

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Carrera de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

“REGÍMENES TRIBUTARIOS Y SU IMPACTO EN
EL COMERCIO ELECTRONICO A TRAVÉS DE LA
PLATAFORMA DE MARKETPLACE DE LIMA,
2021”

Tesis para optar al título profesional de:

CONTADORA PÚBLICA

Autora:

Maritza Bertha Villacorta Plasencia

Asesor:

Dra. CPC. Victoria Haydeé Vejarano García

<https://orcid.org/0000-0002-4387-2218>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	ESTHER ROSA SAENZ ARENAS	08150222
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	MARIA BETSABE RODRIGUEZ REYNOSO	07184463
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	ALBERTO ALVAREZ LOPEZ	10690346
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

TESIS

ORIGINALITY REPORT

11 %	12 %	3 %	7 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	1 %
2	hdl.handle.net Internet Source	1 %
3	repositorio.unh.edu.pe Internet Source	1 %
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	<1 %
5	repositorio.uaustral.edu.pe Internet Source	<1 %
6	idoc.pub Internet Source	<1 %
7	documents.mx Internet Source	<1 %
8	repositorio.enamm.edu.pe Internet Source	<1 %
9	tesisalexzambrano.webnode.es Internet Source	<1 %

DEDICATORIA

A mis padres, Víctor y Maritza quienes, a lo largo de sus vidas, han velado por nuestro bienestar y educación, siendo el apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto, que se nos presentaban, sin dudar ni un solo momento de nuestra inteligencia y capacidad.

Maritza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme desarrollar el presente trabajo de investigación. A mi compañero de vida por todo el apoyo incondicional que siempre me brinda. Así mismo, a mi asesor por guiarme en el desarrollo de la presente investigación.

A nuestros docentes y amigos de la Universidad Privada del Norte, quienes a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de este nuevo proyecto, el cual ha finalizado llenando todas mis expectativas.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	27
1.3. Objetivos	27
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	29
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	54
REFERENCIAS	60
ANEXOS	66

Índice de tablas

Tabla 1.	Coeficiente y nivel de confiabilidad para evaluar el instrumento.	33
Tabla 2.	Confiabilidad Alfa de Cronbach de los instrumentos de investigación.	34
Tabla 3.	Valoración en niveles de los regímenes tributarios y sus dimensiones.	37
Tabla 4.	Valoración en niveles del comercio electrónico y sus dimensiones.	39
Tabla 5.	Tabla cruzada entre los regímenes tributarios y el comercio electrónico.	41
Tabla 6.	Tabla cruzada entre el nuevo régimen único simplificado y el comercio electrónico.	43
Tabla 7.	Tabla cruzada entre el régimen especial de renta y el comercio electrónico.	45
Tabla 8.	Tabla cruzada entre el régimen MYPE y el comercio electrónico.	48
Tabla 9.	Normalidad de las variables en contraste de hipótesis.	49
Tabla 10.	Prueba de hipótesis general.	50
Tabla 11.	Prueba de la primera hipótesis específica.	51
Tabla 12.	Prueba de la segunda hipótesis específica.	52
Tabla 13.	Prueba de la tercera hipótesis específica.	53

Índice de figuras

Figura 1.	Valoración en niveles de los regímenes tributarios y sus dimensiones.	38
Figura 2.	Valoración en niveles de los regímenes tributarios.	40
Figura 3.	Cruce entre los regímenes tributarios y el comercio electrónico.	42
Figura 4.	Cruce entre el nuevo régimen único simplificado y el comercio electrónico.	44
Figura 5.	Cruce entre el régimen especial de renta y el comercio electrónico.	46
Figura 6.	Cruce entre el régimen MYPE y el comercio electrónico.	48

RESUMEN

En el Perú, gracias al inicio de la pandemia, SUNAT detectó el aumento de pequeños emprendedores que utilizaron como medio el Marketplace para ofrecer sus productos en redes sociales, muchos de ellos sin conocer los Regímenes Tributarios disponibles para los pequeños emprendedores. El **objetivo** del estudio fue reconocer el impacto de los principales Regímenes tributarios en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021. El enfoque **metodológico** corresponde a un estudio de tipo *básica*, con enfoque *cuantitativo* y método *analítico*, el diseño fue *No experimental - Descriptivo Correlacional*, se buscó establecer el impacto de dos variables, medidas en una muestra. La muestra fue de 30 emprendedores y la técnica: encuesta. El corte de investigación transversal, que permitió identificar de forma objetiva la relación existente entre las variables en un tiempo específico. Los resultados indicaron que los regímenes tributarios reconocidos tienen un impacto directo alto ($Rho= 0.700^{**}$) y significativo ($Sig.= 0.000 < 0.05$) sobre el comercio electrónico. Se concluye que a medida que los regímenes tributarios son administrados eficientemente por SUNAT, la aplicación de Marketplace en Lima para comercializar los productos y servicios electrónicamente se posiciona en un nivel eficiente entre los emprendedores.

PALABRAS CLAVES: Regímenes tributarios, comercio electrónico, Marketplace.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A nivel mundial, el golpe de la pandemia ha llevado a la explosión y crecimiento de los negocios que empezaron a ofrecer de manera virtual sus productos, abriéndose paso el crecimiento del comercio electrónico, sin que se haya podido especificar estrategias de control correspondientes a la administración de los tributos que deberían ser tomados en cuenta (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2020)

En el entorno de Sudamérica, el uso de las redes sociales y su acceso desde la comodidad de la casa hace manifiesto el crecimiento de comercio que ofrecen compra y venta de productos o de servicios, a través de estrategias de comercio dinámico y competitivo como un gran reto para mantener resultados en venta y fidelizar a los clientes a través de las facilidades brindadas (Domínguez, 2021)

En el Perú, SUNAT ha detectado una gran cantidad de comerciantes emprendedores que evadían el pago de impuestos o que simplemente no contaban con RUC y que se encargaban de ofrecer sus productos a través de las redes sociales. La excusa clara fue que las personas ofrecen productos directo a la puerta de tu casa con el fin de evitar contagios de COVID-19, estos actos de omisión han llevado a que la SUNAT busque se regularicen y puedan cumplir con declarar sus operaciones de venta (El Comercio, 2020).

