, haciendo que este cometa errores involuntarios al realizar su declaración, por desconocimiento de normas tributarias.

La evasión puede ocurrir de dos formas:

Involuntario o no fraudulento se debe al error del contribuyente o al entendimiento del contenido de las regulaciones tributarias; para cada juego, no estará sujeto a sanciones penales, pero debe estar sujeto a sanciones administrativas

Voluntarios o fraudulentos, mostrando una clara intención de eludir la normativa fiscal, por lo que no solo es necesario formalizar y pagar las obligaciones tributarias, sino que también puede ser sancionado por la vía penal. (pág. 151 – 167).

Los elementos de la evasión tributaria

Sujeto Pasivo, según la SUNAT (2017), señala que su característica más resaltante es evitar el pago de tributos ocasionando un fraude al patrimonio esto se asemeja a los delitos de quiebra, donde este es considerado como delito base, a comparación de otras infracciones penales. Asimismo, se da a conocer que el sujeto, en este supuesto delictivo, precisamente el deudor tributario; tiene que haber creado la obligación impositiva tributaria, es decir, que este asociado al patrimonio de sujeto, para así poder llamarse deudor.

El deudor tributario es quien ejecuta, generando así la obligación tributaria. Por otro lado, es el responsable así tenga o no la posición de contribuyente, este se encuentra en la obligación de cumplirla.

Sujeto Activo, según SUNAT (2017), el estado es a quien le pertenece la potestad tributaria. El artículo 74 de la Constitución acentúa el uso del JUS

IMPERIUM y que la relación tributaria es establecida solo por Ley. Por tanto, el afluyente se basa en el objetivo del proceso de distribución y redistribución, que también afecta a la población.

La institución agraviada es el administrador tributario y la persona jurídica quien provocó el fraude. En nuestro país, esta es responsabilidad de la SUNAT.

Entre sus dimensiones encontramos:

Recaudación fiscal, según Enciclopedia financiera, (2018) El impuesto definido incluye gravámenes, impuestos y gastos que las personas deben pagar, y estas tarifas, impuestos y gastos pueden variar según las actividades laborales y los estilos de vida. Asimismo, representa todo el dinero obtenido a través de impuestos, que se convertirá en una parte básica de la financiación estatal de los servicios públicos. (s.p.)

Según CIAT - Centro Interamericano de Administración Tributaria, (2016) Indica que la recaudación fiscal es la parte fundamental de los ingresos públicos en la gran parte de los países comprendidos por el origen tributario, entre estas encontrando a la recaudación tributaria, recursos de seguridad social y recursos aduaneros. La recaudación tributaria tiene como objetivo principal contribuir a la planificación de la política fiscal del estado, donde esta planificación estará expuesta en la ley de presupuesto. (pág. 3)

Ausencia de fiscalización tributaria, según Zegarra, (2017) la fiscalización tributaria tiene la potestad de fiscalizar a nombre de la administración tributaria y esta es ejercida en forma facultativa; por otra parte; Asimismo, también tiene una función supervisora, que incluye la inspección, investigación y control del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Según Ruiz de Castilla, (2008) Conceptualiza que la fiscalización tributaria investiga el contexto tributario de un determinado administrado. (pág. 187)

Según MEF - Ministerio de Economía y Finanzas, (2015) Se define como una serie de acciones formuladas por las autoridades tributarias para verificar el cumplimiento de las obligaciones y verificar si los contribuyentes han cumplido con los requisitos para reportar todas sus actividades. (pág. 11)

Incumplimiento tributario, según SUNAT (2020) señala al incumplimiento tributario como la omisión consciente y dolosa donde el contribuyente tiene la intención de evitar o reducir, de una forma sistemática y en beneficio propio o de terceros, haciendo que estas acciones violen las normas legales establecidas. (pág. 3)

Según Ramos, (2017) Define al incumplimiento tributario como la modalidad de evasión referida al uso indebido de boletas de ventas en el sector comercio. (pág. 43).

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo

La actual investigación pertenece al tipo aplicada, donde nos trata de dar información suficiente con el fin de obtener opciones para la resolución de problemas a un plazo delimitado de tiempo.

3.1.2. Nivel de investigación

Esta investigación está enmarcada en el nivel explicativa.

Según Hernández Sampieri, Hernández Collado, & Baptista Lucio (2014) su objetivo dar solución a las causas que los eventos, fenómenos físicos o sociales ocasionan. Su prioridad es explicar por qué ocurre el fenómeno y cómo esta se comporta, o por qué dos o más variables están relacionadas. (Pág. 98).

3.1.3. Enfoque de la investigación

La presente investigación un enfoque cuantitativo.

Según Hernández Sampieri, Hernández Collado, & Baptista Lucio (2014) define al enfoque como la acumulación de información para si poder demostrar la hipótesis, con el respaldo de un estudio estadístico y el cálculo numérico, pudiendo así demostrarse el comportamientos y conductas todo con la finalidad de demostrar teorías. (Pág. 4)

3.1.4. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación está basado en no experimental – transversal.

Para Hernández, Fernández & Baptista (2014), Las investigaciones no experimentales son aquellas en las que dos o más variables no se pueden cambiar intencionalmente. Lo que hace posible esta investigación pueda visualizar fenómenos en forma realista, ya sean naturales o de gran escala. Posteriormente analizará si ha cambiado de alguna forma (Pág.149).

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), este tipo de diseño se encuentran identificados por almacenar información en un momento o tiempo determinado; esto les permite detallar y examinar variables e interdependencias en un tiempo preciso. Es como capturar una imagen en tiempo real. (Pag.151).

3.2. Variables y operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Comercio Electrónico	Según Somalo, (2017) comercio electrónico significa el uso de medios computarizados para lograr transacciones comerciales, gubernamentales o personales a través de redes de telecomunicaciones, lo que dará lugar a un gran número de actividades que involucran medios de pago virtuales. [...] "Cuando un cliente compra algo, también compra servicios relacionados, lo que implica la forma y el tiempo en que debe recibir las cosas que solicita. Esto es parte de la propuesta de valor al comprar online, lo que motiva a la compra . Sin embargo, La seguridad es uno de los obstáculos para el comercio electrónico. La capacidad de recibir y enviar datos de forma segura es una invitación importante para familiarizarse. Este es un medio aún inseguro, por lo que se necesitan mecanismos para evitar el acceso no autorizado a los datos proporcionados por el usuario, como de tarjetas de crédito e información de cuenta. (Pág. 15,16 – 31,39)	Esta variable se evaluará mediante la aplicación de un cuestionario, que toma en cuenta los ítems de cada variable.	Motivación a la compra Medios de Pago Mecanismos de seguridad en los medios de pago	<ul style="list-style-type: none"> Ahorro Innovación y aceptación de riesgos Calidad Tiempo de espera Depósitos bancarios Contra entrega Tarjeta bancaria Seguridad en las transacciones y los medios de pago 	Ordinal
Evasión Tributaria	Según Bello y Trujillo (2017) citado de Cosulich (1993). Es la modalidad más típica de los delitos que consiste en el incumpliendo tributario acompañado de maniobras engañosas por partes de los contribuyentes, obstaculizando que el fisco pueda identificar el daño ocasionado. Por otro lado, la fiscalización tributaria contribuye que la recaudación tributaria puede resultar más eficiente y así evitar que esta se convierta en pérdida efectiva de ingresos para el Fisco.	Esta variable se evaluará mediante la aplicación de un cuestionario, que toma en cuenta los ítems de cada variable.	Recaudación tributaria Ausencia de fiscalización tributaria Incumplimiento tributario	<ul style="list-style-type: none"> Finalidad de la recaudación tributaria Desarrollo del país Destino de los tributos recaudados Visitas de fiscalización de la SUNAT Seguimiento de control a los contribuyentes Beneficios de la fiscalización Pago de impuestos Emisión e comprobantes de pago Aplicación de la norma tributaria Carga excesiva de impuestos 	Ordinal

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población

La población estará conformada por 45 personas que operan en el comercio en tiendas que pertenecen al rubro electrónico de la Provincia de Huanta, Departamento de Ayacucho, 2020.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), la población se refiere a una pequeña parte de los ejemplares, que pertenecen a un grupo de ciertas características, definidos en sus características como el total; este grupo pretende reflejar fielmente a toda la población. (Pág. 175).

3.3.2. Muestra

La muestra estará conformada por las 45 personas que ejercen el comercio en tiendas que pertenecen al rubro electrónico de la Provincia de Huanta, Departamento de Ayacucho, 2020.

Por su parte Hernández citado en Castro (2003) indica que, si la población es menor de 50, la población es igual a la muestra (Pág. 69)

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), la muestra probabilística representa el número total final de individuos seleccionados de la población, al elegir un método de muestreo aleatorio se obtiene el mismo porcentaje a seleccionar, obteniendo así los atributos de la población y el tamaño de la muestra. (Pág. 175).

