



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS
RÉGIMEN TRIBUTARIO Y EL COMERCIO
ELECTRÓNICO EN EL DERECHO PERUANO,
DISTRITO JUDICIAL DE AREQUIPA, 2023

PRESENTADO POR
BACH. LEONEL MARCO DIAZ PALOMINO

ASESOR
DR. JESUS SALVADOR PAREDES AMANQUI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

MOQUEGUA – PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS (FCJEP), certifica que el trabajo de investigación (___) / Tesis (___) / Trabajo de suficiencia profesional (X) /

RÉGIMEN TRIBUTARIO Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DERECHO PERUANO, DISTRITO JUDICIAL DE AREQUIPA, 2023

Presentado por el (la):

BACH. LEONEL MARCO DIAZ PALOMINO

Para obtener el grado académico (___) o Título profesional (X) o Título de segunda especialidad (___) de ABOGADO asesorado por el DR. JESÚS SALVADOR PAREDES AMANQUI, asesor con Resolución de Decanato N°01841-2023-FCJEP-UJCM, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
DERECHO	BACH. LEONEL MARCO DIAZ PALOMINO	RÉGIMEN TRIBUTARIO Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DERECHO PERUANO, DISTRITO JUDICIAL DE AREQUIPA, 2023	13%

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del 13%, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 03 de julio de 2024

Dr. Teófilo Lauracio Ticona
Jefe Unidad de Investigación FCJEP

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
PÁGINA DE JURADO	ii
CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.1. Descripción de la realidad problemática	14
1.2. Definición del problema	16
1.3. Objetivos de la investigación	16
1.4. Justificación y limitaciones de la investigación	16
1.5. Variables y operacionalización	17
1.6. Hipótesis de la investigación	20
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.2. Bases teóricas	24
2.3. Marco conceptual	29

CAPÍTULO III MÉTODO.....	32
3.1. Tipo de investigación	32
3.2. Diseño de investigación	32
3.3. Población y muestra	33
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	34
CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	36
4.1. Presentación de resultados por variables.....	36
4.2. Contrastación de hipótesis.....	39
4.3. Discusión de resultados.....	41
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
5.1. Conclusiones	45
5.2. Recomendaciones	47
BIBLIOGRAFÍA.....	48
ANEXOS	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro de operacionalización de variables</i>	19
Tabla 2 <i>Confiabilidad</i>	34
Tabla 3 <i>Análisis de la variable “Régimen tributario”</i>	36
Tabla 4 <i>Análisis de la variable “Comercio electrónico”</i>	38
Tabla 5 <i>Prueba de normalidad</i>	39
Tabla 6 <i>Correlación entre variable “Régimen tributario” y variable “Comercio electrónico”</i>	40
Tabla 7 <i>Correlación entre dimensión “Negocio” y variable “Comercio electrónico”</i>	40
Tabla 8 <i>Correlación entre dimensión “Obligaciones tributarias” y variable “Comercio electrónico”</i>	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Análisis de la variable “Régimen tributario”</i>	37
Figura 2 <i>Análisis de la variable “Comercio electrónico”</i>	38

RESUMEN

La investigación se ha centrado en determinar la relación entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023. La metodología que ha representado el estudio ha correspondido a haber sido de diseño no experimental, en donde se ha mantenido el empleo del cuestionario para poder valorar la perspectiva que han tenido un total de 65 expertos en derecho. Los resultados han llevado a confirmar que, existió una relación directamente proporcional de 0.767 entre el régimen tributario y el comercio electrónico, en donde se ha podido establecer ello al alcanzar una sigma inferior a 0.050. Se concluyó que, el régimen tributario desempeña un papel esencial en la regulación y el funcionamiento del comercio electrónico, y su adaptación continua es crucial para garantizar una recaudación equitativa de impuestos y el cumplimiento normativo en este entorno digital en constante evolución.

Palabras clave: Régimen tributario, negocio, política, consumo, impuestos.

ABSTRACT

The research has focused on determining the relationship between the tax regime and electronic commerce in Peruvian law, Judicial District of Arequipa, 2023. The methodology that has represented the study has corresponded to having been of a non-experimental design, where it has been The use of the questionnaire was maintained to be able to assess the perspective that a total of 65 legal experts had. The results have led to confirming that there was a directly proportional relationship of 0.767 between the tax regime and electronic commerce, where this has been established by reaching a sigma less than 0.050. It was concluded that the tax regime plays an essential role in the regulation and operation of electronic commerce, and its continuous adaptation is crucial to ensure equitable tax collection and regulatory compliance in this constantly evolving digital environment.

Keywords: Tax regime, business, politics, consumption, taxes.

INTRODUCCIÓN

Globalmente, existe una aceptación común de que el paso del tiempo ha favorecido un crecimiento excesivo en relación con el comercio digital, también conocido como e-commerce. Actualmente, numerosas firmas optan por el diseño y ejecución de plataformas electrónicas o sitios web para su función comercial principal, la cual consiste en transacciones en una economía online, expandiendo su alcance a un amplio espectro de clientes o usuarios (Portillo y Meza, 2022). Frente a esto, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) subrayó que, en el periodo de pandemia, las ventas del comercio digital se multiplicaron, subiendo del 16.0% al 19.0% durante el año 2020. Sin embargo, también se señaló que los Gobiernos no pueden ignorar esta realidad y deben imponer gravámenes para adquirir recursos (Mendoza y Peralta, 2023).

En el contexto nacional, la aparición del comercio virtual ha trastocado las rutinas comerciales existentes, en las que las firmas ahora adoptan medios digitales para interactuar con los probables compradores y mostrar su catálogo de bienes y servicios. Este fenómeno tiene un reflejo tangible en la economía de las naciones. Según lo desvelado por Euromonitor Internacional (EI), la realidad comercial del Perú ha sido profundamente influenciada por el comercio electrónico, cuyo porcentaje de ventas ascendió a 54.0% en los últimos años, vívidamente marcados por la crisis pandémica. Además, expuso que en el periodo previo al 2020, este modelo de negocios ingresó aproximadamente 4 mil millones de dólares y concluyendo el mismo año, las ganancias ascendieron hasta alcanzar la cifra de 6 mil millones de dólares (Revolledo, 2023).

En el Distrito Judicial de Arequipa, existe una gran cantidad de negocios que operan dentro del ámbito del e-commerce y enfrentan situaciones de inseguridad notables. Esta incertidumbre se debe principalmente a la falta de un sistema de impuestos específico y a la ausencia de procedimientos claros que les faciliten determinar sus obligaciones fiscales, basándose en la naturaleza de su modelo de negocio. Esta carencia conduce a la posibilidad de que incurran en irregularidades al hacer sus declaraciones y pagos impositivos, o incluso, a que eludan sus responsabilidades fiscales. Este comportamiento, por su lado, les expone

a posibles repercusiones legales, como sanciones o multas. De acuerdo con lo señalado, se ha expuesto la siguiente pregunta de análisis ¿Cuál es la relación entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023?

Además, el interés de desarrollo de la investigación, se ha encontrado manifestado en poder comprender cómo es que el régimen tributario puede llegar a tener un impacto directo en el comercio electrónico, en donde la información obtenida ha podido significar un análisis claro y preciso acerca de la búsqueda de soluciones que demás investigadores pretenden mantener respecto a la obstaculización que se puede tener en términos de desarrollo en el país, producto de la limitante en términos de cobro de impuesto.

Los capítulos que han representado la investigación fueron los siguientes:

Capítulo I, centrado en la exposición del problema sobre el cual se ha manifestado la investigación.

Capítulo II, se ha concebido la exposición teórica que ha sustentado a las variables y dimensiones de estudio.

Capítulo III, se ha manifestado el rango metodológico sobre el cual se ha procedido con el análisis de los datos.

Capítulo IV, se ha ofrecido respuesta hacia cada uno de los planteamientos realizados en el análisis, en comparación con los demás autores.

Capítulo V, se ha concluido de manera directa en el estudio, incorporando demás recomendaciones que han buscado ampliar el análisis.