A nivel local, específicamente en Lima, la pandemia como en todo el país, trajo consigo una nueva realidad, en la que muchos de los comercios y emprendimientos empezaron a desarrollarse de manera virtual, evidenciándose deficiencia en las normas

legales y tributarias para regir esta situación, el problema en si es que las pequeñas empresas no desean cumplir con obligaciones tributarias, haciéndose evasores tributarios al

no emitir comprobantes de pago por sus ventas. Ante esto la SUNAT debe ser el organismo encargado de crear cultura tributaria y ayudar a conocer los regímenes tributarios entre los usuarios del comercio electrónico (Capital Contable, 2022).

Dentro de los antecedentes de investigación en el ámbito internacional, el primero corresponde a Monguí (2021), en su tesis de maestría “Modelo de Negocio: Creación de un Marketplace online para la comercialización de productos para el cuidado de la salud, enfocado en las droguerías de Bogotá, D. C.”, presentada en la Universidad EAN, Colombia. El objetivo consistió en la estructuración y validación de un modelo de negocios de Marketplace en línea, para ofrecer un canal que permita comercializar, promover y vender productos del sector salud en droguerías bogotanas. En la parte metodológica, la investigación utilizó un enfoque cualitativo con diseño no experimental exploratorio, la población muestral la conformaron dos focus Group, cada uno con tres integrantes, a los cuales se aplicó un cuestionario digital mediante entrevista virtual a través de Zoom. Concluyó que fue posible identificar el margen de intermediación financiera para el modelo de negocios de Marketplace propuesto es del 7% en relación con la competitividad del sector, el cual permitirá obtener utilidades a partir del segundo año, y podrá recuperar la inversión en un lapso de 1.8 años. En definitiva, la propuesta del modelo es viable, además, permite solucionar la brecha existente al brindar un canal de comercialización para este nicho de mercado, siendo un proyecto técnicamente implementable y rentable para el negocio.

El segundo es de Roldán (2020), quien en su tesis de maestría que llevó por título “Planificación tributaria basada en el uso de la plataforma telemática implementada en los

procesos simplificados de devolución de impuestos (IVA y Drawback), para determinar la factibilidad de disminuir la carga impositiva en una empresa agroexportadora”, presentada en la Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Cuyo objetivo fue analizar la plataforma telemática implementada representa una estrategia de planificación tributaria y su efectividad en la disminución de la carga impositiva en las empresas del sector de agroexportaciones ecuatoriano. La metodología contó con un enfoque cualitativo con diseño descriptivo de tipo documental bibliográfico jurídico-financiero. Concluye que el contribuyente exportador a través de plataforma telemática del Servicio de Rentas Internas (SRI), tiene la posibilidad de presentar sus declaraciones, pagos mensuales de IVA, retenciones de IVA y ISLR, elaboración de facturación electrónica en línea, entrega registros de compras y ventas, además, puede pre validar información para devolución de impuestos y solicitar dicha devolución, es decir, la plataforma telemática del SRI brinda todas estas acciones entre otras. En definitiva, los Procesos Simplificados de Devolución de Impuestos Automática unificada de tributos al comercio exterior (Drawback) es un mecanismo que permite al contribuyente agroexportador convertir los impuestos pagados y recuperados en una fuente directa de liquidez, la cual podrá disponer para invertir nuevamente en sus procesos productivos como ente exportador.

El tercer antecedente internacional corresponde a la tesis de maestría presentada por Quijano y Barajas (2019), titulada “Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales” en la Universidad Santo Tomas, Bucaramanga. El objetivo fue presentar una propuesta contenida de un modelo para tal propósito. En la metodología, la investigación presento un enfoque cualitativo de tipo dogmático-jurídico con nivel abstracto

y método deductivo. Concluyeron que lo primero y fundamental es reestructurar el concepto establecimiento permanente (EP), ya que limita las características del negocio a tener un lugar fijo, lo cual repercute de forma negativa en los negocios de comercio electrónico. El modelo propuesto sugiere implementar un nuevo concepto denominado nexo sustancial EP, que proporciona características más amplias ofreciendo beneficios para que la carga impositiva pueda recaer en la región donde realmente se generan los ingresos. Para este propósito es necesario actualizar la legislación vigente de Colombia, sin embargo, el modelo de tributación propuesto traerá repercusiones en algunas jurisdicciones, considerando que la Constitución establece que los municipios tienen la potestad tributaria de decidir donde atribuir las operaciones digitales nacionales e internacionales como hechos generadores de industria y comercio.

En el ámbito nacional, se cita a Huamán y Mejía (2022) en su tesis “El régimen MYPE Tributario y su incidencia en la capacidad contributiva de las microempresas de comercio electrónico en Lima Metropolitana, 2020”, presentada en la Universidad San Martín de Porres, su objetivo fue identificar la incidencia del Régimen MYPE Tributario en la Capacidad Contributiva de las microempresas de comercio electrónico en Lima Metropolitana. En la metodología, el estudio corresponde a un estudio práctico – aplicativo, basado en las bases teóricas como normas legales, la población se calculó de modo estratificado eligiendo 87 unidades empresariales a encuestar. El estudio concluyó que existe incidencia entre ambas variables, determinándose que el Régimen MYPE Tributario si incide de manera significativa sobre la capacidad contributiva de los microempresarios que ofrecen sus productos a través del comercio electrónico.

De otro lado, el estudio de Mena et. al (2022) denominado: “Economía digital y tributación”, que propuso como objetivo analizar la necesidad de gravar con el IGV los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados y utilizados en el Perú por los consumidores finales. La metodología del estudio fue descriptivo – explicativo. Se arribó a la conclusión que en la actualidad el desarrollo del internet y su participación en la economía han permitido que se genere nuevas maneras de comercialización al cual permite que los empresarios pueden ofrendar y declarar el IGV.