3.3.3. Muestreo

Para la actual investigación no habrá necesidad de emplear ninguna técnica de muestreo, debido a que nuestra muestra estará conformada por la totalidad de la población.

Según Bernal, (2010) el muestreo se aplica a poblaciones con formas naturales de variables y fenómenos, que se pueden analizar directamente. (Pág. 24)

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos

Para la actual investigación se empleará la técnica de la Encuesta; el cual será elaborado con anticipo y en correspondencia con los objetivos de la investigación.

Para Kuznik, Hurtado & Espinal (2016) es un medio práctico, concreta y particular mediante el cual los participantes y el investigador se relacionan; asimismo, obteniendo la información necesaria para obtener los objetivos trasados. (Pág. 317).

3.4.2. Instrumento

En la actual investigación se empleó un cuestionario en función a la escala tipo Liket, debido a que esta nos brinda una mayor seguridad en su puesta en práctica.

Bernal (2010), define como la herramienta de las preguntas propuestas correspondientes a una o más variables a medir. (Pág. 250)

Ficha técnica de la variable comercio electrónico

Nombre: Cuestionario para medir la variable comercio electrónico.

Autor: Alejandro Valdivia Carrión

Año: 2019

Objetivo: Demostrar si es que el comercio electrónico influye en el consumidor.

Contenido: Está compuesto por 9 ítems, organizados en 3 dimensiones y 6 indicadores

Administración: Personal

Calificación: el cuestionario está señalado por 5 fortalezas facultativas (1,2,3,4,5) instituida por la escala de Likert

Consecutivamente, se muestra en la tabla la sistematización de resultados:

Tabla 1

Puntuación del cuestionario

Puntuación	Afirmación
1	Total en desacuerdo
2	Parcialmente en desacuerdo
3	Ni en desacuerdo, ni en acuerdo
4	Parcialmente de acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica de la variable evasión tributaria

Nombre: Cuestionario para medir la variable evasión tributaria.

Autor: Gina Pamela Cruz Machaca

Año: 2019

Objetivo: Determinar la relación de la cultura tributaria en la evasión tributaria de comerciantes minoristas de ropa.

Contenido: Está compuesto por 18 ítems y organizados en 3 dimensiones.

Administración: Personal

Calificación: el cuestionario está señalado por 5 fortalezas facultativas (1,2,3,4,5) instituida por la escala de Likert

Consecutivamente, se muestra en la tabla la sistematización de resultados:

Tabla 2

Puntuación del cuestionario

Puntuación	Afirmación
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi Siempre
5	Siempre

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Validez

Los instrumentos han sido verificados por los juicios críticos de expertos, si su cuestionario está adecuadamente estructurado, los juicios de los expertos enviaron sus opiniones para demostrar que los ítems que constituye el cuestionario ayudarán a medir el propósito de las variables y los resultados. La información obtenida será decisiva para la prueba de la hipótesis propuesta. Por tanto, estos expertos que pertenecen a la universidad son los encargados de verificar la aplicabilidad y eficacia del instrumento.

Tabla 3

Validación de expertos

Expertos	Calificación
Pedro Constante Costilla Castillo	Aplicable
Rosario Violeta Grijalva Salazar	Aplicable
Walter Ibarra Fretel	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

3.4.4. Análisis de confiabilidad por el coeficiente Alfa de Cronbach

Según Bernal (2010), indica que la confiabilidad del cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por una misma persona cuando la misma persona es evaluada en diferentes escenarios. (Pág. 247)

Tabla 4

Escala de confiabilidad

Rango	Deducción
0.8 < k < 0.9	Excelente
0.5 < k < 0.8	Es bueno
k < 0.5	Deficiente

Fuente: Hurtado, (2012)

La confiabilidad del instrumento fue implementa mediante el método Alpha de Cronbach, los datos recopilados se ingresan en datos estadísticos de SPSS y se realiza una muestra de prueba, que corresponde a 10 personas involucradas en el comercio electrónico.

Análisis de confiabilidad de la variable comercio electrónico

Tabla 5

Confiabilidad de la variable comercio electrónico

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	10

Fuente: SSPS Vs 25

El coeficiente de Alfa de Cronbach logrado es 0.800; ubicándose dentro de los parámetros de 0,8 a 0,9; en conclusión, el instrumento de indagación muestra una confiabilidad excelente.

Tabla 6

Análisis de confiabilidad de la variable evasión tributaria

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,792	11

Fuente: SSPS Vs 25

El coeficiente de Alfa de Cronbach logrado es 0.792; ubicándose dentro de los parámetros de 0,5 a 0,8; en conclusión, el instrumento de indagación muestra una confiabilidad que es buena.

3.5. Procedimientos

Para recolectar todos los datos necesarios para la investigación, prepararemos la encuesta, donde esta es una herramienta con la que lograremos obtener información importante. El instrumento se aplicará a la muestra que estemos estudiando. Cabe señalar que este será un medio o forma de orientarnos hacia el logro de nuestras metas.

3.6. Método de análisis de datos

Para procesar los datos recopilados se puso en práctica los programas Excel y SPSS Vs25, y los resultados se mostrarán posteriormente en tablas y gráficos.

Este es un estudio no paramétrico, por lo que se utiliza el coeficiente de correlación de Spearman, que revela si la hipótesis propuesta es aceptada o rechazada.

Tabla 7

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMERCIO	,277	45	,000	,803	45	,000
ELECTRONICO						
EVASIÓN TRIBUTARIA	,356	45	,000	,792	45	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors
Fuente: SPSS Vs 25

3.7. Aspectos éticos

En esta investigación se consideran aspectos éticos, tales como: el uso de la información, se respeta la información brindada y no debe ser utilizada para fines distintos a la investigación. En cuanto al valor social, la participación de las personas que participan en la encuesta fue voluntaria manifestando su disposición a responder el cuestionario. Finalmente, en lo que respecta a la validez científica, podemos decir que la información obtenida por otros autores fue referenciadas correctamente a la fuente correspondiente y donde la

información del autor original se mantuvo sin modificar ningún dato para evitar el plagio.

IV. RESULTADOS

4.1. Descripción de resultados

Según este capítulo, los datos recopilados se presentarán manteniendo los objetivos de la investigación.

Determinar la influencia del Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Análisis descriptivo de la variable comercio electrónico

Tabla 8

Descripción de la variable comercio electrónico

COMERCIO ELECTRONICO			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	14	31,1
	Alto	31	68,9
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

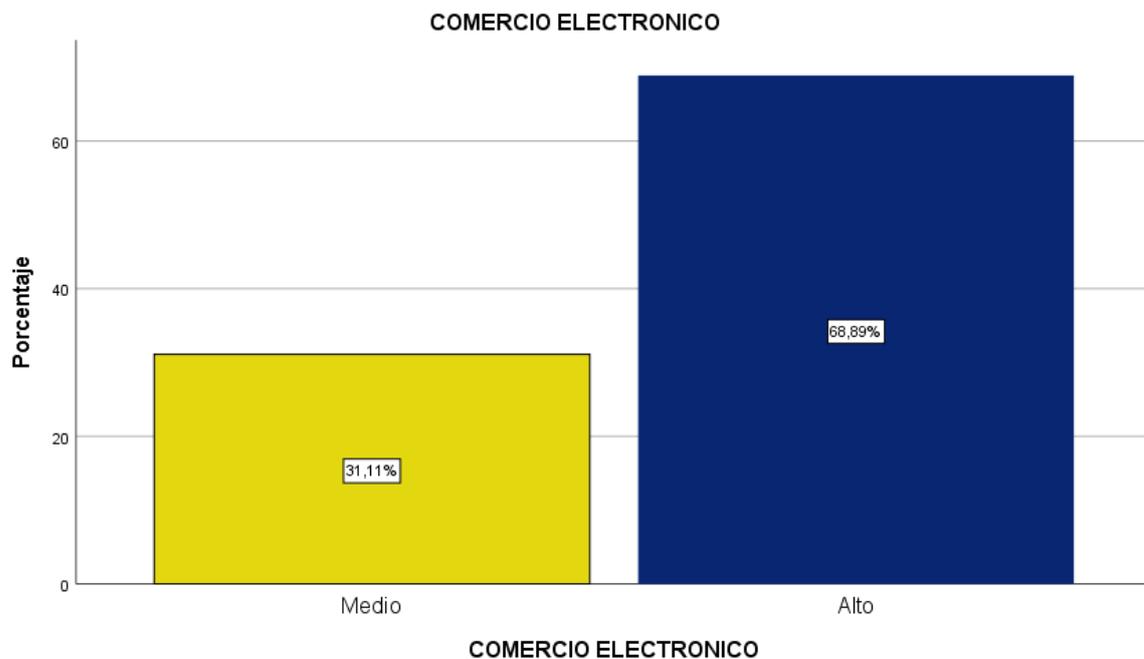


Figura 1. Descripción de la variable comercio electrónico

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 8 (figura N° 1) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 68,89% (31 trabajadores) se encuentran en un nivel alto en el comercio electrónico y un 31,11% (14 personas) poseen una percepción a nivel medio. Por lo tanto, se evidencia que existe un porcentaje mayor de personas que considera relevante realizar una compra electrónica a comparación del comercio tradicional.

