



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**EL CONTROL FISCAL Y LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO A
LA RENTA DE TERCERA CATEGORÍA DEL COMERCIO
ELECTRÓNICO EN LIMA METROPOLITANA, AÑO 2017**

PRESENTADA POR

ROSMERY LIDIA GRIJALVA PORRAS

OSCAR DANIEL GUERRA FERNANDEZ

ASESORA

OLGA VICTORIA AGUILAR BARCO CELIS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**“EL CONTROL FISCAL Y LA RECAUDACION DEL IMPUESTO A LA
RENTA DE TERCERA CATEGORIA EN EL REGIMEN ESPECIAL DEL
COMERCIO ELECTRONICO EN LIMA METROPOLITANA, AÑO 2017”**

**TRABAJO DE INVESTIGACION
PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

PRESENTADO POR:

GRIJALVA PORRAS, ROSMERY LIDIA

GUERRA FERNANDEZ, OSCAR DANIEL

LIMA, PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo de investigación es dedicado en especial a nuestras madres por su apoyo incondicional en todo momento de nuestras vidas dándonos aliento para no rendirnos y seguir cumpliendo nuestras metas. A nuestras familias quienes a lo largo de nuestras vidas han velado por nuestra educación y bienestar. Por otorgarnos su entera confianza en cada reto que nos hemos propuesto.

A Dios estar con nosotros en cada paso que damos, cuidándonos y dándonos sabiduría y la salud para lograrlo.

Agradecimiento

El resultado de este trabajo de investigación, es dedicado a todas aquellas personas que de alguna manera han contribuido en su realización. Es por ello que comenzaremos agradeciendo a nuestra familia por brindarnos su apoyo en todo momento.

A Dios por estar siempre con nosotros, por darnos sabiduría y proveernos todo lo necesario para salir adelante.

A nuestros profesores que me apoyaron a través de sus conocimientos y sabiduría, ya que gracias a su paciencia y enseñanza que han sido guía en el proceso de formación que ha constituido el cimiento principal en nuestra vida profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
TÍTULO	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
INDICE.....	iv
RESUMEN.....	vi
INTRODUCCION.....	vii

Capítulo I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Objetivos de la investigación	4
1.4. Justificación de la investigación	4
1.5. Limitaciones	5
1.6. Viabilidad del estudio	5

Capítulo II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.2. Bases teóricas	11
2.3. Términos técnicos.....	15
2.4. Formulación de hipótesis	19
2.5. Operacionalización de variables	20

Capítulo III METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico	22
3.1.1 Tipo de investigación.....	22
3.1.2 Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis	22
3.2. Población y muestra	23
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	26

3.3.1 Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos	27
3.3.2 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.....	27
3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	27
3.5. Aspectos Éticos	27

Capítulo IV RESULTADOS

Capítulo V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión	49
5.2. Conclusión	50
5.3. Recomendaciones	51

FUENTES DE INFORMACIÓN

Matriz de Consistencia.....	59
Encuestas.....	54

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.....	24
Tabla N° 2.....	26
Tabla N° 3.....	29
Tabla N° 4.....	29
Tabla N° 5.....	30
Tabla N° 6.....	30
Tabla N° 7.....	31
Tabla N° 8.....	31
Tabla N° 9.....	32
Tabla N° 10.....	32
Tabla N° 11.....	33

Tabla N° 12.....	33
Tabla N° 13.....	34
Tabla N° 14.....	34
Tabla N° 15.....	35
Tabla N° 16.....	35
Tabla N° 17.....	36
Tabla N° 18.....	36
Tabla N° 19.....	37
Tabla N° 20.....	37
Tabla N° 21.....	38
Tabla N° 22.....	38
Tabla N° 23.....	39
Tabla N° 24.....	39
Tabla N° 25.....	40
Tabla N° 26.....	40
Tabla N° 27.....	41
Tabla N° 28.....	41

RESUMEN

En cuanto al desarrollo de la tesis, trata sobre una problemática que existe en las Ciencias Contables, como es el caso del tema *“El control fiscal y la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en lima metropolitana, año 2017”* cuya información fue recopilada por gerentes de empresas corporativas comerciales, a quienes se les realizó una encuesta con el fin de establecer sobre la importancia que tiene la tributación en el comercio electrónico.

Abarca la descripción problemática el cual hacemos un comentario sobre los cambios que está realizando la globalización tanto social como cultural, además de los efectos que esto trae en cuanto a la tributación en el comercio electrónico ; para luego desarrollar la formulación del problema general y específico, objetivos de la investigación ,justificación donde se señala las razones por las cuales se realiza y en cuanto tienen importancia, terminando con las limitaciones del estudio y viabilidad

Marco Teórico del Estudio, hemos considerado diferentes aspectos como los antecedentes de la investigación, base legal el cual nos muestra la parte normativa para cada una de las variables; para luego continuar con el desarrollo de las bases teóricas sobre tributación y comercio electrónico, sustentadas con el apoyo bibliográfico de diferentes especialistas, quienes con sus aportes teóricos conceptuales se sustentó esta parte del trabajo; terminando con la formulación de la hipótesis.

Metodología; abarcó desde el diseño metodológico de la investigación, para luego en cuanto a la población trabajar con los gerentes y también a los ciudadanos de a pie; a continuación se efectuó la operacionalización de las variables con sus respectivos indicadores, para continuar con las técnicas de recolección de datos, procesamiento de análisis de la información y terminar con los aspectos éticos.

Por último en el capítulo cuatro se realizó las pruebas de campo en las cuales se realizó una encuesta que nos ayudó a constatar nuestras hipótesis acerca del comercio electrónico y en el último capítulo se realizaron las conclusiones y recomendaciones

Palabras Claves: Control de fiscal, Impuesto a la Renta de Tercera categoría

ABSTRACT

Regarding the development of the thesis, it deals with a problem that exists in Accounting Sciences, as is the case of the topic "Tax control and collection of income tax of third category of electronic commerce in metropolitan Lima, year 2017" whose information was collected by managers of commercial corporate companies, who were surveyed in order to establish the importance of taxation in electronic commerce.

It covers the problematic description which we make a commentary on the changes that globalization is doing both socially and culturally, besides the effects that this brings in terms of taxation in electronic commerce; to then develop the formulation of the general and specific problem, objectives of the research, justification where the reasons for which it is carried out and as soon as they are important, ending with the limitations of the study and feasibility

Theoretical Framework of the Study, I considered different aspects such as the background of the investigation, legal basis which shows us the normative part for each one of the variables; to then continue with the development of the theoretical bases on taxation and electronic commerce, sustained with the bibliographic support of different specialists, who with their conceptual theoretical contributions supported this part of the work; ending with the formulation of the hypothesis.

Methodology; it ranged from the methodological design of the research, to the population later, working with the managers and also the ordinary citizens; then the operationalization of the variables with their respective indicators was carried out, to continue with the techniques of data collection, information analysis processing and to finish with the ethical aspects.

Finally, in chapter four, field tests were carried out in which a survey was conducted that helped us to verify our hypotheses about electronic commerce and in the last chapter the conclusions and recommendations were made

Keywords: Control of fiscal, Third Category Income Tax

INTRODUCCIÓN

Para llevar a cabo el proceso de investigación de una manera eficiente y eficaz, se distribuyó en 5 capítulos

El primer capítulo, se consideró la problemática de la investigación, la cual permitió conocer la situación real del comercio electrónico del Lima Metropolitana, asimismo se plantearon las delimitaciones de la investigación, los problemas de la investigación, los objetivos, justificación, limitaciones y la viabilidad del trabajo de investigación

El segundo capítulo, desarrollo el marco teórico en el cual se consideró antecedentes de la investigación, base teórica, definiciones conceptuales, formulación de hipótesis y operacionalización de variables

El tercer capítulo, abarca la metodología que nos permitió ordenar el trabajo de manera coherente y que contempla el diseño metodológico, la población, muestra, técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y análisis de la información; y por último. Se plasmaron los aspectos éticos que se tuvieron en cuenta al realizar la investigación

El cuarto capítulo, contempla los resultados del trabajo de campo, los cuales permitieron realizar la validación de las hipótesis de la investigación a través del contraste de hipótesis. Se complementó con encuestas que estuvieron orientadas a dar solución al problema principal, de acuerdo a la realidad problemático y objetivos de la presente investigación

En el quinto capítulo, se consideró la discusión que es parte central de la investigación y donde se analizan cada una de las variables en estudios e interpretan los resultados y se recogió las conclusiones a las que se llegó acompañado de las recomendaciones, que corresponde a la parte final del trabajo de investigación

Y por último las fuentes de información donde se consignan las fuentes bibliográfica y fuentes electrónica que han sido utilizadas para la elaboración del trabajo de investigación, teniendo en cuenta las normas APA para la fuentes de información; y como anexos, se adjuntan la matriz de consistencia y guía técnica de la encuesta

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA:

El comercio digital es la nueva modalidad de hacer negocios a nivel mundial y que en la actualidad es una de las actividades más usadas en el mercado. Esta nueva forma de comercio tiene un impacto económico y social que se hace más evidente en las diferentes culturas de los países. Igualmente las personas se enfrentarán con nuevas formas de adquirir bienes y servicios, acceder a información e interactuar con otras personas en el mundo. Las redes se han extendido tanto que las limitaciones geográficas de tiempos se han eliminado.

Gracias a la era digital, las compras por Internet siguen en aumentando año tras año de forma exponencial impulsadas por una nueva generación de consumidores que buscan más comodidad, valor y opciones. Para las empresas de consumo, esta tendencia plantea retos y oportunidades significativos.

También la competencia ya no se limita a los comercios de proximidad durante el horario comercial. Hoy en día, los consumidores compran en todo momento y lugar y, en un mercado verdaderamente global, los productos pueden comprarse fácilmente a minoristas, fabricantes y hasta a personas naturales sin negocio localizados en cualquier lugar del planeta, incluso sin tener locales físicos.

No obstante, a pesar de las compras por Internet, el comercio electrónico aún representa un porcentaje relativamente pequeño del gasto total en el sector minorista. Las estrategias de los comerciantes para sus tiendas físicas también necesitan evolucionar para seguir atrayendo clientes y competir con los negocios online que están inaugurando sus propias tiendas físicas. Cada vez es más frecuente la implantación de estrategias de marketing innovadoras, así como nuevas tecnologías interactivas y virtuales en establecimientos cuyos comerciantes se esfuerzan por competir en todos los frentes.

Indudablemente, el comercio electrónico brinda oportunidades para la creación de empleo y riqueza, por ello los diversos países tratan de incentivar su implementación y en muchos casos crean marcos jurídicos que no dificulten su desarrollo, pero, al mismo tiempo dan paso a nuevos caminos para la evasión, el fraude fiscal y la doble imposición, de ello se desprende la preocupación fundamental de los distintos países por integrar o crear

regímenes fiscales que sin poner en riesgo el crecimiento económico, tampoco pongan en peligro la recaudación fiscal.