Además, García y Gonzales (2020), en su tesis “Tratamiento tributario del Impuesto a la Renta en el Comercio Electrónico internacional en la Empresa CONTUGAS, S.A.C. Lima, 2018”, presentada en la Universidad Científica del Sur, su objetivo fue identificar cuáles son las incidencias tributarias generadas por la adquisición de servicios electrónicos en dicha empresa. En la metodología, la investigación fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo de alcance descriptivo correlacional con diseño no experimental de corte transversal. La población la constituyó información de tipo contable y financiera de la empresa en estudio, relacionada con todas las actividades de comercio electrónico, la muestra quedó conformada por las aplicaciones y transacciones de comercio electrónico ejecutada en 2018. Para la recolección de datos se emplearon las técnicas observación directa, entrevista y en análisis documental. Concluyen que el Tratamiento Tributario se relaciona positivamente con las operaciones de comercio electrónico de la empresa CONTUGAS, S.A.C., ya que ésta se beneficia de la normativa que le permite ejecutar gravámenes razonablemente en las transacciones e-commerce.

Cabina (2019), en su tesis “Comercio electrónico y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del Sector Retail, distrito de Villa El Salvador, 2018”,

presentada en la Universidad Cesar Vallejo, cuyo objetivo se enfocó en determinar cómo incide el Comercio electrónico en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en dicho sector. En la parte metodológica, la investigación fue de tipo aplicada nivel explicativo con diseño no experimental de corte transversal. La población muestral quedó conformada por siete empresas y 30 personas del Sector Retail ubicadas en Villa El Salvador, a los cuales se aplicó el cuestionario mediante la técnica censal y encuesta. Concluye que el comercio electrónico incide directamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del Sector Retail de Villa El Salvador, en ese sentido, es de gran importancia hacer efectivas las obligaciones y de esta manera evitar sanciones perjudiciales en este tipo de empresas que realizan ventas mediante plataformas en Internet.

El estudio de Bobadilla (2019), su tesis “Las ventas online y su recaudación de impuestos en la Ciudad de Huaraz, 2017”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, cuyo objetivo se enfocó en determinar las ventas online y su recaudación de impuestos en la ciudad de Huaraz, 2017. En la parte metodológica, representó una de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo – no experimental, que considero a una muestra de 17 propietarios comerciantes de tiendas on-line a quienes se les interrogó a través de una encuesta de 14 preguntas. El estudio concluye que las ventas on-line si afectan de manera significativa en el sistema de recaudación de impuestos ya que los comerciantes muchas veces trabajan de modo informal.

Finalmente, de la Vega (2019), en su tesis de maestría “El Comercio Electrónico prestado por sujetos no domiciliados a personas naturales no habituales: Implicancias en el

Impuesto General a las Ventas”, presentada en la Universidad de Lima, su objetivo fue analizar las operaciones de comercio electrónico que son prestadas por sujetos no domiciliados a consumidores finales. La metodología conto con un enfoque cualitativo con diseño exploratorio documental bibliográfica, con base al método jurídico-financiero. Las conclusiones indicaron que luego de analizar la situación, se evidencio la imposibilidad en los recaudos del IGV en Perú debido a la actual legislación, ya que establece para ser sujeto con obligación de pago de impuestos, las personas naturales deberán realizar actividades de tipo empresarial u operaciones habituales, supuestos que no se cumplen en el escenario objeto de análisis. En definitiva, es necesario realizar una modificación a la norma, eliminando para este tipo de operaciones el requisito de habitualidad, y tomar en consideración como sujeto pasivo a las personas naturales que no realicen actividades empresariales.

Con respecto a las bases teóricas y conceptuales, primero que todo se define la **norma tributaria**, las cuales son normas con rango de Ley, y conforme a lo establecido en la Constitución Política del Perú, hace 30 años, pueden crear, modificar, eliminar tributos, así como también conceder beneficios tributarios. Además, la modificación o derogación de la norma tributaria, solo es posible mediante declaración expresa de otra norma con el mismo rango o jerarquía superior, por otro lado, la vigencia de las leyes tributarias rige desde el siguiente día que son publicadas en el Diario Oficial, salvo alguna disposición que la misma ley informe su diferimiento total o parcial (Código Tributario, 2013, p. 3). La norma en referencia es la Ley del Impuesto General a las Ventas (IGV), según la Superintendencia Nacional de Aduana y Administración Tributaria (SUNAT), este viene a ser “un impuesto que grava todas las fases que conforman el ciclo productivo y distribución en las empresas,

y es el consumidor final quien lo asume ya que se encuentra reflejado en el precio de compra de los productos que adquiere” (SUNAT, 2019). La Ley del IGV fue aprobada mediante Decreto Supremo N 055-99-EF del 15 de abril de 1999. Por otro lado, la Ley del Impuesto a la Renta, en relación con la renta de tercera categoría, grava las rentas obtenidas sobre la realización de actividades comerciales desarrolladas por personas naturales y jurídicas, las cuales son producidas a través de la participación conjunta de inversiones de capital y de trabajo. (SUNAT, 2019). El Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley Impuesto a la Renta, fue aprobado mediante DS. N° 179-2004-EF del 08 de agosto de 2004.

Los principios tributarios, constituyen los elementos mínimos que deben cumplir las contribuciones, siendo estas esenciales en todo Estado de derecho, además, configuran las bases principales de un sistema tributario justo (Ruiz y Zornoza, 2004), estos son:

El Principio de legalidad, consagra que todo tributo se crea mediante Ley, y exige que la Administración Tributaria debe someter sus actuaciones al imperio de la Ley, para de esta manera, evitar un actuar arbitrario de su parte. (Bravo, 2003).

Principio de uniformidad, su definición la encontramos en el artículo 79° de la Constitución peruana, el cual indica que “todos los contribuyentes que se encuentren comprendidos dentro de una misma categoría deben soportar igual carga, además, la uniformidad tributaria se puede entender también como la aplicación igualitaria de un mismo tributo dentro del territorio nacional” (CCP, art. 79°).

El Principio de justicia, en materia tributaria hace referencia a que las disposiciones tributarias deben ser intrínsecamente justas, así como las garantías explícitas del sujeto pasivo, deberán ser valoradas con base a parámetros de justicia tributaria (Villegas, 2003).