Referencias y anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel internacional, se reconoce que con el pasar de los años se ha propiciado un aumento desmedido en cuanto al comercio electrónico o también denominado como e-commerce, en cuanto muchas empresas en la actualidad optan por la creación y uso de las plataformas digitales o páginas web para su principal actividad comercial, siendo esta las ventas en un mercado online, ampliando su llegada a muchos clientes o usuarios (Portillo y Meza, 2022). Frente a ello, la ONU afirmó que, durante el periodo de pandemia, el comercio electrónico incrementó sus ventas, pasando del 16.0% al 19.0% al año 2020, sin embargo, se reconoce que los Estados no pueden pasar por alto esta situación y deben aplicar los impuestos para la obtención de recursos (Mendoza y Peralta, 2023).

No obstante, la problemática de este tipo de comercio deriva del hecho de que muchos países no cuentan con los recursos o herramientas que les permita tener un control fiscal, evidenciando que sus normativas y mecanismos no se encuentran a la altura de los nuevos modelos de negocio, conduciendo a que desarrollen un marco normativo buscando que las empresas sean obligadas a cumplir con sus responsabilidades tributarias, tal es el caso de los países europeos, donde ante el surgimiento del comercio electrónico no se puede controlar la recaudación tributaria. Igualmente, se tiene el caso de Ecuador, donde se cuenta con regímenes impositivos, sin embargo, el comercio electrónico imposibilita conocer las transacciones que se llevan a cabo, considerando que estas son la base para la estimación de los tributos (Briones, Bailón, 2022).

A nivel nacional, el comercio electrónico representa una nueva manera de llevar a cabo negocios y de forma efectiva, en cuanto las empresas hacen uso del internet para ponerse en contacto con sus posibles consumidores y ofrecer sus productos o servicios, donde ello produce un impacto directo frente a la economía de los países. Al respecto, la compañía EI reveló que, en los últimos años y producto de la pandemia vivenciada, en el Perú el uso del comercio electrónico representó el 54.0% de las ventas, del mismo modo afirmó que hasta el año 2019, esta modalidad de comercio facturó cerca de 4 mil millones de dólares y hasta finales del año 2020 hubo un aumento hasta los 6 mil millones de dólares (Revolledo, 2023).

Sin embargo, el problema en el contexto nacional deriva de que las empresas por medio de este comercio evaden los impuestos en cuanto muchas no emplean su RUC con la intención de evitar la emisión de los comprobantes de pago, agravando la situación considerando que existe un elevado índice de contribuyentes que no cumplen con sus responsabilidades tributarias como derivación de la escasa cultura tributaria en el país, lo cual afecta la recaudación de los impuestos y por consiguiente el desarrollo o mejora del país (Cerón et al., 2022).

Además, es importante destacar que en el país no hay ley que permita la regulación sobre aspectos derivados por el comercio electrónico, si bien en junio del año 2020, se aprobó un DS que brindó la facultad de operar bajo este tipo de comercio como consecuencia de la emergencia sanitaria, no obstante, no se evaluó el hecho de que no se contaba con los mecanismos para tener control o fiscalización sobre la administración tributaria. Por lo cual para el año 2021, la Organización para el Desarrollo y Cooperación Económico (OCDE) brindó facultades a la administración tributaria para poder fiscalizar cuentas bancarias que ostenten una cifra mayor a las 7 UIT, sin embargo, los resultados de esta acción expusieron que muchos empresarios no tenían sustento para evidenciar sus ingresos como consecuencia de que no fueron declarados (Montesinos, 2021)

A nivel regional y local, se ha identificado muchas empresas que operan bajo el comercio electrónico en el Distrito Judicial de Arequipa, ostentan situaciones de incertidumbre, por lo mismo que la inexistencia de un régimen tributario, la falta de procedimientos para que estos puedan determinar sus

obligaciones tributarias a partir del tipo de comercio empleado, conduce a que estos cometan infracciones en sus declaraciones y pagos o en muchos casos evadan sus responsabilidades y estén expuestos a posibles sanciones o multas.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre la dimensión negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023?

¿Cuál es la relación entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023

1.3.2. Objetivos específicos

Identificar la relación entre la dimensión negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023

Identificar la relación entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023

1.4. Justificación y limitaciones de la investigación

Desde un apartado social, el estudio estuvo orientado a la determinación de la relación existente entre el régimen tributario frente al comercio electrónico en el derecho peruano, con la intención de que el contenido ofrecido pueda incrementar los conocimientos sobre la relevancia de que las autoridades correspondientes puedan desarrollar las normativas requeridas con el propósito de que las empresas

que operan bajo este comercio no evadan la responsabilidad tributaria y ello no produzca afectación en la recaudación tributaria y por consiguiente, no obstaculice el desarrollo del país ante la falta del cobro de los impuestos.

Desde un apartado práctico, los resultados conseguidos en el desarrollo de la investigación fueron de utilidad para posteriores estudios elaborados bajo la misma temática, los cuales requieren de evidencia científica con la intención de que proponer acciones de mejora que ayuden a aminorar la problemática consignada, del mismo modo, pudieron servir para las autoridades y profesionales en materia de derecho que tengan la intención de desarrollar soluciones encaminadas a mejorar las medidas adoptadas para la fiscalización de aquellos negocios que operan por medio del comercio electrónico y reducir el índice de evasión de impuestos a nivel nacional.

La importancia de la investigación radicó en la necesidad de recopilar evidencia científica que determine el grado de incidencia del empleo de un régimen tributario frente al comercio electrónico, lo cual permitió que las autoridades correspondientes se replanteen el hecho de desarrollar y mejorar las normativas con el propósito de prevenir la evasión de impuestos por parte de muchas empresas que hacen uso de este tipo de comercio para el desarrollo de sus actividades.

Así mismo, no se ha descartado el hecho de que las limitaciones de la investigación han estado centradas en la necesidad de contar con conocimiento directo de la temática, por medio de la recuperación de datos de máximo 5 años de antigüedad, en donde se ha complementado con la perspectiva que han ofrecido los expertos respecto a la investigación, en coherencia con cada uno de los objetivos y financiado de manera integral por el investigador.

1.5. Variables y operacionalización

1.5.1. Variables

Variable independiente: Régimen tributario

Definición conceptual: Éste queda establecido como aquella serie de atributos o bases normativas que caracterizan al sistema tributario en cuanto a la

necesidad de establecer reformas tributarias que beneficien la recaudación de impuestos (Revolledo, 2023).

Definición operacional: Considerando la incurrancia del cuestionario, se mantuvo la posibilidad de establecer la valoración del régimen tributario por medio de expertos, en cuanto a la disposición de las obligaciones tributarias por la incurrancia de negocios producto de la actividad económica en sí misma.

Variable dependiente: Comercio electrónico

Definición conceptual: Se comprende como cualquier forma de transacción comercial en donde las partes llegan a interactuar de manera electrónica, en vez de que se realice un contacto físico para la adquisición de un bien o servicio (Mendoza y Peralta, 2023).

Definición operacional: Mediante el empleo del cuestionario, se contó con la disposición del análisis en términos de política de consumo e impuestos, analizados desde la perspectiva de profesionales del derecho.