Tabla 9

Descripción de la dimensión motivación de compra

Motivación de compra

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	12	26,7
	Alto	33	73,3
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

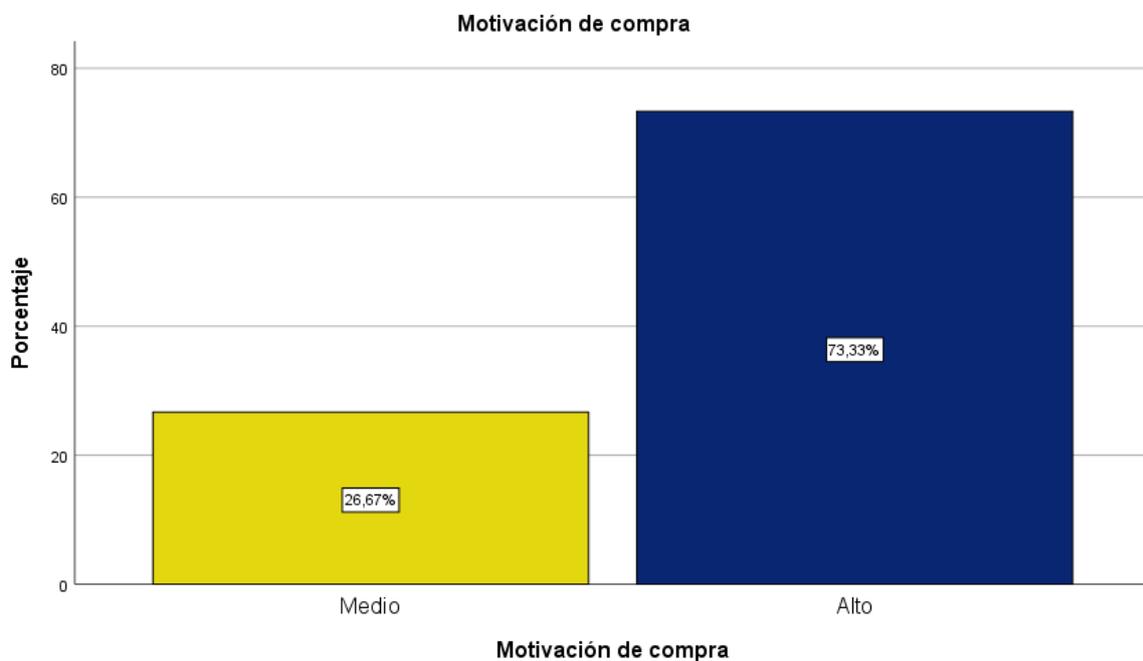


Figura 2. Descripción de la dimensión motivación de compra

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 9 (la figura N° 2) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 73,33% (33 personas) poseen una percepción a nivel alto y el 26,7% (12 personas) con un nivel medio en la dimensión motivación de compra. Por lo tanto, al obtener mayor porcentaje al estar de acuerdo con un nivel de la dimensión motivación de compra alta, hace referencia que su uso del comercio electrónico es más adquirido por los beneficios que esta pueda brindar.

Tabla 10

Descripción de la dimensión medios de pago

Medios de Pago

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	31	68,9
	Alto	14	31,1
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

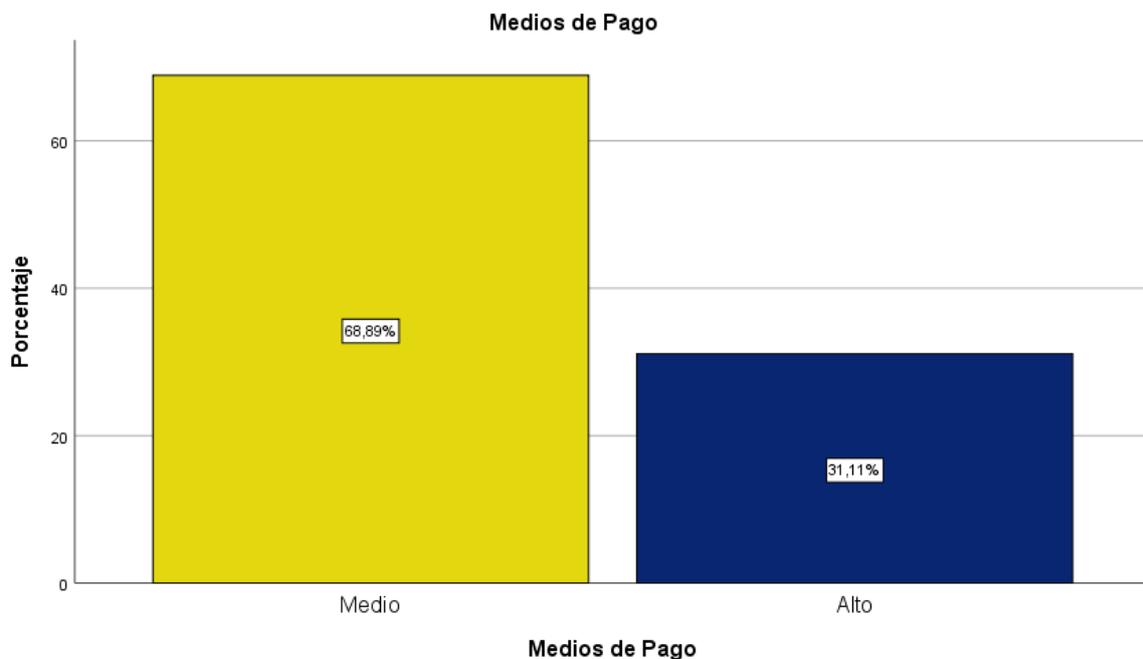


Figura 3. Descripción de la dimensión medios de pago

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 10 (la figura N° 3) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 68,89% (31 personas) poseen una percepción a nivel medio y el 31,11% (14 personas) con un nivel alto en la dimensión medios de pago. Por lo tanto, se observa que existe un mayor porcentaje con respecto a los trabajadores que distinguen que los medios de pago tienen una mayor relevancia en los pagos contra entrega.

Tabla 11

Descripción de la dimensión mecanismos de seguridad

Mecanismos de seguridad			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	14	31,1
	Alto	31	68,9
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

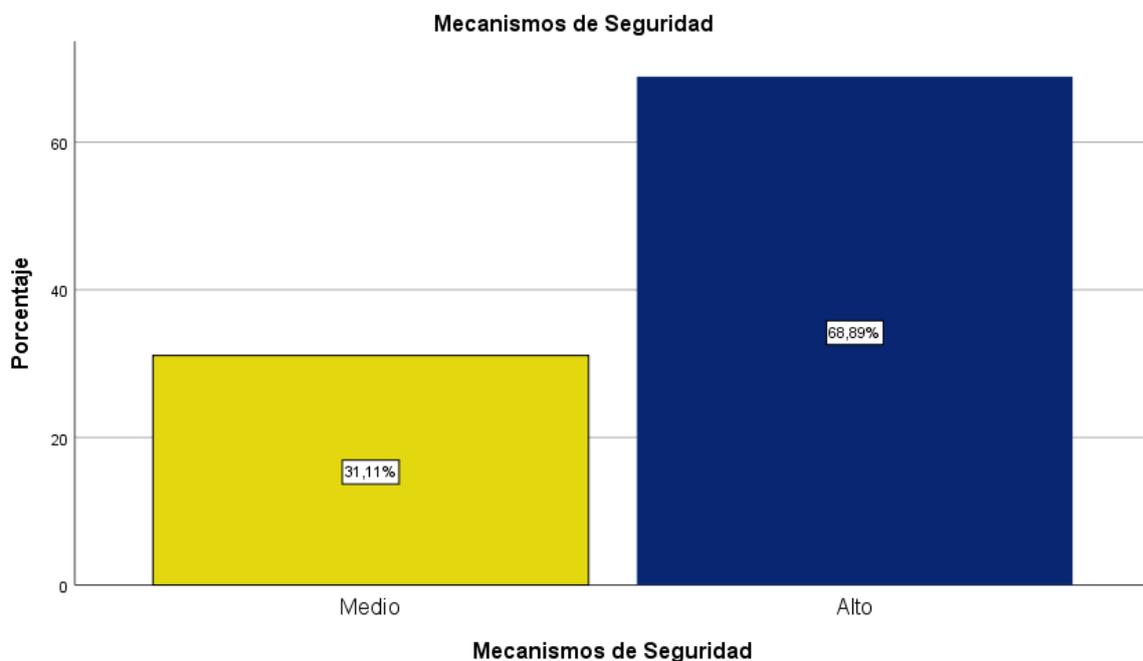


Figura 4. Descripción de la dimensión mecanismos de seguridad

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 11 (la figura N° 4) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 68,89% (31 personas) poseen una percepción a nivel alto y el 31,1% con un nivel medio en la dimensión mecanismos de seguridad en los medios de pago. Por lo tanto, se evidencia que existe un porcentaje mayor en la categoría alta en los mecanismos de seguridad ya que estos mecanismos usados se encuentran en constante mejoras por las empresas para su mejor uso y protección al usuario.