Principio de publicidad, para Bernstein (2019), en los Estados democráticos, “la transparencia, la verdad y los derechos conjugan una trilogía necesaria para dar cumplimiento al contrato social creado mediante la función de Estado en el cumplimiento de sus fines y cometidos” (p. 45), en materia tributaria este principio de publicidad, se encuentra establecido en la Constitución en su art. 109° y en el Código Tributario, cuando establecen que las leyes tributarias cobran rigor a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial, salvo alguna disposición que la misma ley informe su diferimiento total o parcial (Código Tributario, 2013).

Seguidamente, se encuentra el Principio de obligatoriedad, el mismo se encuentra en el artículo 1° del Código Tributario, obligación que nace al momento de realizar una actividad económica que genera dividendos, según Aguayo (2014), el objeto de la “obligación tributaria es el comportamiento del sujeto pasivo, es decir, el acto de entrega del dinero del contribuyente por su deuda tributaria a las arcas del Estado” (p. 244), sobre el Principio de certeza, este hace énfasis en que el establecer el impuesto con certeza, se obliga al legislador a que promulgue leyes claras en su enunciado, precisas al indicar el objeto de la imposición, el sujeto pasivo, así como el hecho imponible donde nace la obligación tributaria y las tasas (Flores, 2000), en ese sentido es imprescindible que “no basta solamente que la Ley se dedique a crear tributos, sino que también debe establecer todos sus elementos esenciales, solo así existirá certeza” (Rubio y Bernal, 1988). Finalmente, el Principio de economía, en la economía de la recaudación el sistema tributario de acuerdo con la Ley que la rige regula los actos tributarios en referencia directa a su finalidad de financiamiento, por tanto, el Estado no puede imponer tributos de forma indiscriminada, con base a su poder y

potestad, sino que debe limitar su recaudación fiscal al financiamiento de los gastos propios del Estado.

Sobre los Principios de la tributación del comercio electrónico, de acuerdo con Ward y Sipior (2004), es un contexto amplio de la política fiscal, y se extiende a temas como el impuesto sobre la renta, los impuestos sobre las ventas y el uso, los impuestos sobre el valor agregado, el acceso a Internet y otros impuestos y tarifas de telecomunicaciones, con diversas opiniones sobre cómo se relaciona el comercio electrónico con los principios tradicionales de tributación, es decir, las reglas de fuente y la regla de establecimiento permanente.

El principio predominante en la tributación internacional es la tributación basada en la fuente, o jurisdicción territorial, según la cual el país que tiene el derecho principal de gravar los beneficios de una empresa en el país en el que la empresa obtiene los ingresos. La segunda base para la jurisdicción fiscal es el establecimiento o residencia permanente, según la cual el país de residencia o establecimiento permanente de la empresa tiene jurisdicción fiscal primaria sobre los ingresos generados Muñoz-Salgado y SUNAT (2003).

De otro lado se analiza los **Regímenes Tributarios** como la variable principal del estudio, SUNAT (2019) los identifica como aquellas categorías a través de las que una persona natural o jurídica que inicie un negocio debe encontrarse consignada dentro del organismo que rige la Administración Tributaria, para el caso SUNAT. Los regímenes tributarios se establecen de modo que permita a cada empresario, negociante, o emprendedor pagar los impuestos; los regímenes se eligen según el tipo y tamaño del negocio. Hacia enero de 2017, en el Perú se cuenta con cuatro regímenes tributarios que son: NRUS: Nuevo

Régimen Único Simplificado, RER: que corresponde al Régimen Especial de Impuesto a la Renta, MTP que representa el Régimen MYPE y finalmente el RG: que define al Régimen General. El estudio de Torres (2021) aporta para la definición que los regímenes tributarios son aquellas categorías que se basan en las normas tributarias vigentes y que indican las diversas formas de pagar, a cuenta de lo que es el impuesto a la renta cuando se realice actividades empresariales de rentas de tercera categoría, como personas naturales o jurídica. Cita además a Torres (2020) para quien los regímenes tributarios abarcan aquellas categorías que permiten determinar el pago correcto de lo que son los impuestos que declare cada empresa, pudiendo optar por alguna categoría específica, siendo el negocio quien decida el cambio de régimen según su conveniencia y

rubro. Un régimen tributario se encarga de establecer el modo en que se pagan los impuestos, nivel de pago de los mismos y cómo optar por los regímenes según el tipo y tamaño del negocio.

El **NRUS**, según el D.L. N° 937 y sus modificatorias es aquel régimen tributario que ha sido creado para aquellos pequeños comerciantes y productores que permiten el pago mensual fijada según las compras o ingresos que mantengan, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos. El NRUS posee dos categorías (Categoría 1, compras por hasta 5 mil, pago mensual de 20 soles. Categoría 2, compras o ingresos hasta por 8 mil, pago mensual de 50 soles) y no establece la necesidad de emisión de facturas y/o algún otro comprobante que le dé derecho al crédito tributario, en este régimen existe restricciones respecto al tope máximo de ingresos o compras anuales, además del desempeño de algunas actividades no permitidas. Una persona natural que iniciaría un pequeño negocio como bodega, bazar, restaurante y otros emitiendo solo boleta podrá acogerse al NRUS. En este régimen el rango

de compras o ingresos es de 8 mil a 96 mil soles al año. No se permite la emisión de facturas si se pertenece a este régimen, no es necesario llevar libros contables y tampoco se emite una declaración anual, solo debe realizarse un pago único mensual. Quienes pertenezcan a este régimen no deben superar en activos a 70 mil soles, excepto si son vehículos o predios. (SUNAT, 2019).

Otro régimen es el **RER**, o Régimen Especial del Impuesto a la Renta, que se rige bajo la normativa del Art. 117° a 124° del D.S. N° 179-2004-EF y sus modificatorias. Este régimen se dirige a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales que se domicilien en el país y que estén sujetas a rentas de naturaleza empresarial o de negocio. Este régimen comprende actividades extractivas, industriales de comercio, servicio y agropecuarias. En este régimen se lleva dos registros contables (compra y venta) se presenta declaraciones mensuales y no declaraciones anuales. Pueden tener un máximo de 10 personas como colaboradores por turno, la empresa con ingresos anuales no mayores a 525 mil soles, de manera mensual se realiza el pago de 2 impuestos: el IGV (Impuesto Genera a las Ventas - 18%) y el Impuesto a la Renta (1.5% sobre sus ingresos netos) y tiene el beneficio de crédito fiscal. (SUNAT, 2019).