1.5.2. Operacionalización

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Variable independiente: Régimen tributario	Este queda establecido como aquella serie de atributos o bases normativas que caracterizan al sistema tributario en cuanto a la necesidad de establecer reformas tributarias que beneficien la recaudación de impuestos (Revolledo, 2023).	Considerando la incurrancia del cuestionario, se mantuvo la posibilidad de establecer la valoración del régimen tributario por medio de expertos, en cuanto a la disposición de las obligaciones tributarias por la incurrancia de negocios producto de la actividad económica en sí misma.	Negocio	Actividad económica Empresa	Ordinal Nivel bajo (1 – 16) Nivel medio (17 – 32) Nivel alto (33 – 50)	Cuestionario
			Obligaciones tributarias	Mandato legal Sujeto pasivo Pago de tributos		
Variable dependiente: Comercio electrónico	Se comprende como cualquier forma de transacción comercial en donde las partes llegan a interactuar de manera electrónica, en vez de que se realice un contacto físico para la adquisición de un bien o servicio (Mendoza y Peralta, 2023).	Mediante el empleo del cuestionario, se contó con la disposición del análisis en términos de política de consumo e impuestos, analizados desde la perspectiva de profesionales del derecho.	Política de consumo	Términos Servicios de pago	Ordinal Nivel bajo (1 – 16) Nivel medio (17 – 32) Nivel alto (33 – 50)	Cuestionario
Impuestos	Medidas de recaudación Recaudación efectiva					

1.6. Hipótesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023

1.6.2. Hipótesis específicas

Existe relación significativa entre la dimensión negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023

Existe relación significativa entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Lombardi (2019), Argentina, buscó analizar el régimen tributario y su incidencia en el comercio electrónico. Además, el estudio fue descriptivo, con una muestra integrada por fuentes documentales, aplicando la técnica revisión documental. Igualmente, los resultados detallaron que en Argentina se han realizado esfuerzos para la implementación de los servicios digitales en el IVA, no obstante, los resultados de ello siguen siendo escasos, obteniendo con ello una regulación insuficiente e incompleta que requiere de la intervención de los profesionales en la materia. Concluyendo que la normativa fiscalizadora en Argentina es deficiente, demandando herramientas que ayuden a evolucionar el comercio electrónico no únicamente por un beneficio económico, sino también reconociendo su importancia para enfrentar conflictos futuros debido a la globalización.

Briones y Bailón (2022), Ecuador, evaluó el comercio electrónico y su impacto frente a la recaudación de los impuestos en Ecuador. Asimismo, el estudio fue descriptivo, contando con una muestra de 387 personas de diferentes empresas, aplicando las técnicas tanto la encuesta como la revisión documental. Además, los resultados determinaron que el comercio electrónico ha tenido auge durante los últimos años debido a la emergencia sanitaria, no obstante, la problemática radica en el hecho de que gran parte de las ventas no están siendo facturadas, demostrando una falta de control tributario y el impacto en la recaudación. Concluyendo que, la

informalidad en el comercio electrónico muestra un impacto en la recaudación tributaria, donde la principal consecuencia corresponde a la informalidad.

Brandt (2019), Argentina, buscó analizar el comercio electrónico en la provincia de Córdoba. Asimismo, el estudio fue descriptivo, donde se aplicó una entrevista dirigida a 8 expertos en el área. Igualmente, los resultados consignaron que muchas empresas para garantizar su permanencia han optado por el comercio electrónico, no obstante, ello ha acarreado a la necesidad de ajustes en la administración tributaria, más aún en la recaudación de impuestos. Además, se identificó que el comercio electrónico carece de confianza, así como de estructura legal en cuanto a las normas y tributos, debido a que muchos países enfrentan el mercado informal, así como un retraso en la legislación vigente. Concluyendo que los administradores de la justicia desarrollen acciones para mejorar la fiscalización, recaudación, así como los procedimientos y normativas en la recaudación.

2.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Revolledo (2023), Chimbote, buscó evaluar el régimen tributario y su relación frente al comercio electrónico. Además, el estudio fue no experimental, donde se contó con una muestra de 10 profesionales de derecho, evaluados con la aplicación de la entrevista. Igualmente, los resultados revelaron que el Estado requiere de una normativa clara que se adapte a las necesidades y características del comercio electrónico, permitiendo que las empresas logren el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y prevenir con ello las multas o sanciones. Concluyendo que predomina la necesidad de llevar a cabo una implementación de un régimen tributario frente al comercio electrónico en cuanto favorece el desarrollo económico del país y propicia la formalidad y mejora en la fiscalización, además, contribuye en la mejor regulación jurídica de los actos dados en el comercio electrónico.

Mendoza y Peralta (2023), Huancayo, buscó analizar la obligación tributaria y su relación frente al comercio electrónico. Además, el estudio fue cuantitativo y no experimental, donde se tuvo como muestra a 60 profesionales y se aplicó la técnica encuesta. Asimismo, los resultados determinaron que el 43.3% valoró en nivel medio el comercio electrónico, mientras que el 41.6% calificó en nivel medio

la obligación tributaria. Concluyendo que con un valor de significancia equivalente a 0.000 predominó una relación entre los elementos observados.

Cerón et al. (2022), Lima, buscaron evaluar el comercio electrónico y su relación frente a la actitud ante la evasión tributaria. Además, el estudio fue no experimental, donde la muestra fueron 30 representantes de organizaciones, aplicando la técnica encuesta. Igualmente, los resultados revelaron que el comercio electrónico se encuentra en constante crecimiento debido al uso de las plataformas digitales por parte de las empresas y pagos a través de las transferencias interbancarias, lo cual ha conducido a un acrecentamiento de la evasión tributaria, obstaculizando la recaudación de los tributos. Concluyendo que con un valor de 0.844 predominó una correlación fuerte sobre los elementos valorados.

Huamán y Mejía (2022), Lima, buscaron analizar el régimen tributario y su relación frente a la capacidad contributiva de empresas pertenecientes al comercio electrónico. Igualmente, el estudio fue descriptivo, con una muestra de 87 empresas, aplicando la técnica encuesta. Además, los resultados determinaron que el 32.0% se mostró indiferente en cuanto a si el régimen tributario favorece para las empresas bajo el comercio electrónico, mientras que, respecto a la capacidad contributiva, el 39.0% se mostró indiferente, asimismo, se identificó el reconocimiento y acuerdo en cuanto a las infracciones como efecto correctivo de estas empresas ante un incumplimiento de sus obligaciones. Concluyendo que con un valor de significancia menor a 0.050 predominó una relación significativa sobre ambos elementos valorados.

Montesinos (2021), Lima, buscó evaluar el comercio electrónico y su relación frente a los tributos de las empresas. Además, el estudio fue no experimental, donde la muestra fueron 70 personas, empleando la técnica encuesta. Igualmente, los resultados determinaron que el 57.6% se mostró de acuerdo con que el sistema digital mejora la eficiencia de las empresas, el 44.1% señaló su acuerdo en cuanto a que las normas tributarias permiten la regulación del comportamiento de todo contribuyente. Concluyendo que predominó una relación significativa sobre los elementos valorados, no obstante, se requiere de mejoras en el marco normativo para la regulación de diversos aspectos del comercio electrónico.

2.1.3. Antecedentes regionales o locales

Ticona y Quispe (2020), Arequipa, buscaron evaluar la evasión tributaria en los contribuyentes que emplean el comercio electrónico. Además, el estudio fue descriptivo, aplicando la técnica encuesta a 30 personas contribuyentes y que realizan comercio electrónico. Igualmente, los resultados indicaron que el 66.7% mantuvo el nuevo RUS, el 23.3% Régimen especial y el 10.0% el régimen MYPE tributario, el 76.7% señaló que entre uno a dos años realizaba operaciones sobre el comercio electrónico, el 96.7% desconocía la normativa para la expedición de comprobantes de pago, mientras que, el 76.7% no conocía las sanciones ante el incumplimiento de la expedición de comprobantes. Concluyendo que los contribuyentes desconocían sobre el cálculo de los pagos de impuestos y no cumplían con la declaración de estos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Régimen tributario

El régimen tributario, sin duda alguna, es uno de los elementos más relevantes en todas las economías, pues se trata del conjunto de reglas y disposiciones legales mediante las cuales los gobiernos definen cómo se deben aplicar los impuestos. Bajo esta óptica, los contribuyentes, es decir, las personas físicas o jurídicas, deberán cumplir obligaciones fiscales estipuladas tanto en el nivel nacional como en los locales. Dicha estructura permite a los estados recaudar los recursos financieros necesarios para su funcionamiento y para proporcionar servicios públicos a los ciudadanos (Revolledo, 2023).

Sin embargo, es crucial tener en cuenta que cada país adapta este marco de acuerdo con sus necesidades fiscales y económicas específicas. Por tanto, se puede encontrar una gran variedad de modelos tributarios, los cuales pueden variar significativamente de una nación a otra. La adopción de un tipo particular de este sistema considera factores tales como la base imponible, el sujeto pasivo de la obligación fiscal, las tarifas y los tramos impositivos, el tiempo de cobro y las deducciones permitidas, así como los incentivos y exenciones fiscales (Xuhua et al, 2019).