Al respecto, el comercio electrónico es tratado de distintas formas en algunos países, en el caso de Estados Unidos, como Fernando Baiget Medir lo señala en su obra, “La fiscalidad del comercio electrónico”:

En general, para la legislación de los Estados Unidos, el concepto de establecimiento permanente está ligado a una presencia física. La OCDE, sin embargo, apoya el criterio según el cual una simple página web no constituiría establecimiento permanente, pero sí lo sería un servidor.

En materia de regulación fiscal para los Estados Unidos, se da de forma directa, contrario a la de la Unión Europea, que se da de una forma de fiscalidad indirecta:

Para la efectiva aplicación del impuesto que nos ocupa, la Comisión Europea ha elaborado una comunicación titulada “Comercio electrónico y fiscalización indirecta”. Ya en un documento precedente, denominado “Iniciativa Europea de Comercio Electrónico”, la Comisión había afirmado que las normas comunitarias establecidas en el campo de la fiscalidad indirecta, y en particular del IVA, son idóneas para ser aplicadas al comercio electrónico.

El Perú siendo un país que financia el gasto público en mayor porcentaje con sus ingresos provenientes de la recaudación tributaria, no ha podido avanzar de acuerdo a la medida de sus posibilidades, debido a que los contribuyentes son renuentes a incumplir con sus obligaciones tributarias, incurriendo en evasión de los tributos. Lo cual se convierte en un gran problema que ocasiona la disminución de la recaudación de sus ingresos fiscales, que sirven para financiar las actividades que realiza el Estado.

Como sabemos, la recaudación fiscal permite al Estado atender las necesidades de la población en lo social, educativo, salud, seguridad, entre otros, pero cuando los contribuyentes evaden sus obligaciones tributarias disminuye la recaudación de ingresos, y esto afecta al presupuesto que se destina a brindar dichos servicios. Asimismo, entre los problemas centrales que presenta la recaudación fiscal en el Perú, es la falta de una cultura tributaria, bajo nivel de presión tributaria, gran cantidad de beneficios, excesivas formalidades y procesos engorrosos, orientación regresiva que conlleva a la informalidad. La administración tributaria del Perú no se encuentra en la facultad de poder detectar todos los nuevos tipos de fraudes y evasiones que pueda ocasionar el comercio electrónico y se

encuentra en constante actualización para poder avanzar a la par que lo hace la tecnología a nivel mundial.

Unas de la nuevas formas de comercio que han surgido en la actualidad son los servicios que se brindan mediante aplicación las cuales realizan la labor de hacer el contacto entre cliente y proveedor por la cual estas empresas obtienen una comisión, otra forma de comercio electrónico son los servidores, que mediante una página web dejan que otras personas realicen anuncios publicitarios para vender sus productos, con lo cual al momentos de que estas personas realizan una venta estas páginas cobran una comisión, pero dichas paginas no ven si es que estas personas emiten un comprobante de pago valido o si es que estas personas realizan sus actividades de acuerdo a las normas de cada país.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera el control fiscal, influye en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en el régimen especial en Lima metropolitana, año 2017?

1.2.2 Problemas secundarias

1. ¿De qué manera los tributos intervienen en la economía de las empresas influye en la emisión de las facturas y boletas a nivel de las empresas del comercio electrónico en Lima metropolitana?
2. ¿De qué manera la pérdida de utilidades inciden en los sobrecostos que origina el comercio electrónico en Lima metropolitana?
3. ¿De qué forma la evasión de impuestos influye en el nivel de ingresos tributarios en el comercio electrónico para el estado en Lima metropolitana?
4. ¿De qué manera los delitos tributarios en el comercio electrónico influyen en el nivel de la inversión en Lima metropolitana?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar que el control fiscal, influye en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Determinar de qué manera los tributos intervienen en la economía de las empresas y cómo influye en la emisión de las facturas y boletas a nivel de las empresas del comercio electrónico en Lima metropolitana.
2. Dar a conocer de qué manera la pérdida de utilidades inciden en los sobrecostos que origina el comercio electrónico en Lima metropolitana.
3. Determinar de qué forma la evasión de impuestos influye en el nivel de ingresos tributarios en el comercio electrónico para el estado en Lima metropolitana.
4. Constatar de que manera los delitos tributarios en el comercio electrónico influyen en el nivel de la inversión en Lima metropolitana.

1.4 Justificación

La presente investigación se justifica con los cambios que se han ido dando en las últimas décadas con los avances que se presenta en el área de la tecnología, el uso del comercio electrónico por parte de las personas ha aumentado de sobremanera, debido a que las personas cada vez poseen menos tiempo y desean simplificar sus actividades.

El acogernos a este nuevo plan económico nos ayuda a encajar más con la globalización tanto que nos ayuda positivamente porque nos da nuevas oportunidades, pero también nos muestra nuevos riesgos; y para ello las empresas deben estar preparadas y formadas para ser capaces de diseñar nuevas formas de comercio electrónico.

La investigación se justifica debido a la masificación del comercio electrónico y a la falta de una verdadera regulación de este, ya que en nuestro país no existe una correcta fiscalización en dicho campo.

1.5 Limitaciones

No existen limitaciones para el desarrollo del presente trabajo de investigación, ya que se cuenta con las facilidades para lograr culminarlo de la mejor manera posible, existen fuentes escritas y orales con las cuales se sustentara la veracidad de este trabajo de investigación

1.6 Viabilidad del estudio

Se cuenta con material bibliográfico y tiempo para la realización del presente trabajo de investigación, además se cuenta con registros escritos y orales, por lo cual se considera viable el desarrollo del presente trabajo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.2 Antecedentes de la investigación

Al realizar una extensa exploración y revisión en los libros especializados, revistas, periódicos y tesis de investigación que tengan o guarden estrecha relación con el título de investigación *“El control fiscal y la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en la provincia de lima, año 2017”*, se puede mencionar a continuación algunos trabajos encontrados, que han servido de marco referencial para la elaboración de las bases teóricas y prácticas del presente trabajo, en virtud que presenta ciertos criterios que se consideran de utilidad para alcanzar los objetivos planteados.

- **Antecedentes nacionales**

- a) **Autor principal: García Yupanqui, Edwin Raphael**

- Título:** *“La recaudación del igv y a el comercio electrónico en el Perú”*

- Tesis para optar el título profesional de contador público

- Universidad nacional del callao facultad de ciencias contables escuela profesional de contabilidad.

Resumen: El comercio electrónico no sólo es un tema de la actualidad, también se ha convertido en una necesidad para el desarrollo económico del País en todos los sectores.

Su funcionalidad abarca aspectos administrativos, contables, comerciales, regulatorios, de responsabilidad social, tributarias, entre otros, los cuales merecen ser objeto de estudio, para analizar la situación actual del comercio electrónico en el Perú.

El comercio electrónico plantea problemas especialmente con la tributación, los cuales trascienden en el campo de las transacciones comerciales.

Surgiendo la necesidad de conocer la naturaleza de los hechos imponible que se verifiquen la contratación electrónica, el lugar donde se encuentra ubicado la fuente generadora, la determinación de la jurisdicción aplicable a efectos de establecer el cobro de los tributes. Los mecanismos para las fiscalizaciones y las transacciones que

se llevan a cabo por esta vía, los métodos de recaudación más apropiados para este tipo de operaciones.

Como objetivo general se plantea determinar cómo el desempeño del comercio electrónico en las empresas incide en la recaudación del Impuesto General a la Ventas (IGV) en Lima Metropolitana.

En cuanto a la metodología presenta un diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables; se manejé un nivel descriptivo y correlacionar. La población corresponde a empresas que operan a través del Comercio Electrónico en Lima Metropolitana. Esta población es imputable no se conoce la totalidad de empresas que operan con este tipo de comercio. La muestra seleccionada mediante las técnicas de muestreo, siendo la muestra 43 empresas. Como técnicas se utilizaron la recolección documental y la encuesta, esta como instrumento un cuestionario conformado por 24 ítems en Escala de Likert. La validez se determiné por un juicio de expertos y para la cual se utilizó el SPSS23, en el cual se aplicó una prueba piloto cuyos resultados fueron sometidos de Cron Bach, obteniendo un índice $\alpha = 0,74$; También se utilizó la Prueba Chi cuadrado, la cual nos dio a conocer que existe relación entre las variables de la investigación, además se empleé el correlación de Gamma quien nos determina que esta relación significativa concluyó que realizara en revisiones de los comercios en Lima que operan a través del internet; por lo que los métodos utilizados por la SUNAT no permiten una oportuna las transacciones electrónicas. Entre las recomendaciones formuladas sugirió adecuar los principios de tributación del ciber comercio.

b) Autor principal: JACQUELINE ROSA CRUZ BEJAR

Título: *“implicancias tributarias del comercio electrónico en el impuesto general a las ventas en el mercado de Arequipa 2016”*

Tesis para optar el título profesional de contador público

- Universidad nacional de san Agustín facultad de ciencias contables y financieras escuela profesional de contabilidad

Resumen: La presente investigación se realizó en empresas del mercado de Arequipa durante el periodo 2016, el propósito de la referida investigación consistió en la elaboración de un análisis a las principales implicancias que surgen en el Impuesto

General a las Ventas al efectuar operaciones mediante el comercio electrónico, para ello fue necesario describir las clases de comercio electrónico que intervienen en la legislación tributaria, de igual modo se consideraron las operaciones descritas como gravadas en la Ley del Impuesto General a las Ventas, además de establecer la base legal que se emplea en este tipo de operaciones y finalmente se identificaron las incidencias tributarias más resaltantes de estas operaciones en la Ley antes mencionada. El presente estudio se justificó por cuanto posee valor teórico, académico, es de utilidad práctica, es un tema actual, es de relevancia social por su trascendencia y en base a los beneficios que su naturaleza genera. La investigación se aborda de acuerdo al tipo de estudio descriptivo, explicativo y aplicativo además se utilizó el método de análisis y síntesis. El análisis realizado en el presente trabajo servirá como guía para estudiantes, profesionales, personal de la Administración Tributaria y todo aquel que desee conocer más sobre esta nueva forma de comercializar además de los desafíos que impone en materia tributaria especialmente en el Impuesto General a las Ventas.

c) Autor principal: Luis Alberto, Villanueva Castro

Título: *“Efectos de la tributación en el comercio electrónico de lima metropolitana, PERIODO 2007- 2012”*

Tesis para optar el grado académico de maestro en contabilidad y finanzas con mención en gestión tributaria, empresarial y fiscal.

-Universidad USMP facultad de ciencias contables, económicas y financieras sección de posgrado.