Análisis descriptivo de la variable comercio electrónico

Tabla 12

Descripción de la variable evasión tributaria

EVASION TRIBUTARIA

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	5	11,1
	Alto	40	88,9
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

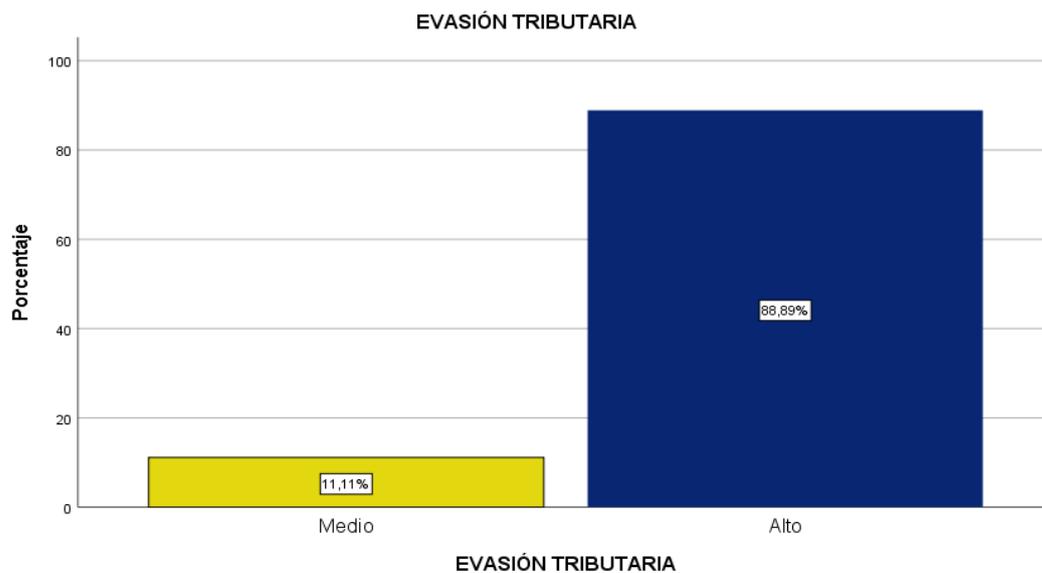


Figura 5. Descripción de la variable evasión tributaria

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 12 (la figura N° 5) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 88,89% (40 personas) poseen una percepción a nivel alto y el 11,11% (5 personas) con un nivel medio en la dimensión mecanismos de seguridad en los medios de pago. Por lo tanto, se podrá evidenciar que existe un mayor porcentaje como respuesta de los participantes que observan que el nivel de la variable evasión tributaria es muy alta, haciendo referencia que las empresas omiten sus pagos de impuestos por diferentes motivos.

Tabla 13

Descripción de la dimensión ausencia de fiscalización tributaria

Ausencia de fiscalización tributaria

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	17	37,8
	Alto	28	62,2
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

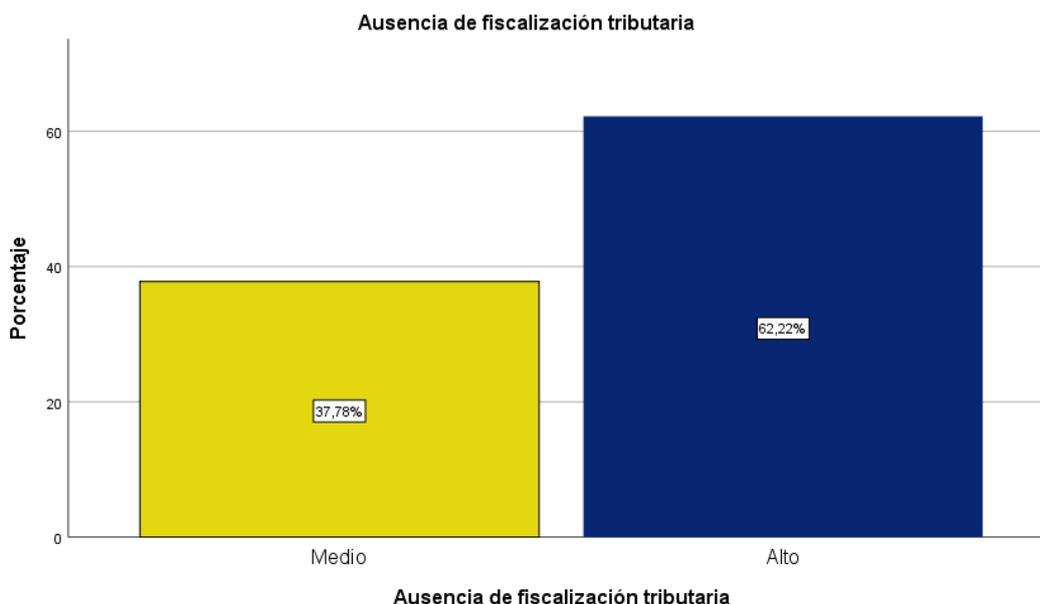


Figura 6. Descripción de la dimensión ausencia de fiscalización tributaria

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 13 (la figura N° 6) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 62,22% (28 personas) poseen una percepción a nivel alto y el 37,78% (17 personas) con un nivel medio en la dimensión ausencia de fiscalización tributaria. Por lo tanto, se observa que existe una mayor parte de los encuestados estar de acuerdo con que el nivel de la dimensión ausencia tributaria es alta, dando a conocer que las visitas, seguimientos de control conlleva al beneficio del país/empresas.

Tabla 14

Descripción de la dimensión recaudación tributaria

Recaudación tributaria			
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Bajo	1	2,2
	Medio	6	13,3
	Alto	38	84,4
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

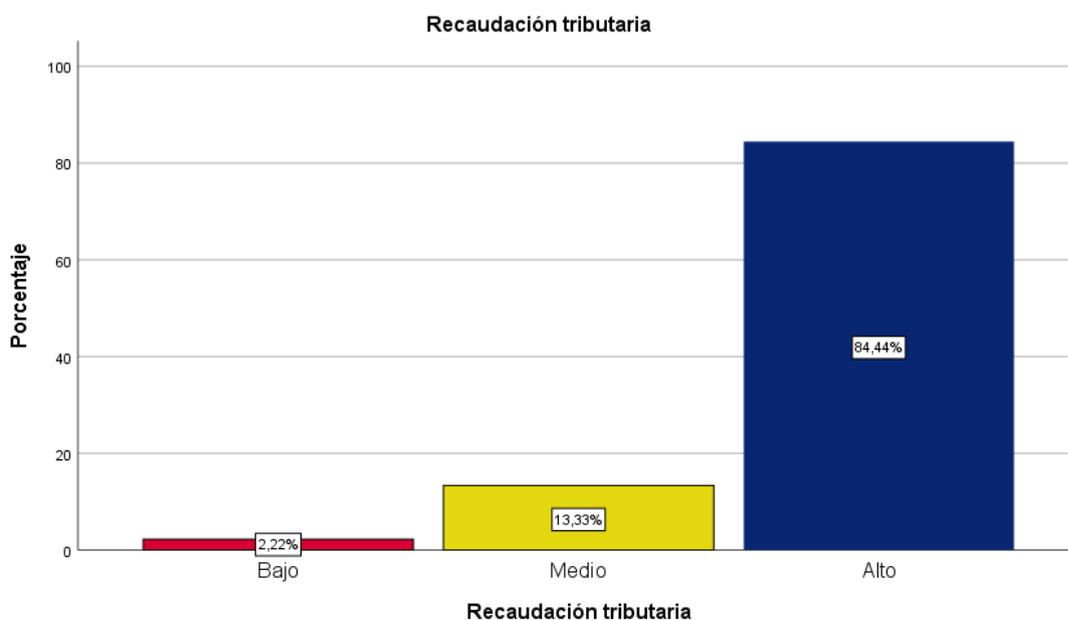


Figura 7. Descripción de la dimensión recaudación tributaria

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 14 (la figura N° 7) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 84,44% (38 personas) poseen una percepción a nivel alto, 13,33% (6 personas) un nivel medio y el 2,22% (1 persona) con un nivel bajo en la dimensión recaudación tributaria. Por lo tanto, se observa que existe una mayor parte de los encuestados estar de acuerdo con que el nivel de la dimensión recaudación tributaria sea alta, hace referencia a la importancia de conocer la finalidad y darle un adecuado destino de los fondos.