Finalmente, cabe señalar que la implementación eficiente de tal esquema es esencial para el desarrollo socioeconómico de un país. Una administración fiscal sólida y equitativa promueve la justicia social al garantizar que todos los ciudadanos y las empresas contribuyan de manera equitativa al financiamiento de los bienes y servicios públicos. Aun así, es un desafío en constante evolución que requiere un equilibrio estratégico entre la necesidad de recaudación de fondos del estado y la capacidad contributiva de los contribuyentes (Gutiérrez, 2020).

2.2.1.1. Negocio

Comprender la implicancia de las operaciones comerciales dentro del marco fiscal peruano involucra una dinámica muy particular. La realización de transacciones comerciales, el montaje de nuevas empresas, incluso las inversiones, tienen una relación intrínseca con el derecho fiscal. Dicho conjunto de normas y leyes define como un negocio, independientemente de su tamaño, debe contribuir al erario. Un completo entendimiento de este sistema es vital para minimizar las cargas fiscales y evitar posibles sanciones administrativas o penales (Montesinos, 2021).

Además, una correcta planificación fiscal puede redundar en grandes beneficios para la empresa. Este proceso consiste en la organización efectiva de las actividades económicas con el objetivo de lograr la máxima eficiencia tributaria. Dicho de otro modo, se trata de aprovechar al máximo los beneficios, exoneraciones, deducciones y demás incentivos fiscales que oferta el Estado peruano a las entidades comerciales. Un eficiente diseño de la estructura tributaria de la empresa puede incluso hacer la diferencia entre el fracaso y el éxito empresarial (Cerón et al., 2022).

Por último, es preciso destacar que, para lograr una adecuada implementación de una estrategia de optimización tributaria, es crucial contar con amplios conocimientos del derecho fiscal en el Perú y mantenerse actualizado sobre los constantes cambios que experimenta. Todas las decisiones empresariales, desde las más simples a las más complejas, están influenciadas por el sistema fiscal. De esta forma, el derecho tributario se convierte en una herramienta esencial para el sano desarrollo de las actividades empresariales en el país (Ticona y Quispe, 2020).

2.2.1.2. Obligaciones tributarias

Las obligaciones tributarias constituyen uno de los componentes más esenciales del sistema fiscal. Son cargas públicas y legales que se derivan de la ley para sostener financieramente al estado permitiéndole cumplir así con sus responsabilidades fundamentales, como la provisión de infraestructura, servicios, programas sociales, defensa, entre otros. Además, este tipo de obligaciones también pueden ser catalogadas como una manifestación del deber cívico que cada ciudadano y entidad tiene para contribuir al bienestar general de la sociedad, siempre ajustándose a su capacidad económica (Huamán y Mejía, 2022).

No obstante, es también imprescindible destacar el carácter obligatorio de esta contribución. En este sentido, dichos mandatos legales no son voluntarios, sino exigibles y están sometidos a sanciones en caso de incumplimiento. Por tanto, es primordial comprender la estructura y aplicación de estas normativas para prevenir posibles conflictos legales y financieros. Aunque sean consideradas a menudo algo negativo, estas obligaciones juegan un papel vital en el desarrollo y progreso de un país, fomentando la igualdad y justicia tributaria (Brandt, 2019).

Por último, es fundamental señalar las tres categorías básicas dentro de las que se encuentran estos compromisos fiscales: los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales. Cada uno se caracteriza por sus peculiares elementos y naturaleza, pero todos comparten la finalidad de la financiación del gasto público. En suma, dichos compromisos constituyen una herramienta legal y necesaria que permite el normal desenvolvimiento del sistema público, respetando principios de legalidad, equidad y justicia (Briones y Bailón, 2022).

2.2.1.3. Teoría de la variable de estudio

El enfoque teórico de Adam Smith, reputado economista del siglo XVIII resulta altamente esclarecedor cuando se aborda la temática del régimen fiscal. A juicio del referido autor, en su obra "La Riqueza de las Naciones" establece cuatro principios básicos en los que debe basarse el sistema impositivo de cualquier nación: equidad, certidumbre, comodidad y economía. Esos principios, hoy día aún

vigentes y coherentes, aportan la esencia de lo que debe ser un régimen tributario eficaz y equitativo (Schumacher, 2020).

2.2.2. Comercio electrónico

En el ámbito de la legislación peruana, el comercio electrónico o e-commerce, surge como una modalidad de adquisiciones y transacciones, llevadas a cabo por medio de un sistema digital, a través del cual se ponen a disposición bienes y servicios. Este fenómeno ha permitido agilizar y simplificar operaciones comerciales, eliminando barreras físicas y geográficas, transformando la manera en la que se lleva a cabo la actividad comercial en el Perú y en todo el planeta. En términos legales, su dinamismo plantea un desafío, en términos de la creación de un marco regulatorio que permita aumentar la seguridad y confianza en este tipo de transacciones (Mendoza y Peralta, 2023).

Además, esta práctica de negocios en un entorno virtual contempla la interacción de los diversos actores implicados: compradores, vendedores, métodos de pago, logística y demás elementos que constituyen la cadena de comercio. Es parte de las obligaciones del marco jurídico, velar por la privacidad y protección de datos personales de los consumidores, así como hacer cumplir las normativas en relación con el consumo sustentable, competencia desleal y los derechos de los consumidores, entre otros aspectos (Schumacher, 2020).

Por otro lado, cabe destacar que, esta modalidad de negocio digital trae consigo una serie de retos en lo referente a tributación y fiscalización. En esa línea, las entidades estatales peruanas han venido trabajando en la regulación y formulación de políticas que permitan optimizar la recaudación fiscal y prevenir evasiones tributarias. No obstante, el ritmo acelerado del e-commerce hace imperante la necesidad de mantener actualizados dichos marcos regulatorios, para así impulsar su desarrollo y proteger los derechos de todos los actores involucrados (Lombardi, 2019).

2.2.2.1. Política de consumo

La política de consumo es un marco normativo creado para regular las interacciones entre consumidores y proveedores de bienes o servicios. Este tipo de

legislación garantiza que los derechos de los compradores estén protegidos y la competencia sea justa. Las estrategias implementadas tienen como objetivo proporcionar un entorno seguro y confiable para los consumidores, promoviendo la transparencia de los proveedores y sancionando prácticas comerciales desleales (Revolledo, 2023).

Retomando la temática anterior, es menester precisar que dichas normativas pueden variar considerablemente de un país a otro. En el Perú, la ley de Protección y Defensa del Consumidor es la encargada de regular este aspecto. Una de sus principales prioridades es asegurar el acceso de las personas a una información verídica y completa sobre los productos o servicios que desean adquirir. Por lo tanto, se prohíbe al proveedor ocultar información esencial o inducir a engaño a los compradores (Xuhua et al, 2019).

Sin embargo, la ejecución efectiva de esta política no solo depende de una legislación bien elaborada, sino también de la eficiencia de las instituciones encargadas de su implementación. En el caso peruano, el Indecopi es el organismo que supervisa esta esfera, sancionando a los empresarios que no cumplan con las obligaciones respecto a los consumidores. Además, ofrece una plataforma de denuncias y asesoramiento para quienes sientan que sus derechos han sido vulnerados (Montesinos, 2021).

2.2.2.2. Impuestos

Estos cargos financieros son obligaciones requeridas por los gobiernos a sus ciudadanos y empresas para recolectar fondos necesarios para llevar a cabo las funciones gubernamentales. A menudo, se les clasifica como directos o indirectos, siendo los primeros los que se cobran sobre los ingresos o la riqueza de una persona, mientras que los segundos se cobran sobre los bienes y servicios consumidos. En este sentido, puede decirse que estos son fundamentales para el funcionamiento de cualquier país, porque permiten financiar los diversos servicios públicos que proporciona el gobierno (Cerón et al., 2022).

No obstante, una consideración importante es que la imposición de estos cargos debe realizarse de manera justa y equitativa. El principio de imparcialidad

significa que las personas y organizaciones deben contribuir al fisco en proporción a su capacidad financiera. Esto implica que aquellos con mayores ingresos deben pagar más que aquellos con menos, un sistema que promueve la justicia social. Además, estos cargos también pueden utilizarse como herramientas para alcanzar objetivos económicos y sociales, ya que las políticas fiscales pueden afectar las decisiones de inversión y consumo (Ticona y Quispe, 2020).