Resumen: En cuanto al desarrollo de la tesis, trató sobre una problemática a nivel de las Ciencias Contables, como es el caso del tema “Efectos de la tributación en el comercio electrónico de Lima Metropolitana periodo 2007-2012” cuya información se recopiló por intermedio de los gerentes de empresas de ventas corporativas que trabajan en estas organizaciones, quienes respondieron la encuesta con su instrumento: el cuestionario, con el fin de establecer cuál es la importancia que tiene la tributación en cuanto al comercio electrónico. En la investigación, se planteó como objetivo, conocer la influencia que tiene la tributación en el comercio electrónico, para lo cual buscando obtener información de interés para la investigación se aplicó la encuesta a través de preguntas cuya información fue procesada en la parte estadística

y posteriormente se llevó a cabo la interpretación de cada una de las interrogantes y la contratación de cada una de las hipótesis. En cuanto a la estructura del trabajo, abarcó desde el Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Metodología, Resultados, Conclusiones y Recomendaciones, respaldada por una amplia bibliografía de diferentes especialistas, quienes con sus aportes ayudaron a clarificar la problemática en referencia y destacando que la tributación viene constituyéndose en un aspecto importante que al ser aplicado en el comercio electrónico hará más fácil la comunicación entre los jefes y administradores de las diferentes áreas de estas organizaciones, donde sus resultados influyen favorablemente en la optimización de los procedimientos y transparencia del trabajo que se lleva a cabo en las diferentes instituciones de Lima Metropolitana. Al concluir la investigación, se determinó que la metodología de la investigación científica, fue aplicada desde el planteamiento del problema, el manejo de la información para el desarrollo del parte teórico conceptual; cómo también en cuanto a los objetivos, hipótesis y todos los otros aspectos vinculados al estudio; para luego finalmente, llevar a cabo la contratación de las hipótesis llegando a las conclusiones y recomendaciones.

- **Antecedentes internacionales**

- a) Autor principal: Gioconda del Rocío Paredes Caicedo**

- Título:** *“El comercio electrónico y la recaudación del impuesto al valor agregado en el Ecuador”*

- Tesis para optar Título de Magister en Administración Tributaria.

- Universidad técnica de Ambato república del Ecuador.

Este trabajo es el proceso de globalización se ha beneficiado directamente el sector económico, pero a la vez se ha observado la preocupación de las Administraciones Tributarias al contar con una legislación que no está acorde a los cambios actuales y de poseer medios limitados para el control del pago de impuestos en este tipo de comercio.

Uno de los inconvenientes que existe es la recaudación de IVA, debido al movimiento internacional tanto de compradores y vendedores, bienes tangibles como intangibles, se hace complicado ubicar cada uno de estos componentes, dificultándose la verificación de los elementos de la tributación como son sujeto pasivo, hecho generador, la base imponible, etc.

Las decisiones que tomen los gobiernos de cada país son importantes, porque darán vitalidad tanto al mejoramiento del sector económico con esta nueva forma de comercializar, como para que exista una recaudación de impuestos factible, sin que se convierta en una forma de evasión tributaria.

b) Autor principal: Víctor Erick Pérez García

Título: *“Comercio electrónico como una estrategia de negocios en el municipio de Nezahualcóyotl para las micros y pequeñas empresas”*

Tesis Para Optar Grado De Maestro En Administración.

Universidad politécnica nacional

La importancia de emplear el comercio electrónico en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del municipio de Nezahualcóyotl de giro comercial, radica en incrementar las ventas de productos empleando el internet como nuevo canal. De igual manera se puede incursionar en nuevos mercados, estos pueden ser a nivel local, municipal, estatal y nacional. El estar presentes en el mundo digital, posicionar la empresa (redes sociales, páginas web, blogs, tiendas virtuales) y promocionar productos a través de nuevos canales de venta, hace que la difusión publicitaria sea a bajo costo, eligiendo el segmento de mercado en el cual se desea participar. Es por ello que, el objetivo principal fue realizar una propuesta de estrategia de negocios basado en dos bloques, el valor añadido en las unidades económicas al utilizar el comercio electrónico y la propuesta de modelo de comercio electrónico. Con un alcance solamente para las MYPES dedicadas al sector comercial, teniendo como limitante que el presente modelo de investigación no se implementó en alguna unidad económica del municipio.

Se utilizó una técnica de investigación de naturaleza cuantitativa, utilizando como recolección de datos el método de encuesta. El tipo de pregunta que se empleó en el cuestionario fue de elección múltiple y por categoría, las variables que se midieron fueron el manejo de internet, uso y conocimiento del comercio Cabe señalar que las unidades económicas en el municipio de Nezahualcóyotl, a pesar que la mayoría de los establecimientos cuentan con internet, ya sea en su hogar o negocio, solo el 31% lo ha empleado para realizar compra/venta de productos, y en la frecuencia de las compras el 67% lo hace anualmente, el 22% mensualmente y el 11% semanalmente, siendo estos los datos más relevantes en las MYPES del Nezahualcóyotl, adquiriendo principalmente electrodomésticos y componentes automotrices por internet.

2.3 Bases teóricas

Variable independiente – X: Control fiscal

Gómez Buitrago Jairo, 2017 en su libro titulado “*Gerencia pública y control fiscal*” Algunos autores comparten la visión de que el término de “administrar” se refiere a una actividad del estado, a su componente administrativo específicamente en sus contenidos políticos y jurídicos, sin embargo, este término también puede contener características “orientar, planificar, custodiar, ejecutar y gestionar actividades y bienes en nombre de otro para otro, o simplemente en representación de un tercero; esto es una actividad de organización, planeación y coordinación de acciones para alcanzar un fin

Según lo anterior y vinculándolo con referencia a la Administración Pública como tal, esta sería “órgano al que se le asigna la misión de organizar, planificar y coordinar las distintas acciones del Estado, para el cumplimiento de los cometidos previstos en la Constitución y la ley, y en este orden de ideas, lo dicho por Rivero y Santofino Gamboa complementaria la anterior noción, al afirmar que: “administrar lo público es esencialmente una acción encauzada y predeterminada a los propósitos de la comunidad y de los asociados en su conjunto. (pág. 30).

Comentario:

- Lo mencionado por el autor nos parece aceptado porque define la administración pública de manera correcta al decir que es actividad del estado, a su componente administrativo específicamente en sus contenidos políticos y jurídicos lo cual es correcto.

Jaime Nicolás López, 1989 en su libro “*Bases de política fiscal y derecho*” para formular las políticas fiscales es preciso entender como han funcionado las economías en el pasado y cómo funcionan hoy; esto es, ha de hacerse un esfuerzo para interpretar la realidad de cada situación concreta. De otra forma, cualquier política por bien intencionada que sea puede desviarse y llevar a consecuencias imprevistas y desafortunadas.

Se desprende, en consecuencia, que la misma historia de la evolución de la economía es un medio valioso para formular políticas fiscales, en virtud de que es la suma de experiencias pasadas y presentes. (pág. 45)

Comentario:

- Lo redactado por el autor nos parece aceptado por lo que dice que la economía sufre muy variados e imprevistos cambios, por tanto, la política fiscal debe adecuarse a tales cambios. Por eso nos indica que a lo largo de todo el curso del proceso de desarrollo, la política fiscal tiene una importante relación con el nivel de empleo y general de precios y con el índice de desarrollo de la renta; pero el modus operandi de la política fiscal y los requisitos con los que deben cumplir varían a medida que la economía avanza.

Efraín Gonzales de Olarte, 2003 en su libro *“La difícil descentralización fiscal en el Perú”* La descentralización fiscal es el puente entre la economía y la política, pues es la vía económica que permite al estado cumpla sus funciones, sobre la base de los impuestos que las personas y las instituciones están dispuestas a pagar, en distintos ámbitos territoriales: local, regional y nacional. En realidad, la descentralización fiscal debe partir de la decisión política de hacer del Estado un eficiente proveedor de bienes y servicios públicos y, de manera simultánea, de promover la equidad por medios fiscales. Dicho de otro modo, la descentralización fiscal debería ser le medio para lograr que los habitantes de cada localidad o región sean capaces de financiar los gastos para suministrar los bienes y servicios que necesitan. Dicho suministro debe contribuir sustantivamente al desarrollo humano de las personas. (pág. 45)

Comentario:

- Lo dicho por el autor es aceptado por nosotros porque menciona que para que una comunidad cuente con los servicios básicos que este necesite debe poder sustentar dicho gasto con los recursos obtenidos de los contribuyentes del mismo sector para que este sea autosuficiente y no dependa de un poder centralizado.

Boris Barrera Crespo, 2005 en su libro *“El delito tributario: elementos constitutivos y circunstancias modificadoras”* afirma que bajo el termino de ilícito o infracción, encierra todas las inconductas presentes en el campo tributario. Los criterios de diferenciación entre estas, no son unisionos, pues, dependen en gran medida, de la naturaleza dada a las infracciones tributarias.

Para un grupo de autores, la clasificación se la funde sobre una base cuantitativa, pues lo importante será el grado de la sanción. En caso de contravenciones, las sanciones serán administrativas y para delitos serán penales. Otros a diferencia, asientan en

criterio de diferenciación sobre el bien jurídico tutelado. El delito tutela la seguridad colectiva e individual, mientras que las contravenciones, la actividad administrativa estatal. (pág. 25)

Comentario:

- Este argumento nos da a entender que es un delito tributario y sus tipos, la diferencia de manera correcta y nos dice que depende de la naturaleza del delito como es que este será sancionado

Variable dependiente – Y: Recaudación

Ignacio Somalo Peciña, 2018 en su libro *“El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online”*. Una de las vertientes particulares de esta evolución es el *ecommerce*. La posibilidad de replicar procesos de venta por medios electrónicos, principalmente vía internet, provoca el nacimiento de una nueva actividad empresarial denominada comercio electrónico ya en los años 90 del siglo pasado. Desde entonces no ha hecho sino progresar y ser cada vez más relevante en la economía y en la sociedad.

Es importante recalcar que no debemos confundir internet con el dispositivo de acceso. Internet no es equivalente a navegar con el ordenador. En la actualidad una inmensa parte de los accesos y transacciones de están realizando por otro tipo de dispositivos. (pág. 40)

Comentario:

- Nos parece aceptable porque el comercio electrónico es una tendencia que se ha venido acentuando en la sociedad desde los años 90, que con la llegada del internet se abrieron una enorme cantidad de posibilidades creando nuevas actividades comerciales entre las que se encuentra el comercio electrónico, que ha logrado un nivel de penetración muy importante en los años en los que vivimos

Eloy Seoane Balado, 2005 en su libro *“La nueva era del comercio”* una red de ordenadores no es más que un grupo de ordenadores, más o menos grande, unidos por medio de algún sistema de transmisión, que puede ser un cable, ondas de radio o rayos infrarrojos, lo que permite que puedan comunicarse entre ellos en tiempo real.

Una red de área local, es una red formada por ordenadores situados en el mismo edificio. Si los ordenadores estuviesen situados en edificios más o menos contiguos, estaríamos hablando de una red de campus, can.

Un servidor es un ordenador que pone a disposición de los demás algún tipo de recurso, que puede ser espacio en su disco duro aplicaciones, una conexión a internet o información en forma de página web. (pág. 44)

Comentario:

- Es aceptable lo mencionado porque define lo que es un servidor y las diferencia que existen entre una red de ordenadores, una red de área local y un servidor, además explica que un servidor pone a disposición de otras personas conectadas a esa red espacio en su disco duro, recursos, aplicaciones y otras disposiciones.