Tabla 15

Descripción de la dimensión incumplimiento tributario

Incumplimiento tributario

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Valido	Medio	11	24,4
	Alto	34	75,6
	Total	45	100,0

Fuente: SSPS Vs 25

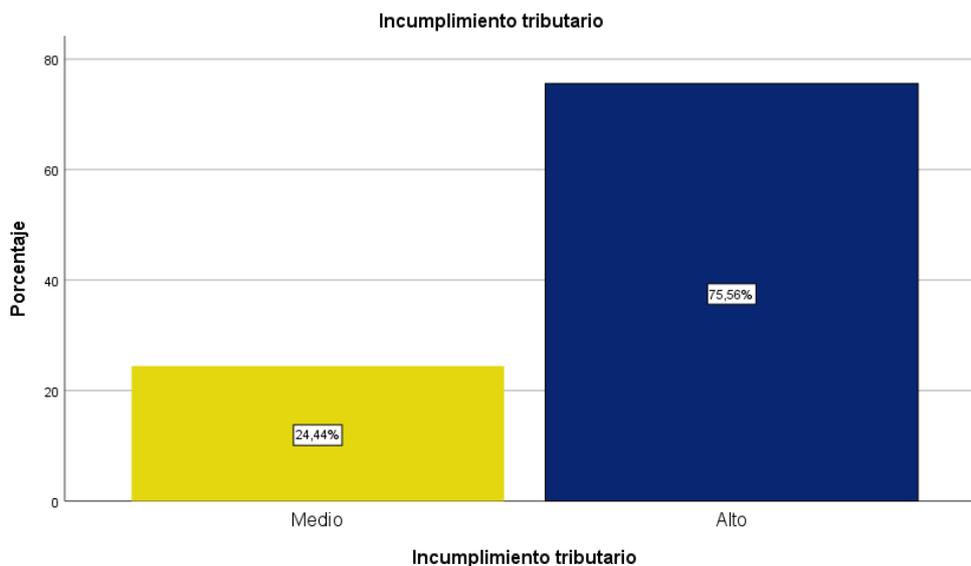


Figura 8. Descripción de la dimensión incumplimiento tributario

Fuente: SSPS Vs 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 15 (la figura N° 8) del 100% de encuestados a los trabajadores en las empresas electrónicas en el distrito de Huanta, departamento de Ayacucho, manifiestan que el 75,56% (34 personas) poseen una percepción a nivel alto y el 24,44% (11 personas) con un nivel medio en la dimensión incumplimiento tributario. Por lo tanto, se puede visualizar que existe un alto porcentaje que están de acuerdo con el nivel de la dimensión incumplimiento tributario se alto y esto hace una referencia que existe una omisión de pago impuestos de las empresas conllevando esto a la evasión tributaria.

4.2. Nivel inferencial

Validación de hipótesis

Hipótesis general

H1: El Comercio Electrónico influye en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Ho: El Comercio Electrónico no influye en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Regla de contraste:

Valor de Sig.>0.05, se acepta la Ho.

Valor de Sig.≤0.05, se acepta la H1.

Tabla 16

Coefficiente de correlación entre el comercio electrónico y la evasión tributaria

CORRELACIONES				
			COMERCIO ELECTRONICO	EVASIÓN TRIBUTARIA
Rho de Spearman	COMERCIO ELECTRONICO	Coefficiente de correlación	1,000	,550**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	45	45
	EVASIÓN TRIBUTARIA	Coefficiente de correlación	,550**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	45	45

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

Fuente: SSPS Vs 25

Se concluyo que al emplearse el coeficiente de correlación Spearman, se pudo evidenciar un nivel de significancia $p=0.000<0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, es decir que el comercio electrónico influye en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de rho de Spearman $=0.550$ dando está a conocer que es una correlación con una tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada.

Hipótesis específicas 1

H1: La motivación a la compra influye significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Ho: La motivación a la compra no influye significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Regla de contraste:

Valor de Sig. >0.05 , se acepta la Ho.

Valor de Sig. ≤ 0.05 , se acepta la H1.

Tabla 17

Coefficiente de correlación entre la motivación de compra y la evasión tributaria

CORRELACIONES				
			MOTIVACIÓN DE COMPRA	EVASIÓN TRIBUTARIA
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN DE COMPRA	Coeficiente de correlación	1,000	,537**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	45	45
	EVASIÓN TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación	,537**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	45	45

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

Fuente: SSPS Vs 25

Se concluyo que al emplearse el coeficiente de correlación Spearman, se pudo evidenciar un nivel de significancia $p=0.000<0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, es decir que la motivación a la compra influye significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de rho de Spearman $=0.537$ dando está a conocer que es una correlación con una tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada.

Hipótesis específicas 2

H1: Los medios de pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Ho: Los medios de pago no influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Regla de contraste:

Valor de Sig. >0.05 , se acepta la Ho.

Valor de Sig. ≤ 0.05 , se acepta la H1.

Tabla 18

Coeficiente de correlación entre los medios de pago y la evasión tributaria

CORRELACIONES				
			MEDIOS DE PAGO	EVASIÓN TRIBUTARIA
Rho de Spearman	MEDIOS DE PAGO	Coeficiente de correlación	1,000	,682**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	45	45
	EVASIÓN TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación	,682**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	45	45

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

Fuente: SSPS Vs 25

Se concluyo que al emplearse el coeficiente de correlación Spearman, se pudo evidenciar un nivel de significancia $p=0.000<0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, es decir que los medios de pago influyen significativamente en

la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de rho de Spearman =0.682 dando está a conocer que es una correlación con una tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada.

Hipótesis específicas 3

H1: Los mecanismos de seguridad en los medios de pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Ho: Los mecanismos de seguridad en los medios de pago no influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Regla de contraste:

Valor de Sig.>0.05, se acepta la Ho.

Valor de Sig.≤0.05, se acepta la H1.

Tabla 19

Coefficiente de correlación entre los mecanismos de seguridad en los medios de pago y la evasión tributaria

CORRELACIONES				
			MECANISMO DE SEGURIDAD	EVASIÓN TRIBUTARIA
Rho de Spearman	MECANISMO DE SEGURIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,421**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	45	45
	EVASIÓN TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación	,421**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	45	45

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
Fuente: SSPS Vs 25

Se concluyo que al emplearse el coeficiente de correlación Spearman, se puso evidenciar un nivel de significancia $p=0.004 < 0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, es decir que los mecanismos de seguridad en los medios de

pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de rho de Spearman =0.421 dando está a conocer que es una correlación con una tendencia positiva y una fuerza de asociación media.

V. DISCUSION

Habiéndose logrado los resultados en la investigación se obtienen los siguientes análisis:

Asimismo, para la actual investigación se tuvo como objetivo general: Determinar la influencia del Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

La prueba de confiabilidad del instrumento, un total de 21 ítems; utilizando la técnica Alpha de Cronbach, el resultado de los 10 ítems que constituyen la variable comercio electrónico es 0.800, y el resultado de los 11 ítems restantes que constituyen la variable evasión fiscal es 0.792, aquí se muestra que el instrumento utilizado tiene el nivel de confiabilidad correcto, se puede determinar que cuando el resultado de confiabilidad es cercano a 1, la confiabilidad es mayor. Asimismo, como ya se mencionó, el cuestionario aplicado a la unidad de análisis tiene un cierto nivel de confiabilidad y ha sido correctamente desarrollado, tiene un ítem adecuadamente estructurado y su aplicación es positiva.

La hipótesis general: Según los resultados estadísticos alcanzados, el comercio electrónico influye significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta – Ayacucho, debido a los resultados obtenidos en la hipótesis general, con prueba de Rho de Spearman y un nivel de significancia de 5%, muestran que el valor de $p=0.00$ menor que 0.05, se deduce que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.550, indica que el comercio electrónico influye en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta – Ayacucho es tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada. Estos resultados se confirman con la investigación realizada por Cruz (2016) en su investigación implicancias tributarias del comercio electrónico en el impuesto general a las ventas en el cercado de Arequipa 2016. Menciona que entre las empresas que estudiaron en Arequipa el 2016, el evento tributario al comercio electrónico más grave en el impuesto general a las ventas es el mismo que ocurre en el

comercio tradicional, esto se debe a que permite que este nuevo método de comercialización evite impuestos y no se detecte fácilmente.

Hipótesis específica 1: Los resultados conseguidos con pruebas de con prueba de Rho de Spearman y un nivel de significancia de 5%, muestran que el valor de $p=0.000$ menor que 0.05, se deduce que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.537 deduciendo que la motivación a la compra influye significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta – Ayacucho es tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada. Donde, según Alarcon, (2019) en su investigación compras por aplicativo digitales y la evasión tributaria, Lima 2019 respaldan el resultado obtenido; ya que en la investigación se concluyó que existe una correlación entre la compra de aplicaciones digitales y la evasión fiscal, lo que indica que aunque las empresas digitales son reconocidas a nivel mundial, todavía existen vacíos legales y poco interés por regular este sector.