Además, es necesario señalar que el derecho fiscal, que es la disciplina que rige la aplicación de estas obligaciones monetarias, es complejo y cambiante. Las leyes y reglamentos que los establecen están sujetos a modificaciones frecuentes. Asimismo, los contribuyentes pueden disputar la implementación o interpretación de estas a través de procedimientos legales. Es por esto por lo que se requiere de la asesoría de expertos en la materia para garantizar el cumplimiento adecuado y evitar sanciones legales (Huamán y Mejía, 2022).

2.2.2.3. Teoría de la variable de estudio

Existen diversas teorías jurídicas aplicables en el campo del comercio electrónico, y cada una tiene su propio matiz propio. Tomando como ejemplo, la teoría "Ley del Comercio Electrónico" de Moringiello y Reynolds. Este concepto plantea la necesidad de adaptar el antiguo derecho mercantil a una era digital, donde las transacciones se realizan con un solo clic. Según los autores, las leyes deben amoldarse para asegurar contratos justos y transparentes, proteger los derechos de los consumidores y definir claramente las responsabilidades de los comerciantes online (Gutiérrez et al., 2020).

2.3. Marco conceptual

Base Imponible: Representa el monto sobre el cual se aplica la tarifa imponible para determinar la cantidad de impuesto que un individuo o entidad debe pagar (Xuhua et al, 2019).

Comercio Electrónico: Este es un entorno de negocios en el que las transacciones de compra y venta de bienes y servicios se llevan a cabo a través de plataformas digitales o Internet (Revolledo, 2023).

Declaración de Impuestos: Es el documento en el cual un contribuyente informa al gobierno sobre sus ingresos, gastos y otras transacciones financieras para determinar su obligación fiscal (Montesinos, 2021).

Evasión Fiscal: Es la acción ilegal de no pagar o pagar menos impuestos de los que uno realmente debe, a menudo a través de la omisión de información o la manipulación de datos financieros (Brandt, 2019).

Fiscalidad Digital: Representa el conjunto de normas que regulan cómo los gobiernos pueden gravar las transacciones y actividades comerciales que se realizan en línea o en el entorno digital (Briones y Bailón, 2022).

Impuesto sobre la Renta de Sociedades: Es un gravamen que se aplica sobre las ganancias netas generadas por las empresas, independientemente del medio en el que se realicen sus operaciones comerciales (Mendoza y Peralta, 2023).

Información Fiscal Electrónica: Son los datos que se generan y se registran en formato digital para evidenciar las transacciones y operaciones de una entidad o individuo para propósitos fiscales (Lombardi, 2019).

IVA (Impuesto al Valor Agregado): Este es un tributo que se aplica a la venta de productos o servicios, gravando el valor de estos a medida que se movilizan de un agente económico a otro en el mercado (Huamán y Mejía, 2022).

Obligación Fiscal: Es el deber legal que tiene un individuo o una entidad de pagar una cantidad específica al gobierno, surgido principalmente de la generación de ingresos o la posesión de bienes (Xuhua et al, 2019).

Política Fiscal: Se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por los gobiernos para recaudar ingresos a través de impuestos y cómo distribuir esos ingresos (Schumacher, 2020).

Registro Fiscal: Es el proceso mediante el cual un individuo o entidad se inscribe en el sistema tributario de un país, generalmente a través de la obtención de un número de identificación fiscal (Revolledo, 2023).

Sistema Tributario: Es el marco regulatorio y operativo que un país tiene para recaudar ingresos a través de impuestos y gravámenes.

Tarifa Impositiva: Es el porcentaje que se aplica a la base imponible para calcular la cantidad de impuesto a pagar por una entidad o individuo (Ticona y Quispe, 2020).

Transacciones Digitales: Son todas aquellas operaciones comerciales que se llevan a cabo en línea, a través de plataformas digitales o Internet (Huamán y Mejía, 2022).

Ventas a Distancia: Son aquellas transacciones comerciales donde el comprador y el vendedor no están físicamente presentes en el mismo lugar al momento de la compra (Mendoza y Peralta, 2023).

CAPÍTULO III

MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

El estudio incumbió a un tipo básico en vista de que buscó ampliar los conocimientos sobre la problemática planteada derivada de cada variable de análisis. Hernández et al. (2018), mencionan que estas indagaciones se centran en la valoración sobre un problema en concreto, donde la información recabada sobre este cuenta con el potencial de generar nuevos conocimientos.

3.2. Diseño de investigación

El diseño incumbió al no experimental, correlacional y transversal, por lo mismo que no se alteró la realidad sobre la cual se presentan las variables observadas, de igual manera, el estudio estuvo orientado a la determinación de del grado de correspondencia que evidencien las variables analizadas, mientras que, correspondió a un diseño transversal como consecuencia de que el instrumento para efectos del recojo de datos fue aplicado por única vez (Hernández et al., 2018).



Se contó con el análisis del elemento muestral (M), buscando establecer el grado de incidencia sobre las variables (O1, O2), buscando el entendimiento del comportamiento colectivo presentado en el grupo de estudio (R).

3.3. Población y muestra

Población: La población quedó integrada por 65 profesionales de derecho que pertenezcan al Distrito Judicial de Arequipa y se encuentren habilitados por el Colegio de Abogados. Hernández et al. (2018), mencionan que la población comprende la totalidad de individuos de quienes se busca recolectar su perspectiva sobre el análisis de determinada problemática evaluada.

Muestra: La muestra correspondió a la probabilística censal, por lo mismo que el elemento muestral se conformó por la totalidad de la población del estudio, siendo los 65 profesionales de derecho de Arequipa. Hernández et al. (2018), afirman que esta muestra se encuentra representada por la cantidad total de la población, sin requerir del cálculo estadístico para llegar a ser determinada.

Muestreo: El muestreo fue no probabilístico intencional en vista de que el investigador estableció criterios de inclusión para llegar a seleccionar los participantes que pudieron brindar información de calidad para el desarrollo de la investigación. Hernández et al. (2018), mencionan que este muestreo brinda la posibilidad de que el autor exponga criterios de inclusión para una óptima selección de participantes que aporten significativamente en la valoración de una determinada realidad.

Criterios de inclusión

Profesionales de derecho que se encuentren habilitados.

Profesionales con conocimientos en el tema.

Criterios de exclusión

Profesionales sin interés en el estudio.

Profesionales que no pertenezcan al Distrito Judicial de Arequipa.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: La técnica incumbió a la encuesta, donde Hernández et al. (2018), afirman que representa una herramienta que expone una serie de interrogantes que

buscan reunir el punto de vista del elemento muestral sobre una problemática que es objeto de estudio.

Instrumento: Se aplicó un cuestionario, de modo que para la variable “Régimen tributario” se contó con 10 preguntas valoradas con la escala ordinal. Además, para la evaluación de la variable “Comercio electrónico” se tuvieron 10 interrogantes, con la escala de la variable mencionada anteriormente, con la intención de ofrecer facilidades en el análisis estadístico. Hernández et al. (2018), mencionan que este instrumento comprende una serie de interrogantes que favorecen el estudio de una problemática analizada.

Validación: Hernández et al. (2018), confirman que la ficha técnica incurre en demostrar por medio de autores, la calidad de los planteamientos realizados dentro de una investigación, en términos de recojo de datos. En el presente estudio, se ha manifestado en el Anexo 5, la evidencia de aquellos autores que fueron tomados como base fundamental para la construcción de preguntas que puedan haber estado orientadas a conocer una realidad temática.

Confiabilidad: Hernández et al. (2018), señalan que dicho procesamiento estadístico se basa en establecer un medio probatorio que pueda garantizar la confianza que se mantiene dentro de un proceso de análisis. Por medio del Alfa de Cronbach, aplicado en una prueba piloto (Anexo 4), se ha podido confirmar que en cada uno de los elementos de análisis, se ha obtenido un valor por encima de 0.70 en este coeficiente, aumentando la confianza de la base de datos analizada.