Juan José Castaño y Susana Jurado, 2016 en su libro *“Mercado digital: compraventa online”*. Las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en el mundo de los negocios, pues las redes de ordenadores permiten diversos tipos de interconexión que implican una nueva forma de operar a muchas organizaciones.

A nivel local, han modificado la gestión y comunicación de las empresas desarrollando nuevos modelos y estructuras. A niveles superiores, internet, definida como la des de redes. Ha hecho que muchas empresas dependan de ellas para desarrollar su actividad.

Internet ofrece nuevas posibilidades a las empresas; por ello, son muchas las que deben su nacimiento a las nuevas tecnologías, pues han surgido en ellas y para ella, es decir, sin las oportunidades que ofrece la red, no hubieran existido. (pág. 38)

Comentario:

- Lo mencionado por el autor nos parece aceptable porque define y ayuda a entender que es un negocio digital, cuales son las nuevas oportunidades que están ofrecen debido a los avances de la tecnología, como se desarrolla la comunicación en las empresas y como las redes han ampliado los mercados.

Según (Tassabehji, 2003) *“Es el tipo de comercio que consiste en las transacciones comerciales de productos, información o servicios entre empresas y consumidores”*. Es decir, el consumidor puede acceder a la tienda virtual desde cualquier lugar a través de un dispositivo electrónico con Internet, facilitando una compra cómoda y rápida.

Asimismo, existe una clasificación de modelos de negocio para el comercio electrónico B2C. Estos son: portales, proveedor de contenido, corredor de transacciones, generador de mercado, proveedor de servicios y comunidad virtual. Este tipo de comercio electrónico apareció junto con el business to business (B2B) y es el más utilizado a nivel mundial. Según el III Estudio del Estado del Comercio Electrónico para el Perú, este tipo de comercio representa el 91.5% del total del comercio electrónico en el país. (Castillo Telles y Arroyo García, 2017, p. 20).

Comentario:

- Según Google Sites (s.f.) La seguridad en el comercio electrónico y específicamente en las transacciones comerciales es un aspecto de mucha importancia. Para ello es necesario disponer de un servidor seguro a través del cual toda la información confidencial es encriptada y viaja de forma segura, esto brinda confianza tanto a proveedores como a compradores que hacen del comercio electrónico su forma habitual de negocios. Al igual que en el comercio tradicional existe un riesgo en el comercio electrónico, al realizar una transacción por Internet, el comprador teme por la posibilidad de que sus datos personales (nombre, dirección, número de tarjeta de crédito, etc.) sean interceptados por "alguien", y suplante así su identidad; de igual forma el vendedor necesita asegurarse de que los datos enviados sean de quien dice serlos. Por tales motivos se han desarrollado sistemas de seguridad para transacciones por Internet: Encriptación, Firma Digital y Certificado de Calidad, que garantizan la confidencialidad, integridad y autenticidad respectivamente.

2.3 Términos Técnicos

- **Beneficio:** Aunque en un sentido general beneficio significa utilidad o provecho, en economía la palabra adquiere un sentido más preciso: ella es equivalente a la diferencia entre los ingresos y los egresos de una empresa, ya sea en una operación particular o; más usualmente durante el curso de un ejercicio; en este sentido beneficio es sinónimo de ganancia.
- **Bienes:** Los bienes, en términos generales, son objetos útiles, provechosos o agradables que proporcionan a quienes los consumen un cierto valor de uso o utilidad. Los bienes económicos, más específicamente, son objetos que se producen para su intercambio en el mercado, es decir, son mercancías.

- **Bienes de consumo:** Dícese de los bienes que son utilizados para satisfacer las necesidades corrientes de quienes los adquieren, es decir, cuya utilidad está en satisfacer la demanda final de los consumidores.
- **Capital:** El concepto de capital, tan importante en la ciencia económica, admite diversas definiciones según el enfoque que se adopte. La palabra, en el lenguaje cotidiano y aun en el de los economistas, suele abarcar un conjunto de significados próximos pero no idénticos.
- **Comercio dinámico.** Forma de tramitación de una transacción en que las partes participantes tienen posibilidad de reaccionar a la oferta y la demanda e interactuar así a través de medios en línea. La subasta en línea es una forma de comercio dinámico.
- **Creador de mercado de redes:** Una empresa que controla un mercado en Internet para reunir compradores y vendedores.
- **Cuenta.** La cuenta de un usuario en un Proveedor de servicios de Internet (ISP) u otro proveedor de servicios en línea. Una cuenta permite al usuario utilizar servicios (por ejemplo su propia dirección de correo electrónico).
- **Distribución.** La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas.
- **Economía de empresa.** La economía de la empresa es la rama de la ciencia económica que tiene por objeto el estudio de los hechos de naturaleza económica que acontecen en la empresa y que trata de explicar de una forma científica sus actividades, sus funciones y los criterios de decisión de la misma.
- **Economía del Bienestar.** A veces considerada como una forma de economía normativa, por diferencia con la economía teórica o positiva que busca conocer cómo son los procesos económicos, la Economía del Bienestar es una rama del pensamiento económico que se propone incrementar el bienestar total o la utilidad total existente en una sociedad.
- **El capital.** En este sentido, es un factor de producción que, junto con la tierra y el trabajo, resulta indispensable para el desarrollo de las actividades productivas.

- **Empresa.** Es una unidad socio económica que persigue determinados fines (o lucrativos: obtener ganancia o sociales: servir a la comunidad y contribuir al desarrollo del país). Toda empresa, sea pública o privada realiza determinadas operaciones (de producción, de extracción, de importación, de exportación, de compra venta, de prestación de servicios, etc.)
- **Internet.** Infraestructura de redes a escala mundial que se conecta a la vez a todo tipo de computadores. Desarrollado originariamente para los militares de EEUU.
- **Medio de Pago:** Un medio de pago es cualquier medio comúnmente aceptado en un mercado por otros particulares, un comercio, la 55 administración o cualquier otra institución, como forma para comprar bienes o contratar servicios. El medio de pago más comúnmente utilizado es el dinero en efectivo (monedas y billetes), suplido por las tarjetas bancarias (de débito o de crédito), junto con las transferencias y otros medios de pago entre empresas (pagarés, letras de cambio, etc.).
- **Negocio Electrónico.** Cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan en forma electrónica en lugar del intercambio o contacto físico directo.
- **Obligación Tributaria.** La obligación tributaria es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. Por tratarse de una obligación, puede ser exigida de manera coactiva.
- **Producto.** Es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características.
- **Recaudación tributaria.** El concepto de recaudación fiscal es aquel que se aplica al acto que realiza un organismo, normalmente el Estado o el gobierno, con el objetivo de juntar capital para poder invertirlo y usarlo en diferentes actividades propias de su carácter.
- **Tributación.** Es el conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, propiedades, mercancías o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y para financiar sus actividades y poder cumplir sus fines públicos.

- **Globalización:** La globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura. En las últimas décadas, esta integración mundial ha cobrado velocidad de forma espectacular debido a los avances sin precedentes en la tecnología, las comunicaciones, la ciencia, el transporte y la industria. Si bien la globalización es a la vez un catalizador y una consecuencia del progreso humano, es también un proceso caótico que requiere ajustes y plantea desafíos y problemas importantes.
- **Aplicación:** Programa informático que permite a un usuario utilizar una computadora con un fin específico. Las aplicaciones son parte del software de una computadora, y suelen ejecutarse sobre el sistema operativo. Una aplicación de software suele tener un único objetivo: navegar en la web, revisar correo, explorar el disco duro, editar textos, jugar (un juego es un tipo de aplicación), etc. Una aplicación que posee múltiples programas se considera un paquete.
- **Servidor:** es una aplicación en ejecución capaz de atender las peticiones de un cliente y devolverle una respuesta en concordancia. Los servidores se pueden ejecutar en cualquier tipo de computadora, incluso en computadoras con bombillo dedicadas a las cuales se les conoce individualmente como «el servidor». En la mayoría de los casos una misma computadora puede proveer múltiples servicios y tener varios servidores en funcionamiento. La ventaja de montar un servidor en computadoras dedicadas es la seguridad. Por esta razón la mayoría de los servidores son procesos diseñados de forma que puedan funcionar en computadoras de propósito específico.
- **Página web:** es conocida como un documento de tipo electrónico, el cual contiene información digital, la cual puede venir dada por datos visuales y/o sonoros, o una mezcla de ambos, a través de textos, imágenes, gráficos, audio o vídeos y otros tantos materiales dinámicos o estáticos. Toda esta información se ha configurado para adaptarse a la red informática mundial, también conocida como World Wide Web.

2.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis Principal

Si se mejorara el control fiscal aumentaría el nivel de recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017.

2.4.2. Hipótesis Secundarios

1. Si los impuestos que intervienen en la economía de las empresas fueran correctamente comunicados por la administración tributaria a los contribuyentes aumentaría la solicitud de emisión de comprobantes de pago a nivel de las empresas del comercio electrónico en Lima metropolitana.
2. Si se optimizaran las operaciones dentro del comercio electrónico que dé como resultado la disminución de perdida de utilidades se lograría una reducción de los costos en Lima metropolitana en el año 2017.
3. Si existiera una mejor regulación del comercio electrónico disminuiría la evasión tributación con los cual se lograría un aumento en los ingresos recaudados de dicha actividad en Lima metropolitana.
4. Si disminuyeran los vacíos legales en las normas establecidas con respecto a los delitos tributarios aumentaría el nivel de inversión de las obras públicas en Lima metropolitana.