El Régimen MYPE Tributario (**RMT**) que a partir del D.L. N° 1269 se identifica como el régimen que ha sido creado especialmente para micro y pequeñas empresas, con el fin de promover su crecimiento y brindarles condiciones simples que les permitan cumplir con sus obligaciones tributarias. Este Régimen comprende a personas naturales o jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales y asociaciones de hecho de profesionales y parecidos que hayan adquirido o adquieran rentas por actividades empresariales, deben domiciliar en el país y sus ingresos netos no deben exceder de 1700 UIT en el periodo que

se grava. En este régimen se paga según la ganancia lograda, se emite comprobantes de pago según la actividad y se lleva libros contables respecto a los ingresos. Para formar parte del RMT debe quedar declarado el periodo de inicio de las actividades dentro de la fecha de vencimiento, las declaraciones se realizan de manera mensual (IGV de 18% e Impuesto a la renta (según el monto de ingresos que se haya obtenido) y se presentan declaraciones regulares anuales (SUNAT, 2019)

Finalmente, el Régimen General (**RG**) según los establece el D.S. N° 179-2004-EF menciona que pueden estar comprendidas en este régimen aquellas personas naturales o jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que tributan tal y como las asociaciones de hecho profesional y similares, que realicen actividades empresariales o actividades de negocio. En el RG se grava las rentas de Tercera Categoría dadas para la ejecución de actividades empresariales realizadas por personas naturales y jurídicas, producidas por la mediación junto a la inversión del capital y el trabajo.

Conceptualizando el termino de **Comercio Electrónico**, una de las definiciones ampliamente aceptadas es, la Organización para la Corporación y el Desarrollo Económico (OCDE), que define el comercio electrónico como “la venta o compra de bienes o servicios, realizada a través de redes informáticas por métodos diseñados específicamente con el fin de recibir o realizar pedidos”. Según esta definición, los bienes o servicios se solicitan electrónicamente, pero el pago y la entrega final de los bienes o servicios que tienen que realizarse en línea (OCDE, 2013). De otro lado, se referencian como aquellas transacciones habilitadas digitalmente porque se realizan a través de medios digitales (estas transacciones ocurren en Internet la web, en dispositivos móviles) y son transacciones comerciales porque involucran el intercambio de valor (por ejemplo, dinero - pago) como medio de

interactividad entre las organizaciones y los individuos en retorno de un producto o servicio, se ven las tendencias de los modelos de negocios en línea, la seguridad en línea, etc. Algunas veces se refiere al comercio electrónico como comercio digital (Laudon y Guercio Traver, 2017).

En términos generales, el comercio electrónico también se puede dividir en comercio electrónico nacional y transfronterizo. Aun así, las transacciones de comercio electrónico se pueden clasificar en varias categorías según las entidades involucradas en una transacción. Incluyen el comercio electrónico de empresa a empresa (business to business-B2B), de empresa a consumidor (business to consumer-B2C), de consumidor a empresa (consumer to business-C2B), de consumidor a consumidor (consumer to consumer- C2C) y de empresa a gobierno (business to government-B2G) (Teixeira y Paiva, 2018).

El crecimiento de comercio electrónico es una tendencia global, asimismo, tiene a muchos gobiernos preocupados por no estar adecuadamente preparados para gravar efectivamente el comercio electrónico. Las economías en desarrollo, en particular, están en una posición débil para extraer impuestos de las empresas de comercio electrónico no residentes, lo que las deja con menos recursos internos a su disposición para el desarrollo (Global Business Coalition, 2019).

A pesar de sus obvias ventajas, el comercio electrónico plantea varios desafíos a los sistemas tributarios existentes a nivel subnacional, nacional e internacional (Paris, 2003). Estos desafíos han sido bien documentados e incluyen cómo identificar a los contribuyentes que participan en el comercio electrónico y determinar su jurisdicción fiscal; cómo garantizar que se creen registros apropiados de los negocios realizados por comercio

electrónico; y cómo recaudar impuestos en el entorno del comercio electrónico (Teixeira y Paiva, 2018).

Uno de los mayores desafíos que presenta el comercio electrónico a los regímenes tributarios es que conduce a la desintermediación, es decir, a la eliminación de intermediarios que son fundamentales para identificar a los contribuyentes en las transacciones comerciales. Esto puede conducir a la pérdida de impuestos, la complicación de la administración tributaria y el debilitamiento de la declaración de impuestos (Qin, 2010).

Una de las soluciones propuestas a este problema incluye la confirmación de la jurisdicción de acuerdo con el entendimiento común internacional y los pactos tributarios bilaterales. Alternativamente, las partes interesadas podrían desarrollar conjuntamente un software para hacer frente a la retención de impuestos y otras declaraciones (Galuszka, 2011). Sin embargo, de Sousa (2014) advierte que “hacer que las tiendas virtuales recauden impuestos en nombre del Estado de destino aumentaría sustancialmente los costos de cumplimiento y, por lo tanto, impediría el crecimiento continuo del comercio electrónico” (p. 18). En relación a la variable Comercio electrónico, las dimensiones a considerar son: Interactividad, Intercambio de Valor (Pago), y Seguridad.