Tabla 2

Confiabilidad

Variable	Valor	Condición
V1	0.901	Confiable
V2	0.841	
Ambas variables	0.913	

Nota: Procesado en SPSS V26.00

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los resultados fueron presentados con el empleo de la estadística descriptiva, la cual ayudó a evidenciar la caracterización de las variables haciendo

uso de las frecuencias y porcentajes conseguidos, igualmente, se tuvo la estadística inferencial con la cual fue factible establecer el grado de relación mostrado entre las variables, donde para dicho propósito se contó con la estimación de la prueba de normalidad y los valores de correlación, donde siendo estos una sigma menor a 0.050 se confirmó la hipótesis de estudio, además, se tuvo una base de datos mediante el programa Excel, mientras que el procesamiento fue realizado en el SPSS V 26.00.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por variables

Tabla 3

Análisis de la variable “Régimen tributario”

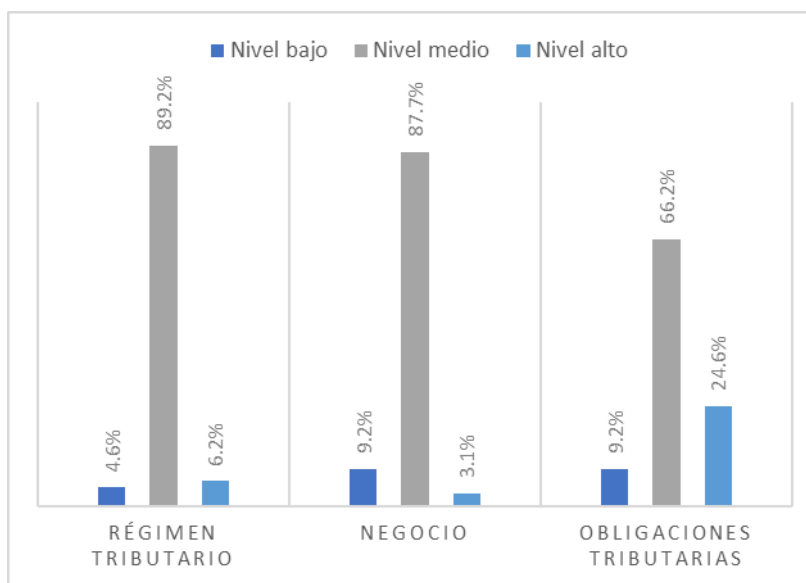
	Régimen tributario		Negocio		Obligaciones tributarias	
	F	%	F	%	F	%
Nivel bajo	3	4,6	6	9,2	6	9,2
Nivel medio	58	89,2	57	87,7	43	66,2
Nivel alto	4	6,2	2	3,1	16	24,6
Total	65	100,0	65	100,0	65	100,0

Nota: Procesado en SPSS V26.00

De acuerdo con los expertos que han formado parte de la investigación, se ha podido manifestar que la condición actual del régimen tributario aún ha contado con margen de mejora, debido a que se ha manifestado en un nivel de tendencia media con una representación del 89.20%, condición que ha encontrado repercusión directa en la dimensión negocio con una valoración del 87.70% en el nivel medio y este mismo comportamiento para el caso de las obligaciones tributarias.

Figura 1

Análisis de la variable “Régimen tributario”



Nota: Procesado en SPSS V26.00

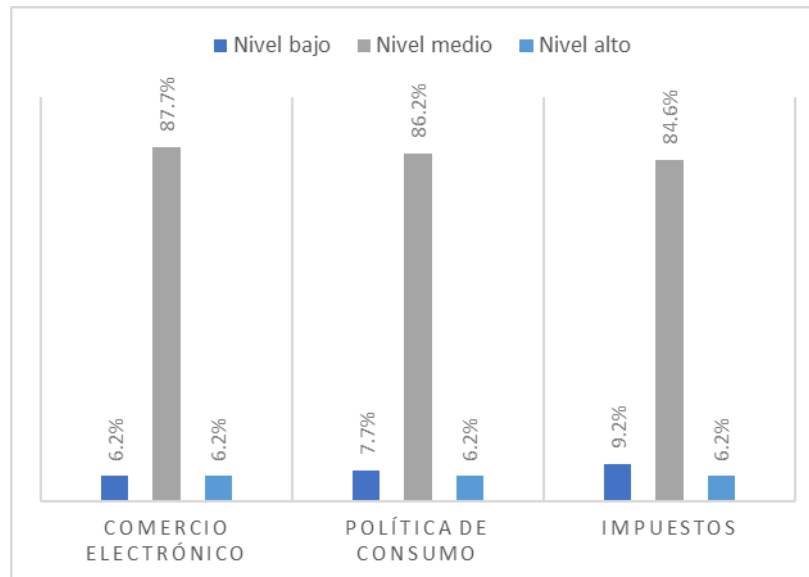
La información analizada de manera previa, ha manifestado que el régimen tributario, en el contexto del comercio electrónico, establece una conexión esencial entre el funcionamiento de un negocio en línea y sus obligaciones tributarias. La naturaleza dinámica y global del comercio electrónico requiere una comprensión precisa y adecuada de las regulaciones fiscales, ya que el tipo de negocio y su estructura legal pueden influir en la forma en que se aplican los impuestos. La elección de un régimen tributario adecuado puede afectar directamente la carga fiscal de un negocio en línea y su competitividad en el mercado. Además, las obligaciones tributarias específicas, como la recaudación de impuestos sobre las ventas en diferentes jurisdicciones y la presentación de informes precisos, son elementos cruciales para garantizar el cumplimiento normativo en el comercio electrónico. Por lo tanto, la comprensión y la gestión efectiva del régimen tributario son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de un negocio en línea, al tiempo que garantizan el cumplimiento de las obligaciones fiscales en este entorno digital.

Tabla 4*Análisis de la variable “Comercio electrónico”*

	Comercio electrónico		Política de consumo		Impuestos	
	F	%	F	%	F	%
Nivel bajo	4	6,2	5	7,7	6	9,2
Nivel medio	57	87,7	56	86,2	55	84,6
Nivel alto	4	6,2	4	6,2	4	6,2
Total	65	100,0	65	100,0	65	100,0

Nota: Procesado en SPSS V26.00

Bajo las exposiciones realizadas por los participantes, se ha podido manifestar que de acuerdo con su perspectiva, se ha evidenciado un comportamiento de nivel medio con una representación del 87.70% en el caso de la variable comercio electrónico, condición que ha sido alcanzada por el comportamiento individual en el caso de la política de consumo con una valoración del 86.20% y en cuanto a los impuestos con una representación del 84.60%.

Figura 2*Análisis de la variable “Comercio electrónico”**Nota:* Procesado en SPSS V26.00

El comercio electrónico, de acuerdo con las perspectivas manifestadas por los expertos, presenta una interrelación significativa con la política de consumo y los impuestos en el contexto de un régimen tributario. En términos de política de consumo, el comercio electrónico puede influir en las regulaciones y normativas

destinadas a proteger a los consumidores, ya que la adquisición de bienes y servicios en línea plantea desafíos específicos en términos de privacidad, seguridad y derechos del consumidor. Por otro lado, en lo que respecta a los impuestos, el comercio electrónico implica la recaudación y aplicación de impuestos sobre las ventas y el valor agregado, así como la determinación de la jurisdicción y las tarifas tributarias adecuadas para las transacciones en línea, lo que a menudo requiere una revisión y adaptación del régimen tributario existente para abordar las complejidades del comercio electrónico. En última instancia, la intersección entre el comercio electrónico, la política de consumo y los impuestos se convierte en un componente esencial del régimen tributario en el contexto digital, con implicaciones significativas para la economía y la regulación gubernamental.

4.2. Contrastación de hipótesis

Prueba de normalidad

Tabla 5

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro de Wilk		
	Estadístico	G1	Sig.	Estadístico	G1	Sig
Régimen tributario	,457	65	,000	,448	65	,000
Negocio	,478	65	,000	,467	65	,000
Obligaciones tributarias	,361	65	,000	,735	65	,000
Comercio electrónico	,438	65	,000	,483	65	,000
Política de consumo	,439	65	,000	,514	65	,000
Impuestos	,439	65	,000	,541	65	,000

Nota: Procesado en SPSS V26.00

De acuerdo con la muestra analizada, al haber alcanzado una valoración superior a los 50 individuos, se ofreció lectura hacia el coeficiente de Kolmogorov Smirnov, condición que ha repercutido en hacer uso de la prueba Rho de Spearman, debido a que se ha encontrado una representación de sigma inferior a 0.050 en cada uno de los elementos analizados.