Hipótesis específica 2: Los resultados conseguidos con pruebas de con prueba de Rho de Spearman y un nivel de significancia de 5%, muestran que el valor de $p=0.000$ menor que 0.05, se deduce que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.682 deduciendo que los medios de pago influyen significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta – Ayacucho es tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada. Donde, estos resultados pueden ser confirmados por Mirabal, Torres, & Vera, (2017) en su investigación uso de los medios de pago del sistema de bancarización y su incidencia tributaria en la empresa comercial de licores valsadi s.a.c. del distrito de pueblo libre, año 2014, mencionaron que el uso de métodos de pago tiene como objetivo mejorar las operaciones de cancelación, evitando así incidentes fiscales que puedan poner en peligro la situación económica y fiscal.

Hipótesis específica 3: Los resultados conseguidos con pruebas de con prueba de Rho de Spearman y un nivel de significancia de 5%, muestran que el valor de $p=0.004$ menor que 0.05, se deduce que se rechaza la hipótesis nula

y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.421 deduciendo que los mecanismos de seguridad en medios de pago influyen significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta – Ayacucho es tendencia positiva y una fuerza de asociación moderada. Donde, Rivera K. & Estrada R. (2016), en su investigación incidencia de la implementación de un programa de fortalecimiento comercial a través de E-commerce en el nivel de ventas de productos de cuero de la comunidad Quisapincha- Ecuador”. La conclusión es que se han realizado diversas encuestas a consumidores y comerciantes, y el resultado es que el uso del comercio electrónico incrementará la compra de productos de cuero. Por tal motivo, los comerciantes de Quisapincha recibirán capacitación para que puedan optimizar las actividades comerciales en la zona.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos y la contratación de las hipótesis establecidos de esta investigación, se extraen las siguientes conclusiones.

Según el objetivo general planteado en la presente investigación, se puede concluir que el comercio electrónico influye en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020, tal como se puede evidenciar en la tabla N° 16. Dado que el comercio electrónico es un tipo de comercialización donde la evasión fiscal, no es fácil para las autoridades fiscales detectar, por lo que en la mayoría de los casos es imposible determinar la ubicación exacta de la actividad.

Se concluye que la hipótesis específica N° 1, la motivación a la compra influye significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020, donde se puede evidenciar en la tabla N° 17. Por ello, a que la motivación de compra es una de las causas por lo que existe una evasión tributaria donde las ventas elegidas por este medio no cuentan con un comprobante de pago y ello hace que las empresas no puedan cumplir sus deberes tributarios.

Se concluye que la hipótesis específica N° 2, los medios de pago influyen significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020., donde se puede evidenciar en la tabla N° 18. Asimismo, los métodos de pago se utilizan con mayor profundidad, lo que conduce a la evasión fiscal, aumentan la probabilidad de compra, afectando a la recaudación tributaria debido a que los empresarios venden sin el correspondiente comprobante de pago.

Se concluye que la hipótesis específica N° 3, los mecanismos de seguridad en los medios de pago influyen significativamente en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020, donde se puede evidenciar en la tabla N° 19. Por ello, los mecanismos de seguridad en los medios de pago influyen a la evasión tributaria donde estas estén mejor establecidos por las empresas conllevan al incremento de las posibilidades de compra e influyen al consumidor existiendo una mayor

venta por parte de las empresas pero sin el impuesto general a las ventas correspondiente.

VII. RECOMENDACIONES

Luego de realizar un análisis de los resultados logrados en el estudio, se proseguirá a realizar las siguientes recomendaciones para los dueños de la empresa de electrónicas, Huanta – Ayacucho, 2020.

Se les recomienda a propietarios de las empresas electrónicas puedan realizar sus ventas a través del método comercio electrónico siempre de manera correcta y legal que es emitiendo los comprobantes de pago, ya que ellas ayudan a la administración tributaria un mejor control y asimismo al desarrollo del país.

Se recomienda que los propietarios de comercio electrónico realicen actividades y cotizaciones en línea para incentivar a los consumidores a realizar compras electrónicamente, siempre que sean formales y puedan emitir comprobantes de pago.

Se les recomienda a propietarios de las empresas electrónicas puedan incentivar a uso de los pagos electrónicos, para que así las personas puedan familiarizarse con estos medios. Asimismo, brindarles la información sobre los comprobantes de pago que se puedan emitir al momento de su compra e informarles lo importante que este compromiso. Por otro lado, se recomienda realizar capacitaciones al personal responsable para que entiendan que cumplen con las reglas de operación del sistema bancario.

Se recomienda a los propietarios de la empresa electrónicas; asimismo, responsable del sistema de seguridad en el método de pago implemente el software para que los usuarios tengan más confianza en este método y propicien un mayor uso y desarrollo.

REFERENCIAS

- Alamo Cerrillo, R. (2016). *La economía digital y el comercio electrónico. Su incidencia en el sistema tributario*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9Q_ODQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gs_b_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Alarcon Huaytalla, R. A. (2019). *Compras por aplicativos digitales y la evasión tributaria*, Lima 2019. Lima, Peru. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56955/Alarcon_HRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bello Mejia, R. H., & Trujillo Dionicio., C. E. (2017). *La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación de la renta de primera categoría por los propietarios de vehículos menores distrito de Barranca 2015*. Obtenido de http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2167/T033_46271615_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia. Obtenido de <http://anyflip.com/vede/ohla>
- Bobadillas Salas, K. G. (2019). *Las ventas online y su recaudación de impuestos en la ciudad de Huaraz, 2017*. Peru. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15548/IMPUESTO_RECAUDACION_BOBADILLA_SALAS_KATERIN_GLORIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Butron Llanque, F. E. (2019). *E - commerce y su relación con la competitividad de las empresas asociadas a las cámaras de comercio, industria y turismo de Tacna, 2019*. Tacna, Peru. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/1538/1/Butron-Llanque-Francis.pdf>
- Cardenas Venegas, L. R. (2017). *Auditoría tributaria y su relación con la evasión del impuesto general a las ventas en las empresas de construcción en el Cercado de Lima, 2017*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15351/Cardenas_VLR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CIAT - Centro Interamericano de Administración Tributaria. (2016). *Serie temática tributaria*. Argentina. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/SerieTematica/Espanol/2009_sept_N4_recaudacion.pdf
- CRC - Comisión de Regulación de Comunicaciones. (10 de Marzo de 2017). *El Comercio electrónico en Colombia*. Colombia. Obtenido de https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf
- Cruz Bejar, J. R. (2016). *Implicancias tributarias del comercio electrónico en el impuesto general a las ventas en el Cercado de Arequipa 2016*. Arequipa, Peru. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3723/Cocrbejr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cruz Huanca, D. A. (2019). Comercio electrónico y Ventaja competitiva en la empresa Dm Plast e.i.r.l., Lima 2019. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43343/Cruz_HDA-SD.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Di Liberto Campos, D. R. (2018). Los ecommerce y el desarrollo de las Mypes - distribuidora Grecia E.I.R.L. La Vistoria, 2018. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23296/DiLiberto_CDR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Echaiz Moreno, D., & Echaiz Moreno, S. (2015). *La Elusión Tributaria: Análisis Crítico de la Actual Normatividad y Propuestas para una Futura Reforma*. Obtenido de Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/12567>
- Enciclopedia financiera. (19 de 09 de 2018). Recaudacion fiscal. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-publicas/recaudacion-fiscal.htm>
- Equipo editorial. (2019). *E - commerce*. Editorial Elearning. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=68jIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Ferro Veiga, J. M. (2020). *Comercio Electronico y Medios de Pago*. (2. José Manuel Ferro Veiga, Ed.) Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=Q9bMDwAAQBAJ&pg=PA3&dq=Mecanismos+de+seguridad+en+los+medios+de+pago+electr%C3%B3nicos&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewj5yqyBobPvAhW7GbkGHXs5A2wQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q=Mecanismos%20de%20seguridad%20en%20los%20medios%20de>
- Francia Minchola, C. E. (2018). La Evasión Tributaria y su Efecto en la Rentabilidad de los Restaurantes del Distrito de Salaverry, Trujillo año 2017. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24185/francia_mc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez Sabaini, J. C., & Morán, D. (2020). Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe. Santiago. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46301/1/S2000696_es.pdf
- Guerra Sua, M. (2015). E - commerce y logística en Beico S.A.S. Medellin, Colombia. Obtenido de http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/1200/2/Esumer_ecommerce.pdf
- Hernandez Sampieri, R., Hernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hurtado, S. (2012). Criterios de expertos. Obtenido de <http://www.ub.edu/histodidactica/index>.
- Inacio, C. (2018). Comercio electronico. Obtenido de <https://claudioinacio.com/2018/07/18/tipos-de-comercio-electronico-modelos-negocios/>
- INEI - Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Perú, Tecnologías de Información y Comunicación en las empresas, 2016. Lima. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1581/libro.pdf