Las plataformas de Marketplace son un mercado electrónico dentro de Internet, que reúnen a muchas otras empresas en un solo lugar para vender. Esto es beneficioso para el cliente, ya que tiene un acceso más fácil a una variedad más amplia de bienes o servicios. Una de las características del Marketplace consiste en que es parte integral del Comercio electrónico, y que es un mercado que lo integran proveedores que disponen sus inventarios tanto al mayoreo como al menudeo. (Laudon y Guercio, 2017)

La importancia del presente estudio radicó en poder reconocer la necesidad y el impacto que ejerce la presencia de los regímenes tributarios en la nueva realidad respecto al comercio electrónico, considerando factores como las reglas de fuente y las reglas de establecimiento permanente, así como también, poder reconocer los regímenes tributarios presentes en el Perú para gravar impuestos. Además, como identificar a los contribuyentes que realizan negocios a través de estas plataformas y las obligaciones de estos sujetos pasivos con el pago de los tributos al fisco de la nación. El estudio, busca de otro lado, que se conozca de modo efectivo la manera correcta en la que se pueda cumplir las obligaciones tributarias a través de la elección del régimen correcto para poder desarrollar el comercio electrónico, dejando clara la necesidad de mejorar las normas y leyes que en la actualidad se encuentran vigentes y la adaptación de los organismos que se encargan de la tributación para adecuarse al desarrollo tecnológico y la nueva realidad en la que se desenvuelve la economía nacional, teniendo en cuenta que el comercio electrónico se ha convertido en una nueva oportunidad de generar ingresos e incrementar las ventas, por tanto generar tributos. En igual sentido, se busca reconocer el impacto de los regímenes tributarios en el comercio electrónico, ya que representa el básico y principal objetivo, la necesidad de conocer la evolución y crecimiento del comercio electrónico a la par con los procesos de formalización y conocimiento de los beneficios que trae consigo ceñirse a un régimen tributario que permita obtener mejoras a partir de pertenecer a un sistema fiscal por medio del que se logre el intercambio de datos, comercializar de manera efectiva y transparente bienes y servicios, haciendo efectivo realizar operaciones rápidas, seguras, confiables, pero sobre todo en la formalidad.

Tras hacer un sondeo de la realidad problemática. En principio, se detectó que muchos de los comerciantes y personas naturales, iniciaron sus emprendimientos a partir de

la coyuntura generada por la pandemia, cuyos productos que ofrecen en la plataforma de Marketplace, se originan por compras generadas a los distribuidores mayoristas, que son los que importan por toneladas. Además, son pocos los emprendedores que venden en la plataforma de Marketplace, que se hayan registrado al régimen Mype Tributario, ya que este Régimen lo obtuvieron por el rubro de su emprendimiento, como, por ejemplo, el servicio de asesoramiento y clases virtuales, por lo que necesariamente debe estar en el Régimen Mype Tributario. Sin embargo, la mayoría están en la NRUS y en el RER, ya que muchos de ellos son emprendedores y pequeños empresarios, que no tienen local propio, ellos mismos realizan el trabajo logístico, de marketing, administrativo. Además, por el nivel y proyección de ingresos, no llegan a tener la obligación de cargar con más responsabilidad tributaria. Debido a esto, como país, aún se sigue en la lucha por formalizar a estos emprendedores, ya que muchos de ellos evaden la responsabilidad tributaria en sus ventas. En consecuencia, no se consideró, en el análisis de los Regímenes Tributarios aplicables para este tipo de negocio, a él Régimen General (RG) puesto que: “El Régimen General está *dirigido a medianas y grandes empresas* (Persona Natural o Jurídica), que generen rentas de tercera categoría y cuyos ingresos anuales superen las 1,700 UIT”, la población y muestra del estudio, solo la representan emprendedores y pequeños empresarios, quienes no superan los ingresos netos del Régimen General, es decir no tenemos población ni muestra para este Régimen. Teniendo en cuenta que el periodo de estudio es del año 2021 y en esa temporada surgió la necesidad de crear estos nuevos emprendimientos, y con los pocos recursos se crearon nuevos pequeños empresarios, que publicitan en Marketplace, muchos de ellos incluso desconocen muchos temas acerca de los Regímenes tributarios, el mismo que se irá plasmando en los resultados, por lo que esta dimensión ha sido excluida de la matriz de

consistencia y de los regímenes para su análisis. Durante la pandemia se dio paso al inicio de pequeños emprendimientos, al menudeo, eso lleva a considerar que muchos de ellos ni siquiera alcanzan a un ingreso significativo en sus ventas, incluso no se encuentran formalizados y los negocios son dirigidos desde casa y hacen uso de un tercero (delivery), únicamente para los repartos, que incluso no forma parte del emprendimiento, sino que tiene un costo extra entre los compradores.

1.2. Formulación del problema

Problema General:

¿Cuál es el impacto de los regímenes tributarios en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021?

Problemas Específicos:

a) ¿Cuál es el impacto del Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?

b) ¿Cuál es el impacto del Régimen Especial de Renta - RER en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?

c) ¿Cuál es el impacto del Régimen MYPE Tributario - RMT en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?

1.3. Objetivos

Objetivo General:

Reconocer el impacto de los regímenes tributarios en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

Objetivos Específicos

- a) Reconocer el impacto del Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021;
- b) Reconocer el impacto del Régimen Especial de Renta - RER en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021;
- c) Reconocer el impacto del Régimen MYPE Tributario - RMT en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

1.4. Hipótesis

Hipótesis General

Los regímenes tributarios impactan significativamente en el comercio electrónico en la plataforma de Marketplace de Lima, Perú en el año 2021.

Hipótesis Específicas

- a) El Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS impacta significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.
- b) Régimen Especial de Renta - RER impacta significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.
- c) El Régimen MYPE Tributario - RMT impacta significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Según el objeto del estudio la investigación corresponde a una de tipo *básica*, que se enmarca en fundamentos teóricos, que tiene como propósito formular nuevos conocimientos o modificar los ya existentes incrementando los saberes científicos (Baena, 2014).

Se realizó un estudio de enfoque *cuantitativo* y basado en un método *analítico*, puesto que separé el objeto de investigación en sus partes integrantes con el propósito de descubrir los elementos esenciales que lo conforman. Consideré como base para integrar los elementos esenciales del problema, con el objetivo de fijar las cualidades de este, para las variables elegidas: regímenes tributarios y comercio electrónico.