2.4 Operacionalización de Variables

2.4.1 Variable independiente

X: Control Fiscal

Definición conceptual	Vásquez, W. (2000) consiste en la inspección de las actuaciones de la organización con miras a conocer, primer término, si se están cumpliendo en forma eficiente y efectiva los objetivos y metas administrativas y determinar acciones a seguir para corregir las deficiencias encontradas.	
	Indicadores	Índices
Definición operativa	X1. Tributos	1.1 Conocimiento de actividades comerciales emp. 1.2 Identificación de personas Jurídicas y naturales. 1.3 Periodo del ejercicio de la empresa. 1.4 Conocimiento de ganancias de capital operaciones habituales.
	X2. Pérdida de utilidades	2.1 Carga Fiscal 2.2 Mercado Actividad Económica 2.3 Altera el equilibrio de la economía de las empresas. 2.4 Fiscalizaciones a los regímenes
	X3. Evasión de impuestos	3.1 índice de evasión 3.2 Consumo 3.3 Porcentaje de la población no fiscalizada 3.4 Fiscalizaciones
	X4. Delitos tributarios	4.1 Nivel de alteración de la conducta. 4.2 Nivel de afectaciones en el logro de principios tributarios 4.3 Normas tributarias 4.4 Tipos de fiscalizaciones
Escala valorativa		Nominal

2.4.2 Variable dependiente

Y: Recaudación

Definición conceptual	Delgado, A. & Cuello, R. (2008) puede desarrollarse a través de dos fases o procedimientos bien diferenciados: el periodo voluntario de pago y el procedimiento ejecutivo de apremio	
	Indicadores	Índices
Definición operativa	Y1. Emisión de documentos de pago	1.1 Nivel de emisión de facturas/boletas 1.2 Tiene obligaciones tributarias con los trabajadores. 1.3 Nivel de utilidad del producto. 1.4 Nivel de costo de almacén
	Y2. Nivel de ingresos tributarios	2.1 Aplicación de principios Tributarios 2.2 Aplicación de decretos de ley 2.3 normas vigentes 2.4 Políticas tributarias
	Y3. Ingresos tributarios	3.1 ingresos por sectores 3.2 leyes y normas vigentes 3.3 índice de ingresos 3.4 evolución de presupuesto
	Y4. Nivel de inversión	4.1 Índice anual de inversión 4.2 Entrada y salida de capitales 4.3 Normas vigentes sobre la inversión 4.4 Índice de inversión por regiones
Escala valorativa		Nominal

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. DISEÑO METODOLOGICO

Es una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico es el transaccional correlacionar.

$$Ox \ r \ Oy$$

Dónde:

O = Observación.

x = Control Fiscal

y = Recaudación

r = Relación de variables.

3.1.1. Tipo de Investigación

La presente investigación, por la forma como se planteará, reúne las condiciones metodológicas suficientes para ser considerada una “investigación aplicada”, en razón que se utilizará conocimientos referidos al Control fiscal y Recaudación. Conforme a los propósitos y naturaleza del trabajo, la investigación se centrará en el “nivel descriptivo”.

3.1.2. Procedimientos de contratación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas se usará la prueba Chi-Cuadrado, pues los datos para el análisis deben estar en forma de frecuencias. La estadística ChiCuadrado es la más adecuada porque se utiliza para técnicas de encuesta, teniendo en cuenta los siguientes pasos o procedimientos:

- a. Formular la hipótesis nula (H0)
- b. Formular la hipótesis alternante (H1)
- c. Indicar el nivel de significación (α), que es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula (H0) siendo verdadera, su rango de variación es $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, por defecto se asume el valor de $\alpha = 5\%$ (valor asumido por el software SPSS) y está asociado al valor de la Tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (X^2_t), específicamente el valor de la distribución es $X^2_t(k-1)$, (r-1) gl. y se ubica en la Tabla Chi-Cuadrado, siendo k igual al

número de filas y r el número de columnas, este valor divide a la distribución en dos zonas, de aceptación y de rechazo, tal como indica el gráfico; si X^2_c es $\geq X^2_t$ se rechazará la hipótesis nula.

d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i$$

Dónde:

o_i = Valor observado producto de las encuestas

e_i = Valor esperado obtenido también mediante las encuestas.

X^2_c = valor del estadístico calculado con datos de la muestra que se trabajan y se debe comparar con los valores paramétricos ubicados en la Tabla Chi-Cuadrado según el planteamiento de la hipótesis alternante e indicados en el paso 3.

X^2_t = Valor del estadístico obtenido en la Tabla Chi-Cuadrado. k= filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

e. Toma de decisiones Se debe comparar los valores de la Prueba con los valores de la tabla.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población

Estará conformada por estudiantes de universidades, comerciantes que realizan ventas físicas y diversas personas que ejercen diferentes profesiones, donde nuestra muestra asciende a 49 conformada por mujeres y varones de diferentes distritos a nivel de Lima metropolitana que presentan diferentes vocaciones y tienen distintos centros de trabajos las cuales han respondido una serie de preguntas que nos han llevado a una conclusión acerca de dichas preguntas

3.2.2. Muestra

Tabla N°1

N°	Distrito	Total Población
	TOTAL	336
1	GRECO EIRL	25
2	COMERCIAL MARLENE	30
3	VENTAS SANTA ANITA	17
4	GRENKO COMMERCIAL	38
5	MARTIN COMMERCIAL	40
6	DIGITAL SOLUCION J&R	28
7	JOSE GLOBAL ITEMS	29
8	NORMA TR EIRL	15
9	COMERCIAL CONSUELO	32
10	DIEGO IMPORT	19
11	SAN JUAN COMERCIAL	38
12	CESAR DIGITAL	25

En la determinación óptima de la muestra se utilizó la fórmula del muestreo aleatorio simple que se utiliza en estadística no Paramétricas, (encuestas y entrevistas) la misma que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2}$$

Dónde:

Z: Valor asociado a un nivel de confianza ubicado en la tabla normal estándar. (90% ≤ confianza ≤ 99%, para una confianza del 90% entonces Z = 1.64%)

P: Proporción de hombres conformada por gerentes, contadores y administradores que laboran en las empresas automotrices en Lima Metropolitana para el caso del problema se tiene un valor de, p = 0.7.

Q: Proporción de mujeres conformada por gerentes, contadores y administradores que labora en las empresas automotrices en Lima Metropolitana, para el caso del problema, se tiene un valor de q = 0.3.

ε: Margen de error existente en todo trabajo de investigación 1% ≤ e ≤ 10%, para el caso del presente trabajo se ha considerado un error del 9%

N: Tamaño óptimo de muestra. Entonces, a un nivel de significancia de 90% y 10% como margen de error n fue:

$$n = \frac{(1.64)^2(0.7)(0.3)(336)}{(0.1)^2(336 - 1) + (1.64)^2(0.7)(0.3)}$$

El tamaño de la muestra resultante es de 49, a los cuales se aplicará los instrumentos de medición, es decir las entrevistas y encuestas.

Muestreo probabilístico estratificado, se debe calcular el factor de distribución muestra:
fdm=n/N

$$fdm=n/N = 49/336$$

$$fdm=0.145833.$$

3.3 Técnicas de Recolección de Datos

Tabla N°2

N°	Distrito	Total Población	Muestra
		N	n
TOTAL		336	49
1	GRECO EIRL	25	4
2	COMERCIAL MARLENE	30	4
3	VENTAS SANTA ANITA	17	2
4	GRENKO COMMERCIAL	38	6
5	MARTIN COMMERCIAL	40	6
6	DIGITAL SOLUCION J&R	28	4
7	JOSE GLOBAL ITEMS	29	4
8	NORMA TR EIRL	15	2
9	COMERCIAL CONSUELO	32	5
10	DIEGO IMPORT	19	3
11	SAN JUAN COMERCIAL	38	6
12	CESAR DIGITAL	25	4

3.3.1 Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos

Los métodos de investigación a emplearse en el proceso de investigación son: el método descriptivo, estadístico, de análisis – síntesis que conforme con el desarrollo de la investigación se den indistintamente.

Con respecto a las técnicas de investigación, se aplicarán encuestas y entrevistas, la encuesta se caracteriza por ser anónima en el acopio de información, la cual se aplica a la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtiene mediante el cuestionario como instrumento de investigación.

3.3.2 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

El procedimiento de validez para garantizar su eficacia y efectividad de los instrumentos de investigación, fundamentalmente si estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir de las variables, se procedió con la aplicación de una prueba piloto a diez (10) personas, de conformidad con la determinación de la muestra en forma aleatoria. Asimismo; la confiabilidad ha permitido obtener los mismos resultados en cuanto a su aplicación en un número de veces de tres (3) a las mismas personas en diferentes períodos de tiempo.

3.4 Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información;

El procesamiento y análisis de la información, se efectuarán con el software estadístico de mayor uso en las ciencias sociales por ser una prueba no paramétrica denominada “Statistical Package for the Social Sciences”, conocido por sus siglas SPSS, versión 20 en español.

3.5 Aspectos Éticos

En la elaboración del proyecto de tesis, se ha dado cumplimiento a la Ética Profesional, desde su punto de vista especulativo con los principios fundamentales de la moral individual, social y deberes profesionales; y el punto de vista práctico a través de normas y reglas de conducta para satisfacer el bien común mediante las relaciones entre profesionistas y clientela, enmarcadas en el Código de Ética de los miembros de los Colegios de Contadores Públicos del país, en el cual el Contador Público está ceñido a los siguientes principios éticos:

- Integridad
- Objetividad
- Independencia
- Responsabilidad
- Confidencialidad
- Observancia de las disposiciones normativas
- Competencia y actualización profesional
- Difusión y colaboración
- Respeto entre colegas
- Conducta ética

Estos principios son de cumplimiento obligatorio en cualquier labor contable que el profesional realiza, pues en su aplicación contribuye al desarrollo de la profesión y participación activa en la construcción de la sociedad. Se acata estas disposiciones de ética como opción de vida por el solo hecho de tener fe pública.

En general, el desarrollo se ha llevado a cabo conforme mediante los valores y principios éticos, como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia contable.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Resultados de la Encuesta

¿Ud. ¿Tiene conocimientos sobre lo que es el comercio electrónico? (por ejemplo, compras por internet, pagos, etc.)

Tabla N° 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	35	71.43	71.43	71.43
	No	10	20.41	20.41	91.84
	Solo un poco	5	8.16	8.16	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: El 71.43% de las personas encuestadas tienen conocimiento sobre el comercio electrónico, el 20.41% no tiene conocimiento sobre el comercio electrónico y el 8.16% conoce el tema parcialmente, totalizando el 100%.

Si Ud. Nunca ha realizado una compra por internet y desea o le gustaría hacerlo. ¿Cuál es el motivo por lo cual no lo hace?

Tabla N° 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Me parece inseguro	18	36.73	36.73	36.73
	No tengo los medios como lograrlo	26	56.06	56.06	92.79
	Me parece engorroso el sistema	5	7.21	7.21	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: En esta pregunta como resultado se obtuvo que el 36.73% no realiza compras por internet por qué le parece inseguro, el 56.06% menciona que no tiene medio como lograrlo y el 7.21% afirma que es un sistema engorroso.

¿Cuál o cuáles fueron sus principales motivaciones para comprar a través de internet?

Tabla N° 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de tiempo	17	34.69	34.69	34.69
	Para encontrar mejor precio	28	57.14	57.14	91.83
	Por ausencia del producto	4	8.17	8.17	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: Como resultado indican que una de las principales motivaciones para comprar a través de internet solo el 34.69% lo hace por falta de tiempo, el 57.14% lo hace para encontrar un mejor precio y el 8.17% lo hace por ausencia de producto, dando como total un 100%.

En general ¿cuál es su grado de satisfacción con el uso del comercio electrónico?

Tabla N° 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	8	16.33	16.33	16.33
	Satisfecho	39	79.59	79.59	95.92
	No lo he usado	2	4.08	4.08	100
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: El grado de satisfacción según las personas encuestadas indica que el 16.33% se siente insatisfecho, el 79.59% se siente satisfecho y el 4.08% no ha usado el servicio.

En sus compras online, ¿le han ofrecido el derecho a devolución?