Jara Llashg, R. (2018). Evasión Tributaria y su relación en la recaudación fiscal en los comerciantes del mercado huamantanga en el distrito de Puente Piedra – 2017. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23636/Jara_LRR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2016). *El uso de la encuesta de tipo social en traductología . Características metodológicas*. Barcelona. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/267973024_El_uso_de_la_encuesta_de_tipo_social_en_Traductologia_Caracteristicas_metodologicas

MEF - Ministerio de Economía y Finanzas. (Abril de 2015). Manual para la mejora de la recaudación de impuesto predial. Lima, Peru. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/migl/metad/3_Fiscalizacion.pdf

Mirabal Sarmiento, D. E., Torres Santa Cruz, J. D., & Vera Vilchez, E. F. (2017). Uso de los medios de pago del sistema de bancarización y su incidencia tributaria en la empresa comercial de licores Valsadi S.A.C. del distrito de Pueblo Libre, año 2014. Peru. Obtenido de file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Mirabal_DE_Torres_JD_Vera_EF_TCON_2017.pdf

Moreira burgos, A. P. (Agosto de 2016). Aplicación del régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE) en el comercio informal de la Ciudad de milagro y su análisis en la evasión Tributaria de dicho sector, Período 2012-2015. Milagro, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13994>

Paredes Caicedo, G. D. (2017). El Comercio Electrónico y la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador. Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.iaen.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/24000/4597/TESIS-PAREDES%20GIOCONDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Paredes Floril, P. R. (15 de Enero de 2015). La evasión tributaria e incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la provincia del Guayas, período 2009-2012. Guayas, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6881>

Ramos Castilla, J. M. (26 de Julio de 2017). Analisis del incumplimiento tributario en el sector comercio modelo de gestión de riesgos. Lima, Peru. Obtenido de <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/14724-Texto%20del%20art%C3%ADculo-50815-2-10-20180620.pdf>

Rivera Lizano, K. X., & Estrada Roca, R. S. (9 de Setiembre de 2016). Incidencia de la implementación de un programa de fortalecimiento comercial a través de E-commerce en el nivel de ventas de productos de cuero de la comunidad Quisapincha. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6381>

Rosa Cruz Bejar, J. (2017). Implicancias tributarias del comercio electrónico en el impuesto general a las ventas en el mercado de Arequipa 2016. Arequipa, Peru. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3723/Cocrbejr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ruiz de Castilla Ponce de Leon , F. J. (05 de Enero de 2008). Fiscalizacion tributaria. Santa Cruz, Bolivia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4275/427539905010.pdf>
- Sanabria Diaz, V. L., & Torres Ramirez, L. A. (2015). Impacto del comercio electrónico en el nivel de ventas de las mipyme del sector comercio, industria y servicios de la ciudad de Ibagué. Ibague, Colombia. Obtenido de <http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/1530/1/RIUT-DAA-spa-2015-Impacto%20del%20comercio%20electr%C3%B3nico%20en%20el%20nivel%20de%20ventas%20de%20las%20Mipymes.pdf>
- Somalo, I. (2017). *El comercio electrónico*. Madrid, España: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=M0ubdWt1sc4C&printsec=frontcover&dq=comercio+electronico&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=comercio%20electronico&f=false
- SUNAT - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Administramos los tributos del Gobierno Nacional Peruano. (01 de 01 de 2017). Libro segundo - la administracion tributaria y los administrados. Peru. Obtenido de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Administramos los tributos del Gobierno Nacional Peruano
- SUNAT - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Administramos los tributos del Gobierno Nacional Peruano. (2020). Estimacion del incumplimiento en el impuesto general a las ventas 2019. Lima, Peru. Obtenido de https://mef.gob.pe/contenidos/tributos/doc/Incumplimiento_IGV_2019.pdf
- Tixi Lucero, Y. J. (2016). La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en el Cantón Riobamba período 2014. Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2750/1/UNACH-FCP-CPA-2016-0032.pdf>
- Vargas Colunche, Z. (2018). Evasión Tributaria y su incidencia en la recaudación del Impuesto Predial en la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca - 2017. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27689/Vargas_CZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas Morales, E. (2017). La cultura tributaria y la evasion tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tingo Maria, 2017. Huanuco, Peru. Obtenido de http://repositorio.uladec.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6262/CULTURA_TRIBUTARIA_EVASION_CONTRIBUYENTE_VARGAS_MORALES_ESTHER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zavaleta Arbulu, H. (2019). El comercio electrónico influye en la confianza del consumidor de la empresa importaciones Hezar del distrito de san Martín de Porres, año 2016. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38674/Zavaleta_AH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zegarra Vilchez, J. (2017). Apuntes para la elaboracion de un concepto de fiscalizacion tributaria en el Peru. Peru. Obtenido de <https://www.zyaabogados.com/administrador/assets/uploads/files/7905a-Apuntes-para-la-elaboracion-de-un-concepto-de-fiscalizacion-tributaria-en-el-Peru.pdf>

ANEXOS

Anexo 01:

Matriz de consistencia

TÍTULO: “Comercio Electrónico y Su Influencia en la Evasión Tributaria en Tiempos de Covid – 19, en Empresas Electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020”

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo influye el Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo influye la motivación a la compra en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?</p> <p>¿Cómo influye los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19 en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?</p> <p>¿Cómo influye los mecanismos de seguridad en los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>Determinar la influencia del Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar la influencia de la motivación a la compra en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p> <p>Determinar la influencia los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p> <p>Determinar la influencia de los mecanismos de seguridad en los medios de pago en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El Comercio Electrónico influye en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p> <p>Hipótesis Específicos</p> <p>La motivación a la compra influye significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p> <p>Los medios de pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p> <p>Los mecanismos de seguridad en los medios de pago influyen significativamente en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>X: Comercio Electrónico</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivación a la compra • Medios de pago • Mecanismos de seguridad en los medios de pago <p>Variable Dependiente</p> <p>Y: Evasión Tributaria</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recaudación tributaria • Ausencia de fiscalización tributaria • Incumplimiento tributario 	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Explicativa</p> <p>Enfoque de investigación: cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación: No Experimental - transversal</p> <p>Población: 45 personas que ejercen el comercio electrónico.</p> <p>Muestra: 45 personas que ejercen el comercio electrónico.</p> <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: Escala tipo Liket</p>

Anexo 02:*Validez de ítems: Variable comercio electrónico*

Estadística de total de elementos				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera usted, que el comercio electrónico satisface su necesidad de ahorro.	31,50	33,389	,670	,765
Considera usted, al comercio electrónico como una herramienta innovadora para realizar sus compras.	31,20	31,511	,721	,754
Considera usted un riesgo al comercio electrónico	32,60	40,933	-,103	,858
Considera usted, que el comercio electrónico garantiza la calidad de su compra.	32,30	30,233	,639	,761
Considera usted, que el tiempo de espera es importante para la recepción de su pedido.	31,70	36,678	,359	,795
Considera usted, confiable realizar un depósito bancario por adelantado por su compra electrónica	32,50	32,056	,615	,766
Considera usted, que los pagos a contra entrega son más confiables.	31,10	37,656	,341	,797

Considera usted, que los pagos con tarjetas bancarias son confiables.	32,20	27,956	,745	,743
Considera usted, que las empresas han mejorado sus sistemas de seguridad en los medios de pagos electrónicos.	32,00	30,667	,765	,748
Considera usted, que las empresas deben mejorar sus datos en los medios de pagos electrónicos.	31,50	37,833	,217	,807

Fuente: SSPS Vs 25

Anexo 03:*Validez de ítems: Variable evasión tributaria*

Estadística de total de elementos				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera usted, conveniente que la finalidad de las aportaciones por parte de los contribuyentes sea destinada para la ejecución de obras públicas en beneficio de la población.	37,60	34,489	,801	,752
Considera usted, que al pagar sus impuestos ayudaría al desarrollo del país.	37,70	35,567	,687	,762
Considera usted, que el gobierno debería informar el destino que se da a la recaudación de los tributos.	37,60	34,489	,801	,752
Considera usted, que los tributos recaudados por la SUNAT son administrados adecuadamente por el estado	39,50	47,389	-,471	,865
La SUNAT realiza visitas de fiscalización a su negocio.	38,60	35,822	,356	,786

Considera usted, que es muy importante el control y seguimiento a su negocio por parte de la SUNAT.	38,20	36,400	,282	,795
Considera usted, que la fiscalización que realiza la SUNAT es importante para el beneficio del país.	38,00	34,222	,584	,762
Cumple de manera voluntaria con el pago de sus impuestos.	38,00	32,444	,666	,750
Considera usted, que el cliente exija su comprobante de pago cada vez que realiza una compra.	38,10	29,656	,672	,745
Se informa usted, sobre las modificaciones, creación y aplicación de la norma tributaria.	38,40	33,156	,792	,745
Considera usted, que los impuestos que establece la SUNAT son muy excesivos.	38,30	32,011	,469	,777

Fuente: SSPS Vs 25

Anexo 04:

Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA

Esta encuesta tiene por objetivo determinar la influencia del Comercio Electrónico en la Evasión Tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020.