Prueba de correlación

Objetivo general

Tabla 6

Correlación entre variable “Régimen tributario” y variable “Comercio electrónico”

		Comercio electrónico
Régimen tributario	Correlación	0.767
	Sigma	,000
	N	65

Nota: Procesado en SPSS V26.00

Al encontrar un valor de sigma inferior a 0.050, se ha podido confirmar la relación que ha existido entre los elementos de comparación, en donde se ha llegado a poner en evidencia un valor de 0.767, correspondiendo a una relación muy fuerte de tipo directa.

Objetivo específico 1

Tabla 7

Correlación entre dimensión “Negocio” y variable “Comercio electrónico”

		Comercio electrónico
Negocio	Correlación	0.564
	Sigma	,000
	N	65

Nota: Procesado en SPSS V26.00

Al encontrar un valor de sigma inferior a 0.050, se ha podido confirmar la relación que ha existido entre los elementos de comparación, en donde se ha llegado a poner en evidencia un valor de 0.564, correspondiendo a una relación considerable de tipo directa.

Objetivo específico 2

Tabla 8

Correlación entre dimensión “Obligaciones tributarias” y variable “Comercio electrónico”

		Comercio electrónico
Obligaciones tributarias	Correlación	0.773
	Sigma	,000
	N	65

Nota: Procesado en SPSS V26.00

Al encontrar un valor de sigma inferior a 0.050, se ha podido confirmar la relación que ha existido entre los elementos de comparación, en donde se ha llegado a poner en evidencia un valor de 0.773, correspondiendo a una relación muy fuerte de tipo directa.

4.3. Discusión de resultados

Referente al **objetivo general**, los resultados exhibieron que, existió relación directa y representativa entre el régimen tributario frente al comercio electrónico en el derecho peruano, en el Distrito Judicial de Arequipa, donde ello quedó sustentado a través de un valor correlacional de 0.767 y un valor de sigma inferior a 0.05. del mismo modo estos resultados coincidieron con la indagación de Briones y Bailón (2022) quienes a partir de sus resultados concluyeron que, la informalidad presentada en el comercio electrónico (CE) evidenció un impacto sobre la recaudación tributaria, siendo uno de los efectos principales la informalidad, además indicaron que este comercio se ha incrementado notablemente durante la emergencia sanitaria, donde muchas de las ventas no han sido facturas, donde ello ha afectado directamente sobre la recaudación. Asimismo, se encontró el estudio de Revollo (2023) donde sus resultados coincidieron con los de la investigación, dado que concluyó que, el régimen tributario se asoció directamente con el comercio electrónico, señalando además, que se requiere mayor control por parte de los entes reguladores, con la intención de fortalecer la formalidad en el cumplimiento de los pagos tributarios, dado que indicó que varias empresas a través del comercio electrónico obvian e incumplen con sus obligaciones tributarias. Igualmente, concordó con los resultados de la

investigación de Mendoza y Peralta (2023) quienes determinaron que, las obligaciones tributarias se relacionaron positivamente con el comercio electrónico (CE), cuyo valor de sigma fue 0.000, además indicaron que el nivel del CE fue medio con un 43.3% y la obligación tributaria también un nivel medio de 41.6%. Frente a ello, los estudios expuestos evidenciaron tener similitud con los resultados de la indagación, además evidenciaron cuán importante es que las empresas o cualquier tipo de organización según el régimen en que se hallen cumplan con los tributos establecidos, dado que ello contribuirá con la radicación de la informalidad, además se observó que el comercio electrónico también debe de ser supervisado a fin de evitar que se incumplan con los tributos y reglas fiscales. Esto se encontró sustentado teóricamente con lo expuesto por Xuhua et al (2019) quienes definieron que, el régimen tributario representa un conjunto de disposiciones y reglas legales a través de las cuales los gobiernos establecen cómo se deben aplicar los impuestos respectivos. Mientras que, Schumacher (2020) mencionó que el comercio electrónico representa una forma de comprar y ofrecer bienes y/o servicios a través del internet.

En cuanto al **objetivo específico 1**, los resultados mostraron que, hubo relación demostrativa y positiva entre la dimensión negocio frente al comercio electrónico en el derecho peruano, en el Distrito Judicial de Arequipa, donde ello quedó fundamentado mediante un valor correlacional equivalente a 0.564 y un valor de sigma inferior a 0.05. De igual manera, tales resultados coincidieron con los resultados de la indagación de Cerón et al. (2022) quienes a través de sus resultados lograron concluir que, el comercio electrónico (CE) se asoció demostrativamente con la actitud frente a la evasión tributaria, cuyo valor correlacional fue de 0.844 y el valor de sigma fue inferior a 0.05, además mencionaron que el CE se halla en un continuo crecimiento a través del empleo de varias plataformas digitales, donde la mayoría de los pagos se efectúan a través de transferencias móviles, indicando así que la evasión tributaria también aumentó a través de esta modalidad. Del mismo modo, se encontró los resultados del estudio de Montesinos (2021) quien a partir de estos concluyeron que, el comercio electrónico se relacionó directamente con los tributos, además indicó que en un 57.6% emplea el sistema digital en sus empresas y el 44.1% indicó que las normas tributarias contribuyen con comportamiento y

cultura tributaria de los contribuyentes; no obstante, manifestó que se requiere un mayor control tributario hacia las actividades efectuadas por el CE. Mientras que, se halló la indagación de Huamán y Mejía (2022) quienes a partir de sus resultados concluyeron que, el régimen tributario se asoció significativamente con la capacidad tributaria, cuyo valor de sigma resultó ser menor a 0.05; además manifestaron que, el régimen tributario contribuyó al CE de las empresas, dado que ayuda a que estas funcionen de acuerdo con ley, de modo que ello también ayuda al comercio informal. Los estudios mencionados mostraron ser similares a los obtenidos en la indagación, además evidenciaron que el comercio electrónico ha contribuido a reducir los negocios informales, facilitando a las personas cancelar sus compras a través de las mismas plataformas, de modo que se cumplan también los tributos debidamente. Esto se encontró fundamentado con lo expuesto por Cerón et al. (2022) quienes conceptualizan que, el negocio representa las operaciones comerciales efectuadas en un marco fiscal sin tener relación intrínseca entre los participantes. Mientras que, Schumacher (2020) quien definió que el comercio electrónico representa una modalidad de transmisiones y adquisiciones, las cuales son desarrolladas a través de un sistema digital; esta forma de comercio a través del internet viene acrecentando en los últimos años notablemente.

En lo que refiere al **objetivo específico 2**, los resultados evidenciaron que, existió relación directa y representativa entre la dimensión obligaciones tributarias frente al comercio electrónico en el derecho peruano, en el Distrito Judicial de Arequipa, donde ello quedó sustentado a través de un valor correlacional equivalente a 0.773 y el valor de sigma inferior a 0.05. Del mismo modo, se encontró los resultados de la indagación de Revolledo (2023) quien en su indagación determinó que, el régimen tributario sí se relacionó demostrativamente con el comercio electrónico (CE), cuyo valor de sigma fue inferior a 0.05, además manifestó que, el CE favorece al desarrollo económico del país, dado que propicia y fortalece la formalidad y además contribuye con los procesos de fiscalización y con las obligaciones tributarias respectivamente. Mientras que, la investigación de Ticona y Quispe (2020) concluyó que, a través del comercio electrónico, muchas empresas y contribuyentes evaden su tributación, dado que la mayoría desconoce respecto al cálculo del pago de los impuestos, también manifestó que, el 66.7% de

las empresas se hallan en el nuevo RUS, el 23.3% en el régimen especial, además el 76% mostró desconocimiento frente a las sanciones por el incumplimiento tributario. Por otro lado, se encontró la indagación de Lombardi (2019) quien determinó que el régimen tributario incidió sobre el comercio electrónico, indicando además que la fiscalización es deficiente, por lo que se requieren de herramientas que ayuden a inspeccionar que a través del comercio electrónico se cumplen con las tributaciones pertinentes. Los estudios expuestos evidenciaron tener cierto grado de similitud con los resultados obtenidos en la investigación, además reflejaron cuán importante es que todos los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias, donde el comercio electrónico también resulta ser un medio el cual ayuda y facilita el pago de los impuestos de manera formal. Esto quedó sustentado teóricamente con lo expuesto por Brandt (2019) quien mencionó que las obligaciones tributarias representan uno de los componentes más cruciales en el sistema fiscal; además estas resultan ser cargas legales y públicas, las cuales permiten que se cumplan con las responsabilidades en cuanto al pago respectivo y oportuno de los tributos. Mientras que, Schumacher (2020) manifestó que, el comercio electrónico representa una forma de negocio en la cual las personas adquieren y venden bienes a través del internet.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primera