Tabla N° 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Depende del producto	10	20.41	20.41	20.41
	Sí, pero pagando los gastos de devolución	34	69.39	69.39	89.8
	Sí, pero dentro del plazo establecido	5	10.2	10.2	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: Según los encuestados nos afirmas que el 20.41% han tenido el derecho a devolución dependiendo del producto, el 69.39% han tenido el derecho de devolución, pero asumiendo los gastos por devolución y el 10.2% solo en el plazo establecido.

¿En sus compras online, ¿le han ofrecido factura?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No, nunca	15	30.61	30.61	30.61
	No me fije si me ofrecían	17	34.69	34.69	65.30
	Si, y me pareció correcto	18	34.70	34.70	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: El 30.61% afirma que en sus compras por internet nunca le han ofrecido facturas, el 34.69% indica que al momento de realizar la operación no se fijaron si ofrecían y el 34.70% si les ofrecieron comprobante.

¿Recomendaría el uso de comercio electrónico a otras personas?

Tabla N° 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí lo recomendaría	17	34.69	34.69	34.69
	Probablemente sí	26	53.06	53.06	87.75
	No lo recomendaría	6	12.25	12.25	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: Según la encuesta el 34.69% si recomienda el uso de comercio electrónico, el 53.06% dijo que probablemente si lo haría y el 12.25% afirmo que no lo recomendaría es así como se completa el 100%.

¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?

Tabla N° 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	30	61.22	61.22	61.22
	No	12	24.49	24.49	85.71
	No sabe /no opina	7	14.29	14.29	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: Según la encuesta el 61.22% cumple regularmente con sus obligaciones tributarias, en cambio el 24.49% no cumple y el 14.29% prefiere no opinar acerca de sus obligaciones tributarias por falta de conocimiento y de no saber si lo realizan correctamente

En qué grado considera Ud. ¿Que el sistema fiscal actual es justo?

Tabla N° 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy injusto	15	30.61	30.61	30.61
	Regular	26	53.06	53.06	86.67
	Justo	8	13.33	13.33	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: El 30.61% considera que el sistema actual es muy injusto, el 53.06% considera que el sistema fiscal es regular y el 13.33% afirma que es justo para todos los contribuyentes.

En su opinión, debemos pagar los impuestos porque:

Tabla N° 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Es una forma solidaria de distribuir la riqueza	15	30.61	30.61	30.61
	Todos tenemos que contribuir con el gasto público	30	61.22	61.22	91.83
	La ley nos obliga a pagar	4	8.17	8.17	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: En la encuesta se observa que el 30.61% opina que los impuestos es una forma solidaria de distribuir la riqueza, el 61.22% considera que todos tenemos que contribuir con el gasto público y el 8.17% afirma que la ley obliga a pagar.

¿Qué tan dispuesto estaría Uds. de pagar impuestos para mejorar la calidad de los servicios públicos?

Tabla N° 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy dispuesto	23	46.94	46.94	46.94
	En contra, corrupción	15	30.61	30.61	77.55
	No sabe/ no opina	11	22.45	22.45	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Comentario: EL 46.94% está dispuesto a pagar impuestos por la mejora de los servicios públicos, el 30.61% está en contra por la corrupción y el 22.45% prefiere no opinar.

¿El Conocimiento de actividades comerciales permite que aumente el nivel de emisión de facturas/boletas?

Tabla N° 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si, ya que la cultura ayuda a la conciencia tributaria	32	65,3	65,3	65,3
	No, da lo mismo	12	24,5	24,5	89,8
	No sabe	5	10,2	10,2	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: Como se puede ver el 65.3% de la personas consideran que si se creara conciencia tributaria en los contribuyentes y en la personas en general aumentaría la emisión de comprobantes de pago, el 24.5% afirma que sim importar lo que se haga la emisión de facturas no aumentara, por último el 10.2% no sabe.

¿El periodo del ejercicio de la empresa es el adecuado con respecto con las obligaciones tributarias?

Tabla N° 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	17	34,7	34,7	34,7
	Si	23	46,9	46,9	81,6
	No sabe	9	18,4	18,4	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: es esta pregunta la mayor cantidad de personas aseveran que el periodo tributario es el adecuado para que todas las empresas puedan acoplar sus pagos en cada uno de los regímenes

¿El conocimiento de ganancias de capital operaciones habituales hace que aumente el nivel de utilidad del producto?

Tabla N° 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No sabe	13	26,5	26,5	26,5
	Si, presenta un impacto real	33	67,3	67,3	93,9
	No, presenta significancia	3	6,1	6,1	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: Las personas afirman que el hecho que una empresa sepa de manera correcta el impacto y tenga un planeamiento sobre sus ventas lograra que las utilidades de cada uno de sus productos se eleven, debido a que lograra una reducción de gastos

¿La Identificación de personas Jurídicas y naturales lograría aumentar el nivel de recaudación?

Tabla N° 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si, ya que aumentarían las personas que tributan	18	36,7	36,7	36,7
	No, ya que encontrarían la manera de evadir impuestos	17	34,7	34,7	71,4
	No sabe	14	28,6	28,6	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: Como se puede observar en las preguntas la mayoría de las personas afirman que si mejorar la identificación de contribuyentes y evasores de todas maneras dichas personas lograría de un modo u otro evadir impuestos

¿La carga fiscal impacta dentro de las Políticas tributarias de cada empresa?

Tabla N° 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No, ya que no tienen suficiente impacto	14	28,6	28,6	28,6
	Si, ya que se deben poner como una carga mensual	26	53,1	53,1	81,6
	No sabe	9	18,4	18,4	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: como se puede visualizar la mayor parte de las personas creen que la carga tributaria impuesta a las personas tiene un alto impacto en la política tributaria de las empresas

¿El Mercado Actividad Económica tiene un alto impacto en las normas vigentes?

Tabla N° 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	32,7	32,7	32,7
	No	32	65,3	65,3	98,0
	No sabe	1	2,0	2,0	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: en dicha pregunta consultada al público creen que el impacto del comercio electrónico tiene relevancia dentro de las leyes puesto que son nuevas actividades económicas y por lo tanto las leyes necesitan modificaciones

¿Las Fiscalizaciones a los regímenes se realizan de acuerdo a los Aplicación de principios Tributarios?

Tabla N° 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si, en todos los regímenes	9	18,4	18,4	18,4
	Solo en algunos regímenes	36	73,5	73,5	91,8
	En ninguno	4	8,2	8,2	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: Lo arrojado por esta pregunta nos demuestra que las personas creen que las fiscalización realizadas solo se hacen a un cierto número de contribuyentes o solo a un régimen, pero al resto de regímenes no se realizan estas de acuerdo a ley

¿La alteración del equilibrio de la economía de las empresas se adecua a la Aplicación de decretos de ley?

Tabla N° 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Depende del producto	12	24,5	24,5	24,5
	Sí, pero pagando los gastos de devolución	36	73,5	73,5	98,0
	Sí, pero dentro del plazo establecido	1	2,0	2,0	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: la creación de nuevas actividades económicas crea nuevo conflictos en el mercado y hacen que estos se alteren en gran medida debido a que es un hecho novedoso

¿El índice de evasión presenta un impacto directo en el índice de ingresos?

Tabla N° 21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por supuesto	29	59.2	59.2	59.2
	No tiene mucho impacto	13	26.5	26.5	85.7
	No sabe	7	14.3	14.3	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: las personas aseveran que la evasión de impuesto en nuestro país tiene un alto impacto en el índice de ingresos que tiene el estado dentro del tesoro público en el Perú

¿El Consumo influye dentro de la evolución de presupuesto?

Tabla N° 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	32	65,3	65,3	65,3
	No lo he pensado	14	28,6	28,6	93,9
	No tiene nada que ver	3	6,1	6,1	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: el consumo es parte importante dentro de la creación y evaluación del presupuesto ya que es parte importante dentro de la economía para que esta fluya de manera considerable

¿Las Fiscalizaciones se realizan de acuerdo a las leyes y normas vigentes?

Tabla N° 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí lo hacen	17	34,7	34,7	34,7
	Probablemente sí	26	53,1	53,1	87,8
	No	6	12,2	12,2	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: las personas creen que en cierto sector las fiscalización realizadas por la administración pública puede que sean correcta y justas al momentos de imponer las multas

¿El porcentaje de la población no fiscalizada logra reducir los ingresos por sectores?

Tabla N° 24

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	32	65,3	65,3	65,3
	No	6	12,2	12,2	77,6
	No sabe/No opina	11	22,4	22,4	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: a las personas que no se les realizan de manera correcta las fiscalizaciones son las personas que más evaden impuestos ya que saben que sus rubros son difíciles de fiscalizar y comenten la mayor parte de infracciones

¿El Nivel de alteración de la conducta logra reducir o aumentar la entrada y salida de capitales de los inversionista?

Tabla N° 25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	36	73,5	73,5	73,5
	No	11	22,4	22,4	95,9
	No sabe /No opina	2	4,1	4,1	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: la conducta de las políticas fiscales y la alteración del mercado logran que los inversionistas no estén seguros de poder invertir en el Perú y que su inversión rinda frutos

¿El Nivel de afectaciones en el logro de principios tributarios tienen relación con las normas vigentes sobre la inversión?

Tabla N° 26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	presenta un impacto alto	8	16,3	16,3	16,3
	impacto regular	30	61,2	61,2	77,6
	indiferente	11	22,4	22,4	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: en la pregunta anterior se puede ver que las personas creen que dichas alteraciones en el mercado y las políticas fiscales presentan un impacto medido en las normas y beneficios tributarios que presentan los inversionistas dentro de nuestro país

¿Las normas tributarias logran que el Índice anual de inversión de un país aumente o disminuya?

Tabla N° 27

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aumenta	15	30,6	30,6	30,6
	Disminuye	32	65,3	65,3	95,9
	Indiferente	2	4,1	4,1	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: las personas asumen que las normas tributarias logran que los inversionistas salgan del país ya que se presentan muchas trabas como las leyes y beneficios laborales que representan un alto costo para las empresas

¿Los Tipos de fiscalizaciones se relacionan con el Índice de inversión por regiones?

Tabla N° 28

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No, en todos sitios es igual	21	42,9	42,9	42,9
	Se tienen que adaptar en cada región y rubro	17	34,7	34,7	77,6
	No sabe/ No opina	11	22,4	22,4	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Comentario: en esta pregunta se observa que las personas creen que en todo sitio dentro del vasto territorio del país son iguales sin importar el lugar en donde estos se encuentren

4.3 Resultados del Contraste de Hipótesis

4.3.1 Contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis se ha usado la prueba no paramétrica de Ji Cuadrado, para lo cual se ha procesado en el software estadístico SPSS, versión 21, teniendo en cuenta los pasos o procedimientos siguientes:

4.3.2 Primera Hipótesis

Los impuestos son los principales ingresos del estado, por lo tanto estos deben de llegar a las arcas públicas proviniendo de todo tipo de actividades y para que esto ocurra todos los contribuyentes deben saber que deben tributar y se debe crear una conciencia tributaria.

a. Hipótesis nula (H₀).