Agradezco por anticipado su colaboración.

INSTRUCCIONES: Lea las preguntas con cuidado; luego, enumere las respuestas según corresponda, de acuerdo a su criterio. Recuerde, no hay respuestas buenas, ni malas. Conteste todas las interrogantes con la verdad.

1	Total desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

VI: COMERCIO ELECTRONICO

Nº	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
D1: MOTIVACION A LA COMPRA						
1	Considera usted, que el comercio electrónico satisface su necesidad de ahorro.					
2	Considera usted, al comercio electrónico como una herramienta innovadora para realizar sus compras.					
3	Considera usted, un riesgo al comercio electrónico					
4	Considera usted, que el comercio electrónico garantiza la calidad de su compra.					

5	Considera usted, que el tiempo de espera es importante para la recepción de su pedido					
D2: MEDIOS DE PAGO						
6	Considera usted, confiable realizar un depósito bancario por adelantado por su compra electrónica					
7	Considera usted, que los pagos a contra entrega son más confiables.					
8	Considera usted, que los pagos con tarjetas bancarias son confiables.					
D3: MECANISMOS DE SEGURIDAD EN LOS MEDIOS DE PAGO						
9	Considera usted, que las empresas han mejorado sus sistemas de seguridad en los medios de pagos electrónicos.					
10	Considera usted, que las empresas deben mejorar sus datos en los medios de pagos electrónicos.					

VD: EVASION TRIBUTARIA

Nº	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
D4: RECAUDACION TRIBUTARIA						
a	Considera usted, conveniente que la finalidad de las aportaciones por parte de los contribuyentes sea destinada para la ejecución de obras públicas en beneficio de la población.					
b	Considera usted, que al pagar sus impuestos ayudaría al desarrollo del país.					
c	Considera usted, que el gobierno debería informar el destino que se da a la recaudación de los tributos.					
d	Considera usted, que los tributos recaudados por la SUNAT son administrados adecuadamente por el estado					
D5: AUSENCIA DE FISCALIZACION TRIBUTARIA						

a	La SUNAT realiza visitas de fiscalización a su negocio.					
b	Considera usted, que es muy importante el control y seguimiento a su negocio por parte de la SUNAT.					
c	Considera usted, que la fiscalización que realiza la SUNAT es importante para el beneficio del país					
D6: INCUMPLIMIENTO TRIBUTARIO						
a	Cumple de manera voluntaria con el pago de sus impuestos.					
b	Considera usted, que el cliente exija su comprobante de pago cada vez que realiza una compra.					
c	Se informa usted, sobre las modificaciones, creación y aplicación de la norma tributaria.					
d	Considera usted, que los impuestos que establece la SUNAT son muy excesivos.					

Anexo 05:

Base de datos variable comercio electrónico

ENCUESTADOS	V1: COMERCIO ELECTRONICO													
	D1: MOTIVACION DE COMPRA					SUMA D1	D2: MEDIOS DE PAGO			SUMA D2	D3: MECANISMOS DE SEGURIDAD EN LOS MEDIOS DE PAGO		SUMA D3	SUMA V1
	I1	I2	I3	I4	I5		I6	I7	I8		I9	I10		
1	3	3	2	2	3	13	3	3	3	9	3	3	6	28
2	4	4	5	2	4	19	4	4	4	12	4	4	8	39
3	4	4	1	1	4	14	1	5	1	7	1	5	6	27
4	2	2	3	3	3	13	2	4	2	8	3	3	6	27
5	5	5	1	5	5	21	4	5	5	14	5	5	10	45
6	4	5	4	4	2	19	2	4	4	10	3	5	8	37
7	4	5	3	4	4	20	2	5	2	9	4	4	8	37
8	4	4	4	2	4	18	3	4	2	9	3	3	6	33
9	5	5	2	4	4	20	4	4	4	12	4	3	7	39
10	4	5	3	4	4	20	4	5	5	14	4	4	8	42
11	2	2	3	3	3	13	2	4	2	8	3	3	6	27
12	5	5	1	5	5	21	4	5	5	14	5	5	10	45
13	4	5	4	4	2	19	2	4	4	10	3	5	8	37
14	4	5	3	4	4	20	2	5	2	9	4	4	8	37
15	4	4	4	2	4	18	3	4	2	9	3	3	6	33
16	3	3	2	2	3	13	3	3	3	9	3	3	6	28
17	4	4	5	2	4	19	4	4	4	12	4	4	8	39

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

Fuente: Elaboración por el autor

Base de datos variable evasión tributaria

ENCUESTADOS	V2: EVASIÓN TRIBUTARIA														
	D4: RECAUDACION TRIBUTARIA				SUMA D4	D5: AUSENCIA DE FISCALIZACION TRIBUTARIA			SUMA D5	D6: INCUMPLIMINETO TRIBUTARIO				SUMA D6	SUMA V2
	I11	I12	I13	I14		I15	I16	I17		I18	I19	I20	I21		
1	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	1	2	1	7	28
2	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	44
3	5	5	5	1	16	4	1	5	10	5	2	4	5	16	42
4	4	4	5	3	16	3	4	4	11	4	4	3	4	15	42
5	5	5	5	1	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20	51
6	5	5	5	3	18	4	5	5	14	5	5	4	2	16	48
7	5	5	4	2	16	1	4	4	9	4	5	3	5	17	42
8	4	4	4	2	14	3	4	4	11	3	4	3	3	13	38
9	4	4	4	4	16	3	4	2	9	2	4	4	3	13	38
10	5	4	5	2	16	4	4	4	12	5	5	4	5	19	47
11	4	4	5	3	16	3	4	4	11	4	4	3	4	15	42
12	5	5	5	1	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20	51
13	5	5	5	3	18	4	5	5	14	5	5	4	2	16	48
14	5	5	4	2	16	1	4	4	9	4	5	3	5	17	42
15	4	4	4	2	14	3	4	4	11	3	4	3	3	13	38
16	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	1	2	1	7	28
17	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	44
18	5	5	5	1	16	4	1	5	10	5	2	4	5	16	42

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

Fuente: Elaboración por el autor

Anexo 06:*Relación de las empresas dedicadas al comercio electrónico*

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	RAZON SOCIAL	RUC	TOTAL DE TRABAJADORES
1	VIDALON ORELLANA WILLIAM M.	INTERNET GERALDINE	10702565182	3
2	OMAR CAMILO PALOMINO SIHUAY	PC - SISTEM P	10542681592	3
3	ZARATE SALAZAR VICTOR RAUL	THREECOM S.A.C	20601077494	3
4	SAICO ROJAS JONI PERY	MULTISERVICIOS SYSTEM	10257750812	3
5	QUISPE PALOMINO CESAR	ACCESORIOS DE CELULAR Y COMPUTO CESARIN	10432130971	3
6	AYALA TOLEDO ELISEO	SOLUCIONES INFORMATICAS TOLEDO	10453820717	3
7	WILLIAM JAVIER VASQUEZ CORDOVA	ISYTEC	20534572400	3
8	VLADIMIR WALTER CHAVEZ ARRIETA	NEGOCIACIONES COMPUTRONIC	10440307341	3
9	ROSA MARILENHA CONTRERAS CHAVEZ	COMPUTER MOUSE	10455242989	3
10	AYALA TOLEDO ELISEO	SOLUCIONES INFORMATICAS TOLEDO	10453820717	3
11	CHAVEZ ARRIETA VLADIMIR WALTER	COMPUTRONIC	10440307341	3
12	OFICENTRO PERU S.A.C.	OFICENTRO PERU S.A.C.	20603709307	3
13	BUSINESS GENERAL DEL PERU E.I.R.L.	BUSINESS E.I.,R.L.	20502648195	3
14	MAGALY HUAMAN LAURENTE	NOVEDADES DANNA	10425192522	3
15	FELIX EDWIN GAVILAN REYES	REPRESENTACIONES AXEL	10701082374	3
			TOTAL	45

Fuente: Elaboración por el autor

Anexo 07:

Opinión de expertos

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **EXISTE SUFICIENCIA**

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

Apellidos y nombres del juez validador. **COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE** **DNI: 09925834**

Especialidad del validador: **DOCTOR EN ADMINISTRACION**

***Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
***Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
***Claridad:** 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

24 de 03 del 2021

FIRMADO

Firma del Experto Informante.



ROSARIO VIOLETA GRIJALVA SALAZAR

para mí ▾

24 mar. 2021 20:13



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**

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. **IBARRA FRETTELL WALTER GREGORIO** **DNI: 06098355**

Especialidad del validador: **...FINANZAS**

***Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
***Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
***Claridad:** 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

25 de Marzo del 2020

Firma del Experto Informante.