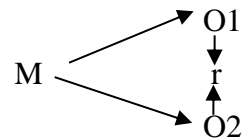
Un estudio cuantitativo, según Valderrama (2014) es aquel método que recoge datos en un contexto de estudios específicamente científicos, basado en datos científicos que permiten comprobar hipótesis propuestas. La investigación cuantitativa permite la recopilación de valores numéricos que permiten medir la frecuencia de un fenómeno y observar sus condiciones reales. Mientras que el estudio analítico, tiene como base la exploración y el análisis. Reconoce los fenómenos con interés de examinar sus características. Un estudio analítico aplica procesos de análisis de datos básicos en los que se identifique la frecuencia en la que aparecen los fenómenos de interés y sus características generales (Ramis, 2020).

El Diseño de investigación es, *No experimental*, puesto que no existe manipulación activa de ninguna variable. Además, fue *Descriptivo Correlacional*, ya que se buscó establecer el impacto de dos variables medidas en una muestra, al cual es Regímenes Tributarios y Comercio electrónico, en un determinado momento del tiempo; es decir se

observa las variables tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlas (Hernández et al. 1999).

Diseño: Descriptiva Correlacional

Que se representa del siguiente modo:



Donde:

M = Muestra

O1 = Observación de la Variable 1: Regímenes tributarios

O2 = Observación de la Variable 2: Comercio electrónico

r = Correlación entre las variables V1 y V2.

Dentro del corte de investigación, se consideró *transversal*, puesto que el dato recopilado para el estudio de la población permitió que se identifique de forma objetiva la relación existente entre las variables en un tiempo específico (Hernández et al. 2014, p.154), para este caso fue considerado el año 2021.

Por un lado, al ser una investigación de tipo descriptivo, la población corresponde a todos los emprendedores que muestran sus productos a través de la plataforma de Marketplace Lima y se encargan de vender y emprender con sus productos. Consecuentemente la muestra se representa por quienes muestren sus productos en

Marketplace de Lima en el periodo 2021 y que se hayan mantenido activos en sus ventas durante ese periodo.

La muestra elegida, se representa en una muestra por conveniencia que corresponde a un muestreo de tipo no probabilístico (Valderrama, 2014) que permite al investigador usar a los sujetos más cercanos y que se encuentren disponibles, entonces, se busca acceder y elegir a un promedio de 30 emprendedores, que de manera voluntaria deseen participar en el estudio. Es importante recalcar que la muestra se consideró intencional o por conveniencia, y se enviará los instrumentos de manera virtual (metodología muy usual en la actualidad) esperando que sean un promedio de 30 participantes quienes las devuelvan con las respuestas a las interrogantes, por lo que no existió la necesidad de aplicar alguna fórmula para calcular alguna cantidad aproximada.

Acerca del criterio de inclusión se indica a personas que sean emprendedores formales en Marketplace, que desearon participar de manera voluntaria en el estudio. Solo se excluirá a quienes no deseen participar voluntariamente.

Por otro lado, dentro de las Técnicas e instrumentos de recolección. La primera técnica usada correspondió al análisis documental: Se utilizaron para sintetizar datos específicos (regímenes a los que pertenecen de manera comercial) que representa de manera sistemática y sintética los documentos que requieren de calificación, creatividad, inteligencia y conocimiento del tema; entonces, el instrumento correspondió a una ficha de análisis documental que representó el proceso de descripción y permitió la identificación inequívoca de alguna información.

De otro lado se usó la técnica de encuesta, que implicó la comunicación impersonal entre entrevistador y entrevistado que tuvo como objetivo fundamental recoger información buscando que el entrevistador pueda alcanzar los objetivos que se propone en el estudio y el instrumento correspondió a un cuestionario de encuesta, representado por un documento que

contiene el tema elegido para investigar, las preguntas que representaron cada uno de los indicadores y algún otro aspecto que se requiera recoger a través de la encuesta.

La encuesta se conformó por 33 ítems, los cuales se buscó reconocer y medir cada uno de los indicadores elegidos para las variables. Se propuso la representación de las respuestas a las interrogantes a través de una escala de Likert del modo siguiente:

- 1 totalmente de acuerdo
- 2 de acuerdo
- 3 neutral
- 4 en desacuerdo
- 5 totalmente en desacuerdo / Desconoce

Además, dentro del procedimiento de tratamiento y análisis de datos, para el análisis de la información, se realizó una encuesta por conveniencia con 33 ítems a 30 emprendedores que estén en el régimen NRUS, RER y RMT, que mantengan su tienda virtual en Marketplace. Primero se estableció una codificación para cada una de las preguntas del cuestionario (previamente evaluado por expertos), y se tabuló la información en una hoja de cálculo, en el programa Excel.

Finalmente, de acuerdo con Arévalo, D. y Padilla, C. (2016) se puede aplicar el Alfa de Cronbach, que: “permite medir la fiabilidad de pruebas, en su mayoría investigaciones con enfoque cuantitativo” (p.2) y debido a que se evaluó la fiabilidad en las escalas, se procedió a verificar el coeficiente de confiabilidad con el Alfa de Cronbach.

La confiabilidad según Hernández *et al.* (2014), indica el nivel de consistencia y coherencia en los resultados de un instrumento. Por tanto, se determinó la confiabilidad del instrumento mediante una prueba piloto, donde se consultó a conjunto de 10 emprendedores con el fin de poner a prueba el cuestionario destinados a medir las variables en estudio, en este sentido, los datos obtenidos fueron sometidos al método de consistencia interna conforme el estadístico Alfa de Cronbach, por emplear una escala valorativa de opciones múltiples, cabe destacar que, este coeficiente indica nula confiabilidad al obtener un valor de 0, y una perfecta confiabilidad al obtener un valor de 1, tal como lo señala Hernández *et al.* (2014) en la Tabla 1.

Tabla 14.

Coficiente y nivel de confiabilidad para evaluar el instrumento.

Coficiente	Nivel de confiabilidad
0	Nula
0.1 a 0.24	Muy baja
0.25 a 0.49	Baja
0.5 a 0.75	Regular
0.76 a 0.89	Aceptable
0.90 a 0.99	Elevada
1	Total, o perfecta

Nota. Adaptado de Hernández *et al.* (2014, p.207).