La creación de conciencia cívica en la población con respecto a los tributos que estos deben de pagar NO lograra que optimice la recaudación de impuestos en la región de lima metropolitana, año 2017

b. Hipótesis alternante (H₁).

La creación de conciencia cívica en la población con respecto a los tributos que estos deben de pagar SI lograra que optimice la recaudación de impuestos en la región de lima metropolitana, año 2017

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha = 5\%$, cuyo valor paramétrico es $X^2_{t(k-1), (r-1) gl.} = 7.321$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i = 7.515$$

Donde:

o_i = Valor observado, producto de las encuestas.

e_i = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

$X^2 c$ = Valor estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 01.

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante. Concluyendo que la comunicación de los impuestos a los contribuyentes influyen la emisión de comprobantes de pago en la comunidad de Lima Metropolitana.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,774 ^a	4	,437
Razón de verosimilitud	3,964	4	,411
Asociación lineal por lineal	,355	1	,552
N de casos válidos	49		

4.3.3 Segunda Hipótesis

La optimización de operaciones es una actividad básica que todos las actividades económicas deben de realizar con ello se lograría una disminución en las utilidades que potencialmente puedes obtener en un periodo determinado

a. Hipótesis nula (H₀).

La realización de un cuadro de actividades que resulten en una optimización de las operaciones NO conseguiría que se reduzcan los costos dentro del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017

b. Hipótesis alternante (H1).

La realización de un cuadro de actividades que resulten en una optimización de las operaciones SI conseguiría que se reduzcan los costos dentro del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha= 5\%$, cuyo valor paramétrico es $X^2 t(k-1), (r-1) gl.= 5.265$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2 c = \sum (oi - ei)^2 / ei = 6.251$$

Donde:

oi = Valor observado, producto de las encuestas.

ei = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

X² c = Valor estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 02.

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante. Concluyendo que la optimización las operaciones dentro del comercio electrónico inciden en los costos de dichas empresas en Lima Metropolitana.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,330 ^a	4	,856
Razón de verosimilitud	1,679	4	,795
Asociación lineal por lineal	,182	1	,670
N de casos válidos	49		

4.3.4 Tercera Hipótesis

La regulación de todas las actividades económicas por parte del estado peruano ese necesario y más aún si se trata de una forma de comercio creciente en nuestra sociedad como el comercio electrónico

a. Hipótesis nula (Ho).

La regulación y la aplicación de mayores controles en el comercio electrónico NO conseguirían que los ingresos que percibe el estado aumenten en Lima metropolitana, año 2017

b. Hipótesis alternante (H1).

La regulación y la aplicación de mayores controles en el comercio electrónico SI conseguiría que los ingresos que percibe el estado aumenten en Lima metropolitana, año 2017

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha = 5\%$, cuyo valor paramétrico es $X^2 t(k-1), (r-1) gl. = 5.632$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2 c = \sum (oi - ei)^2 / ei = 5.698$$

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,375 ^a	4	,848
Razón de verosimilitud	1,357	4	,852
Asociación lineal por lineal	,432	1	,511
N de casos válidos	49		

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante. Concluyendo que La regulación y la aplicación de mayores controles en el comercio electrónico SI conseguiría que los ingresos que percibe el estado aumenten en Lima metropolitana, año 2017

Donde:

oi = Valor observado, producto de las encuestas.

ei = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

X² c = Valor estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 03.

4.3.5 Cuarta Hipótesis

La reducción de vacíos legales que pueda tener una norma es vital para un estado puesto que con dicha reducción se logra aumentar los ingresos tributarios y reducir la elusión

a. Hipótesis nula (Ho).

La implementación o mejoramiento de normas que regulen el comercio electrónico y los delitos tributarios relacionados con este NO lograría un aumento en la inversión de las obras públicas desarrolladas en Lima metropolitana, año 2017

b. Hipótesis alternante (H1).

La implementación o mejoramiento de normas que regulen el comercio electrónico y los delitos tributarios relacionados con este SI lograría un aumento en la inversión de las obras públicas desarrolladas en Lima metropolitana, año 2017

c. Nivel de significación (α)

Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significación de: $\alpha= 5\%$, cuyo valor paramétrico es $X^2 t(k-1), (r-1) gl.= 7.524$

d. Se calculó la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2 c = \sum (oi - ei)^2 / ei = 7.856$$

Donde:

oi = Valor observado, producto de las encuestas.

ei = Valor esperado o valor teórico que se obtiene en base a los valores observados.

X² c = Valor estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el Software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la Tabla de Contingencia N° 04.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,092 ^a	4	,543
Razón de verosimilitud	3,109	4	,540
Asociación lineal por lineal	,046	1	,830
N de casos válidos	49		

Interpretación:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante. Concluyendo que La implementación o mejoramiento de normas que regulen el comercio electrónico y los delitos tributarios relacionados con este SI lograría un aumento en la inversión de las obras públicas desarrolladas en Lima metropolitana, año 2017

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Analizando la información relacionada con el trabajo de investigación, encontramos que la tributación en el País es muy deficitaria con respecto al comercio electrónico, es por eso que la ley 24829 al crear la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) la dota de autonomía funcional, económica, técnica, financiera y administrativa, con el fin que pueda organizarse debidamente y fiscalice a las personas naturales y jurídicas, con el fin que los aportes constituyan ingresos del tesoro público. De acuerdo a la evolución del comercio electrónico este empezó en los últimos años del siglo XIX, este inicio mediante la venta en catalogo en la cual la persona podía realizar sus compras desde la comodidad de su hogar, en los siguientes años se empezaron a crear bases de datos en las cuales se colocaban la preferencias de los cliente para consiguientemente poder clasificarlos y de esta manera aumentar su competitividad en el mercado. El comercio electrónico es relativamente nuevo en nuestro país no es un medio de transacciones que se use masivamente como en otros países, muchas personas desconfían mucho de este tipo de transacciones considerando que pueden ser estafados, ya que no hay un trato personal y no se conoce a la persona, en temas de tributación el Perú se encuentra desactualizado en temas de fiscalización electrónica, no se encuentra completamente reglamentado todos los tipos de delitos o infracciones que se puede llegar a cometer mediante una transacción virtual, se debe hacer una exhaustiva investigación para que se puedan tipificar todos los delitos y darles una justa sanción, uno de nuestros entrevistados sostiene que la evasión tributaria es uno de los grandes malos que afecta a nuestro país, debido a que el Perú no cuenta con una cultura tributaria debidamente arraigada en todos sus habitantes, la evasión afecta de forma significativa la recaudación de los impuestos como el impuesto a la renta de tercera categoría que es uno de los principales tributos que financia las actividades en el Perú con lo cual se brindan los servicios de salud, educación, transporte, entre otros y se realizan las grandes obras.

5.2 Conclusiones

La conclusión principal a la que se ha podido llegar en este trabajo de investigación mediante entrevistas y encuestas es que si el control fiscal se actualizara y mejorara significativamente el control fiscal dentro de nuestro país mediante fiscalizaciones, controles y otros aumentaría la recaudación fiscal en lima metropolitana

1. De los resultados de la encuesta realizada a diversos tipos de personas que realizan el actividades económicas en Lima metropolitana se puede concluir que si la administración comunicara de manera concisa cuales son las obligaciones de los contribuyentes y la importancia de la emisión de los comprobantes de pago los clientes de las empresas solicitarían de manera obligatoria la emisión de los comprobantes correspondientes por su compra con lo cual se reduciría la evasión tributaria que según nuestros entrevistados afecta de sobremanera al país.
2. Al analizar los resultados de la encuesta a las personas dedicadas a este rubro se ha podido observar que si existiera un mejor control interno en la operaciones empresariales del comercio electrónico se lograría obtener más utilidades debido a que se optimizaría el uso apropiado de los recursos requeridos para dicha actividad
3. Según la consulta realizada mediante encuestas y entrevistas a diversas personas relacionadas al comercio electrónico se concluye que si existiera una mejor regulación del comercio electrónico como la implementación de normas tributarias que sean concisas y objetivas con el fin de evitar cualquier mala acción de parte de los contribuyentes se lograría disminuir la evasión tributación con los cual se conseguiría un aumento en los ingresos recaudados de dicha actividad.
4. Al realizar la interpretación de las encuestas realizadas de pudo determinar que si se analizaran las normas con el fin de evitar que los contribuyentes puedan usar vacíos legales y se mejoraran dichas normas se reduciría los delitos tributarios como la elución con lo cual aumentaría el nivel de inversión del estado en obras públicas.

5.3 Recomendaciones

Se tiene que crea una imagen de la administración pública imponente la cual se eficiente y eficaz al momento en el cual una persona cometa un delito tributarios para que esta personas realicen su declaración de tributos con relación ala realidad

1. Fortalecer y mejorar la cultura tributaria de los contribuyentes y de la población en general, comunicar el destino de sus impuestos y que es lo que se va a realizar con el dinero recaudado para que estos realicen sus actividades económicas ya sea de compra o venta y soliciten el comprobante de pago correspondiente o se realice la facturación de manera correcta, puesto que en la encuesta se hace evidencia que lo comerciantes no ofrecen un comprobante de pago a sus compradores.
2. Mejorar los controles que se realicen dentro de una empresa dedicada al comercio electrónico, analizar los costos incurridos dentro de su actividad así como también los gastos con los cual se eliminaran procesos que no resulten indispensables en la actividad con lo cual se aumentarían las ganancias y se podrían brindar servicios adicionales, ya que según las encuestas los usuarios se muestran abiertos a poder adquirir productos mediante medios electrónicos.
3. Se debe de implementar una mejor regulación con respecto al comercio electrónico, debido a que este tipo de actividad es relativamente nueva en nuestro país y no ha sido reglamentada de forma en la cual ninguna empresa y/o contribuyentes pueda realizar actividades de este tipo sin el respectivo pago de sus tributos y crear una cultura tributaria que empiece de manera temprana en todos los ciudadanos
4. Los vacíos legales deben de ser analizados con el fin de poder mejorar las normas tributarias y evitar que los contribuyentes accedan a estas para disminuir el pago de sus tributos con lo cual aumentarían los ingresos que percibe el estado, por lo tanto aumentaría el nivel de inversión que puede realizar el estado y con ello aumentarían las obras públicas, puesto que según las encuestas es fácil defraudar el sistema público del país

FUENTES DE INFORMACIÓN

Larrocha, E. (2006). Nuevas tendencias en los sistemas de información. Madrid: Editorial centro de estudios Ramón Areces.

Gomez, J. (2017). Gerencia pública y control fiscal. Argentina: Editorial Universidad del Rosario.

Gomez, I. (2015). El control fiscal y la gestión de las entidades fiduciarias. Colombia: Universidad externado de Colombia.

Lopez, J. (2007). Bases de política fiscal y derecho. Mexico: Editorial Universitaria Potosína.

Somalo, I. (2017). El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online. España: Pozuelo de Alarcón.