Se ha concluido respecto al objetivo general que, existió una relación significativa y positiva de 0.767 entre el régimen tributario y el comercio electrónico debido a que, el régimen tributario debe adaptarse para abordar cuestiones como la determinación de la jurisdicción fiscal adecuada para las transacciones en línea, la aplicación de impuestos sobre las ventas y el valor agregado en un entorno digital global y la creación de mecanismos eficientes para la recaudación de impuestos en un contexto en el que las transacciones pueden cruzar fronteras fácilmente.

Segunda

Se ha concluido respecto al objetivo específico 1 que, existió una relación significativa y positiva de 0.564 entre la dimensión negocio y el comercio electrónico debido a que, los negocios que operan en el comercio electrónico están sujetos a regulaciones tributarias que varían según la jurisdicción y el tipo de transacciones realizadas, incluyendo impuestos sobre las ventas, impuestos sobre la renta, y otros gravámenes relacionados con el comercio en línea

Tercera

Se ha concluido respecto al objetivo específico 2 que, existió una relación significativa y positiva de 0.773 entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico debido a que, en el contexto del comercio electrónico, las

obligaciones tributarias incluyen la identificación de la jurisdicción fiscal aplicable, la determinación de la base imponible, la recaudación y el pago de impuestos sobre las ventas, el seguimiento de las transacciones transfronterizas y el cumplimiento de las regulaciones fiscales específicas.

5.2. Recomendaciones

Primera

Se recomienda a los abogados del Distrito Judicial de Arequipa que busquen profundizar su conocimiento en el entramado entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano. Este estudio ayudará en el análisis detallado de las nuevas formas de fiscalización digital y su legalidad dentro del contexto local. Su objetivo sería entender mejor los desafíos y oportunidades para sus respectivos clientes en esta era digital, al igual que contribuir a la evolución del marco jurídico pertinente a medida que el comercio electrónico continúa su expansión.

Segunda

A los letrados del Distrito Judicial de Arequipa, se les insta a identificar y comprender la relación entre la dimensión del negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano. Esta exploración deben realizarla para apreciar cómo la naturaleza cambiante del comercio en línea está moldeando la ley de negocios. El resultado último es desarrollar estrategias legales más efectivas que se adecuen a la evolución del entorno empresarial online, optimizando así la representación legal de sus clientes en dicha esfera.

Tercera

Se recomienda a los investigadores en el área del Derecho Tributario en el Perú, iniciar un estudio detallado sobre la interacción entre las obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el ámbito del Derecho Peruano. El propósito es el de desentrañar la complejidad de las regulaciones fiscales que apliquen a las operaciones de comercio digital, en aras de proponer reformas legales que lidien con las nuevas circunstancias económicas y facilitar su comprensión para las partes interesadas. Esto podría implicar una revisión de las leyes fiscales existentes, entrevistas con expertos legales y talleres con empresas de comercio electrónico en la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Brandt, E. (2019). *Comercio electrónico: análisis de la situación tributaria actual en la Provincia De Córdoba. Año 2019* [Informe pregrado]. Universidad Siglo 21. <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/18242/Brandt%20Emmanuel%20Adrian%20-%20TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Briones, J. y Bailón, W. (2022). Comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador del 2012 -2021. *Revista Cien Ec*, 1 (1), 1-16. <https://cienciaecuador.com.ec/index.php/ojs/article/view/99/236>
- Cerón, E., Tecocha, R., Soto, S. y Villafuerte, A. (2022). Comercio electrónico y la actitud frente a la evasión tributaria de las empresas, Provincia de San Martín, 2021. *Sapientia*, 3 (1), 1-18. <https://www.journals.sapientiaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/view/175/112>
- Gutiérrez, N.; Barrueto, M. y Orellana, M. (2020). La fiscalidad del comercio electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Revista Quipukamayok*, 28 (57), 67 – 74. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/18062/15764/64258>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, M. (2018). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Huamán, V. y Mejía, L. (2022). *El régimen MYPE tributario y su incidencia en la capacidad contributiva de las microempresas de comercio electrónico en Lima Metropolitana, 2020* [Informe pregrado]. Universidad San Martín de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9660/huaman_bvd-mejia_mlv.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lombardi, E. (2019). *Régimen Tributario en el Comercio Electrónico Argentino* [Informe pregrado]. Universidad Siglo 21.

<https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/17700/LOMBARDI%20EMMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mendoza, P. y Peralta, C. (2023). *Obligación tributaria y el comercio electrónico en pequeñas y medianas empresas de la Región Junín* [Informe de pregrado]. Universidad Continental.

<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12981>

Montesinos, L. (2021). *Comercio electrónico y su incidencia en los tributos de las empresas textiles del Cercado de Lima, año 2020* [Informe pregrado]. Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87045/Montesinos_HLY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Portillo, M. y Meza, R. (2022). *Incidencia del comercio electrónico en la comercialización de productos del sector confecciones de la Ciudad De Cúcuta* [Informe pregrado]. Universidad Libre.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/23577/FORMAT~1.PDF?sequence=3&isAllowed=y>

Revolledo, M. (2023). *El Régimen Tributario en el Comercio Electrónico en el Derecho Peruano* [Informe de pregrado]. Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112299/Revolledo_RMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Schumacher, R. (2020). Altering the pattern of trade in the wealth of nations: Adam Smith and the historiography of international trade theory. *Journal of the History of Economic Thought*, 42(1), 19-42. doi:10.1017/S1053837219000130

Ticona, D. y Quispe, M. (2020). *Nivel de Conocimiento en Tributación y Evasión Tributaria de los Contribuyentes que Utilizan Comercio Electrónico en Arequipa, 2018* [Informe pregrado].

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3301/Delia%20Ticona_Maribel%20Quispe_Tesis_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Xuhua, H., Chosniel, O., Akaba, S. y Worwui, D. (2019). Effects of business-tobusiness e-commerce adoption on competitive advantage of small and medium-sized manufacturing enterprises. *Economics & Sociology*, 12 (1), 2-21.

<http://atuspace.atu.edu.gh/bitstream/handle/123456789/263/Huetal%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia de la investigación

Problemas de investigación	Objetivos de investigación	Hipótesis de investigación	Variables	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable independiente	
¿Cuál es la relación entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023?	Determinar la relación entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023	Existe relación significativa entre el régimen tributario y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023	Régimen tributario	Tipo de investigación Tipo básica Diseño de la investigación: Diseño no experimental, correlacional, transversal Población y muestra Población: 65 profesionales del derecho Muestra: 65 profesionales del derecho Tipo de muestra No probabilística Intencional Técnica de recolección de datos Encuesta Instrumento Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación entre la dimensión negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023? • ¿Cuál es la relación entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la relación entre la dimensión negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023 • Identificar la relación entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre la dimensión negocio y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023 • Existe relación significativa entre la dimensión obligaciones tributarias y el comercio electrónico en el derecho peruano, Distrito Judicial de Arequipa, 2023 	Negocio Obligaciones tributarias <hr/> Variable dependiente <hr/> Comercio electrónico <hr/> Dimensiones <hr/> Política de consumo Impuestos	