Seoane, E. (2005). La Nueva Era Del Comercio. España: Vigo: Ideaspropias.

Castaño, J. & Jurado, S. (2016). Mercado digital: compraventa online. España: Editex.

Tassabehji, R. (2003). Applyng E-Commerce in busines. Inlaterra: AGE Publications Ltd.

Vasquez, W. (2000). Control fiscal y auditoría de estado en Colombia. Colombia: Fundicion Universidad de Bogota.

Delgado, A. & Cuello, R. (2008). Los procedimientos en el ámbito tributario. España: Universitat Oberta de Catalunya.

Barrera, B. (2005). El delito tributario: elementos constitutivos y circunstancias modificadoras. Ecuador: Corporación Editorial Nacional.

Fuentes Electrónicas:

Recuperado de: <https://iiemd.com/comercio-electronico/que-es-comercio-electronico-2>

Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/465/CONTROL%20FISCAL.htm>

Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia-control-fiscal-es-reto-corto-plazo-del-mef-65269.aspx>

Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/recaudacion>

Recuperado de: <https://peru21.pe/economia/recaudacion-tributaria-2018-superara-s-104-000-millones-alta-ultimos-10-anos-449797>

Recuperado de: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3808106-comercio-electronico-definicion-tipos-tendencias>

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: EL CONTROL FISCAL Y LA RECAUDACION DEL IMPUESTO A LA RENTA DE TERCERA CATEGORIA DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LIMA METROPOLITANA, AÑO 2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E ÍNDICES	METODOLOGÍA
<p>a. Problema principal</p> <p>¿De qué manera el control fiscal, influye en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017?</p> <p>b. Problema Secundarios</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿De qué manera los tributos intervienen en la economía de las empresas influye en la emisión de las facturas y boletas a nivel de las empresas del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017? ¿De qué manera la pérdida de utilidades inciden en los sobrecostos que origina el comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017? ¿De qué forma la evasión de impuestos influye en el nivel de ingresos tributarios en el comercio electrónico para el estado en Lima metropolitana, año 2017? ¿De qué manera los delitos tributarios en el comercio electrónico influyen en el nivel de la inversión en Lima metropolitana, año 2017? 	<p>a. Objetivo general</p> <p>Determinar que el control fiscal, influye en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017.</p> <p>b. Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar de qué manera los tributos intervienen en la economía de las empresas y cómo influye en la emisión de las facturas y boletas a nivel de las empresas del comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017. Dar a conocer de qué manera la pérdida de utilidades inciden en los sobrecostos que origina el comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2017. Determinar de qué forma la evasión de impuestos influye en el nivel de ingresos tributarios en el comercio electrónico para el estado en Lima metropolitana, año 2017 Constatar de qué manera los delitos tributarios en el comercio electrónico influyen en el nivel de la inversión en Lima metropolitana, año 2017 	<p>a. Hipótesis principal</p> <p>Si se mejorara el control fiscal aumentaría el nivel de recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría del comercio electrónico en la provincia de lima, año 2017.</p> <p>b. Hipótesis secundario</p> <ol style="list-style-type: none"> Si los impuestos que intervienen en la economía de las empresas fueran correctamente comunicados por la administración tributaria a los contribuyentes aumentaría la solicitud de emisión de comprobantes de pago a nivel de las empresas del comercio electrónico en Lima metropolitana en el año 2017. Si se optimizaran las operaciones dentro del comercio electrónico que dé como resultado la disminución de pérdida de utilidades se lograría una reducción de los costos en Lima metropolitana en el año 2017. Si existiera una mejor regulación del comercio electrónico disminuiría la evasión tributación con los cual se lograría un aumento en los ingresos recaudados de dicha actividad en Lima metropolitana en el año 2017. Si disminuyeran los vacíos legales en las normas establecidas con respecto a los delitos tributarios aumentaría el nivel de inversión de las obras publicas en Lima metropolitana año 2017. 	<p>a. Variable independiente</p> <p>X: Control fiscal</p> <p>Indicadores:</p> <p>X1: Tributos X2: Pérdida de utilidades X3: Evasión de impuestos X4: Delitos tributarios</p> <p>b. Variable dependiente</p> <p>Y: Recaudacion</p> <p>Indicadores:</p> <p>Y1: Productividad Y2: Competitividad Y3: Estructura financier Y4: Estructura financiera</p>	<p>a. Diseño metodológico</p> <p>No experimental: Transeccional correlacional.</p> <p>1. Tipo de investigación</p> <p>Investigación aplicada.Nivel descriptivo.</p> <p>2. Población</p> <p>La población estará conformada por 4363 personas a nivel de Lima Metropolitana, según el Proyecto Open Data Perú de Lima Metropolitana y Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).</p> <p>3. Muestra</p> <p>La muestra estará conformada por 68 personas entre gerentes, contadores y administradores.</p> <p>4. Técnicas de recolección de datos</p> <p>Encuesta y entrevista</p> <p>5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información</p> <p>La información será procesada en el software estadístico SPSS, versión 20 en español.</p>

Encuesta

Instrucciones: la técnica de la encuesta está orientada a buscar información de interés sobre el tema *“EL CONTROL FISCAL Y LA RECAUDACION DEL IMPUESTO A LA RENTA DE TERCERA CATEGORIA EN EL REGIMEN ESPECIAL DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LIMA METROPOLITANA, AÑO 2017”*, respecto, se solicita que en las preguntas que a continuación se acompañan, elegir la alternativa que considera correcta, marcando con un aspa (X) al lado derecho, su aporte será de mucho interés para el trabajo de investigación.

Se agradece su participación.

¿Ud. ¿Tiene conocimientos sobre lo que es el comercio electrónico?

- A) Si ()
- B) No ()
- C) Solo un poco ()

Si Ud. Nunca ha realizado una compra por internet y desea o le gustaría hacerlo.

¿Cuál es el motivo por lo cual no lo hace?

- A) Me parece inseguro ()
- B) No tengo los medios como lograrlo ()
- C) Me parece engorroso el sistema ()

¿Cuál o cuáles fueron sus principales motivaciones para comprar a través de internet?

- A) Falta de tiempo ()
- B) Para encontrar mejor precio ()
- C) Por ausencia del producto ()

7.- en general ¿cuál es su grado de satisfacción con el uso del comercio electrónico?

- A) Completamente satisfecho ()
- B) Satisfecho ()
- C) Insatisfecho ()

¿En sus compras online, ¿le han ofrecido el derecho a devolución?

- A) Depende del producto ()
- B) Sí, pero pagando los gastos de devolución ()

- C) Sí, pero dentro del plazo establecido ()
 ¿En sus compras online, ¿le han ofrecido factura?
- A) No, nunca ()
 B) No me fije si me ofrecían ()
 C) Si , y me pareció correcto ()
 ¿Recomendaría el uso de comercio electrónico a otras personas?
- A) Sí lo recomendaría ()
 B) Probablemente sí ()
 C) No lo recomendaría ()
 ¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?
- A) Si ()
 B) No ()
 C) No sabe / no opina ()
 ¿En qué grado considera Ud. ¿Que el sistema fiscal actual es justo?
- A) Injusto ()
 B) Regular ()
 C) Justo ()
 en su opinión, ¿debemos pagar los impuestos por qué? :
- A) Es una forma solidaria de distribuir la riqueza ()
 B) Todos tenemos que contribuir con el gasto público ()
 C) La ley nos obliga a pagar ()
- ¿Qué tan dispuesto estaría Uds. ¿De pagar impuestos para mejorar la calidad de los siguientes servicios públicos?
- A) Muy dispuesto ()
 B) En contra ()
 C) No sabe/ no opina ()
 ¿El Conocimiento de actividades comerciales permite que aumente el nivel de emisión de facturas/boletas?
- A) Sí, ya que la cultura ayuda a la conciencia tributaria ()
 B) No, da lo mismo ()
 C) No sabe ()
 ¿El periodo del ejercicio de la empresa es el adecuado con respecto con las obligaciones tributarias?

- A) A veces hay que trampear un poco para salir adelante ()
- B) Los que más tienen no pagan lo que les corresponde ()
- C) El control del fraude no es eficaz ()

¿El conocimiento de ganancias de capital operaciones habituales hace que aumente el nivel de utilidad del producto?

- A) No sabe ()
- B) Sí, presenta un impacto real ()
- C) No, presenta significancia ()

¿El conocimiento de ganancias de capital operaciones habituales hace que aumente el nivel de utilidad del producto?

- A) Si ()
- B) No ()
- C) No sabe/ no opina ()

¿La Identificación de personas Jurídicas y naturales lograría aumentar el nivel de recaudación?

- A) Sí, ya que aumentarían las personas que tributan ()
- B) No, ya que encontrarían la manera de evadir impuestos ()
- C) No sabe ()

¿La carga fiscal impacta dentro de las Políticas tributarias de cada empresa?

- A) No, ya que no tienen suficiente impacto ()
- B) Si, ya que se deben poner como una carga mensual ()
- C) No sabe ()

¿El Mercado Actividad Económica tiene un alto impacto en las normas vigentes?

- A) Si ()
- B) No ()
- C) No sabe ()

¿Las Fiscalizaciones a los regímenes se realizan de acuerdo a los Aplicación de principios Tributarios?

- A) Si, en todos los regímenes ()
- B) Solo en algunos regímenes ()
- C) En ninguno ()

¿La alteración del equilibrio de la economía de las empresas se adecua a la Aplicación de decretos de ley?

- A) Depende del producto ()
- B) Sí, pero pagando los gastos de devolución ()
- C) Sí, pero dentro del plazo establecido ()

¿El índice de evasión presenta un impacto directo en el índice de ingresos?

- A) Por supuesto ()
- B) No tiene mucho impacto ()
- C) No sabe ()

¿El Consumo influye dentro de la evolución de presupuesto?

- A) Si ()
- B) No lo he pensado ()
- C) No tiene nada que ver ()

¿Las Fiscalizaciones se realizan de acuerdo a las leyes y normas vigentes?

- A) Sí lo hacen ()
- B) Probablemente sí ()
- C) No ()

¿El porcentaje de la población no fiscalizada logra reducir los ingresos por sectores?

- A) Si ()
- B) No ()
- C) No sabe ()

¿El Nivel de alteración de la conducta logra reducir o aumentar la entrada y salida de capitales de los inversionistas?

- A) Si ()
- B) No ()
- C) No sabe ()

¿El Nivel de afectaciones en el logro de principios tributarios tienen relación con las normas vigentes sobre la inversión?

- A) presenta un impacto alto ()
- B) impacto regular ()
- C) indiferente ()

¿Las normas tributarias logran que el Índice anual de inversión de un país aumenta o disminuya?

- A) Aumenta ()
- B) Disminuye ()
- C) Indiferente ()

¿Los Tipos de fiscalizaciones se relacionan con el Índice de inversión por regiones?

- A) No, en todos sitios es igual ()
- B) Se tienen que adaptar en cada región y rubro ()
- C) No sabe/ No opina ()