De acuerdo con los datos procesados de la prueba piloto, se determinó para el instrumento Regímenes Tributarios un coeficiente Alfa de Cronbach 0.858 y para el

instrumento Comercio Electrónico un coeficiente Alfa de Cronbach 0.872, lo cual señala que los ítems formulados en el cuestionario muestran una Aceptable consistencia y coherencia para medir las variables en estudio (Tabla 2).

Tabla 15.

Confiabilidad Alfa de Cronbach de los instrumentos de investigación.

Cuestionario	Coeficiente	N° ítems
Regímenes Tributarios	0.858	24
Comercio Electrónico	0.872	9

Nota. Datos de la prueba piloto.

Por otro lado, para la aplicación de herramientas y métodos, los datos fueron consolidados en tablas estadísticas unidimensionales y bidimensionales. El Análisis de los datos se realizó a través de cifras porcentuales y medidas de centralización.

Asimismo, para determinar la asociación entre variables se utilizó la prueba de la Chi cuadrado leída al 95% de confiabilidad.

Por ende, el procesamiento de los datos se realizó con el paquete estadístico SPSS, en su última versión.

Por último, en el aspecto ético, el actual trabajo de investigación se desarrolló bajo los principios generales de la ética en toda investigación, como también bajo los lineamientos y normatividad de la universidad Privada del Norte (UPN). Así como, el respeto por las personas, la beneficencia y la justicia, en los que se basa la investigación científica, por lo cual se respetó y acreditó la información encontrada en estudios anteriores, así como también los respectivos derechos de autor que se utilizó como base para el desarrollo de la investigación, los cuales están mencionados bajo las normas APA.

Debido a esto, se mantuvo el respeto a los participantes del cuestionario, por lo que se realizó de manera anónima; para la recolección de datos, sin modificaciones, se respetó su confiabilidad con el único propósito de mejorar los diversos problemas que el área pueda presentar.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Marketplace no es un lugar donde se realicen transacciones como puede ser eBay o PayPal, por ejemplo. Viene a ser una aplicación a través de Facebook en la que se puede poner a la venta o comprar un producto, pero lo que es la transacción como tal se pueda llevar a cabo en otro lugar. En esta aplicación, puede cerrarse acuerdos de compra o venta con otro usuario, pero luego el pago se puede realizar en persona, por transferencia u otras modalidades de pago. En Marketplace se publica compra y venta de diversos objetos y servicios, la aplicación posee una caja de herramientas con opciones de configuración en la que se puede elegir precio, localidad. El servicio está disponible tanto si te conectas desde un dispositivo móvil (smartphone o Tablet) como en la versión de escritorio, dentro de la computadora. Inicialmente se propone los resultados estadísticos descriptivos, en este apartado se ofrece la valoración de los regímenes tributarios y su impacto en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021.

Tabla 16.

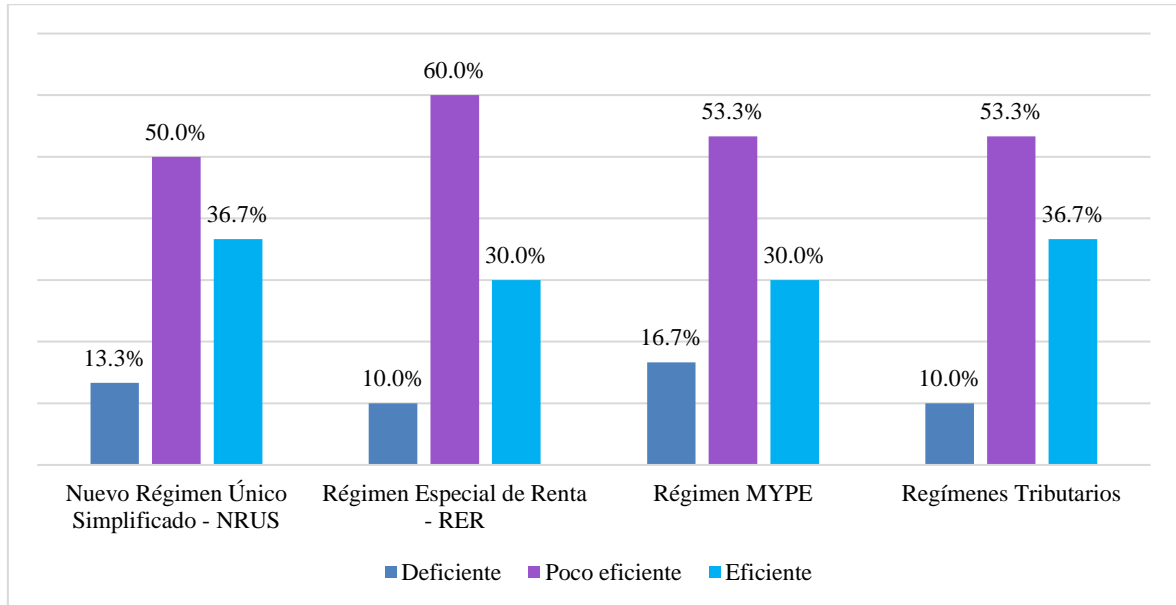
Valoración en niveles de los regímenes tributarios y sus dimensiones.

Valoración	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS		Régimen Especial de Renta - RER		Régimen MYPE		Regímenes Tributarios	
	N	%	n	%	N	%	n	%
Deficiente	4	13,3%	3	10,0%	5	16,7%	3	10,0%
Poco eficiente	15	50,0%	18	60,0%	16	53,3%	16	53,3%
Eficiente	11	36,7%	9	30,0%	9	30,0%	11	36,7%
Total	30	100,0%	30	100,0%	30	100,0%	30	100,0%

Nota. En la Tabla 3 se aprecia que de la mayoría de pequeños emprendedores considera que los regímenes tributarios son poco eficientes, esto se debe a la poca información o a la mala información que reciben de ellos.

Figura 7.

Valoración en niveles de los regímenes tributarios y sus dimensiones.



Nota. En la Figura 1, se aprecia que, entre estos tres regímenes, el de mayor aceptación por parte de los pequeños emprendedores ha sido la NRUS que tiene el 36.7% eficiente, y el de menor aceptación es el régimen MYPE calificado por el 16.7% como deficiente.

Tabla 17.

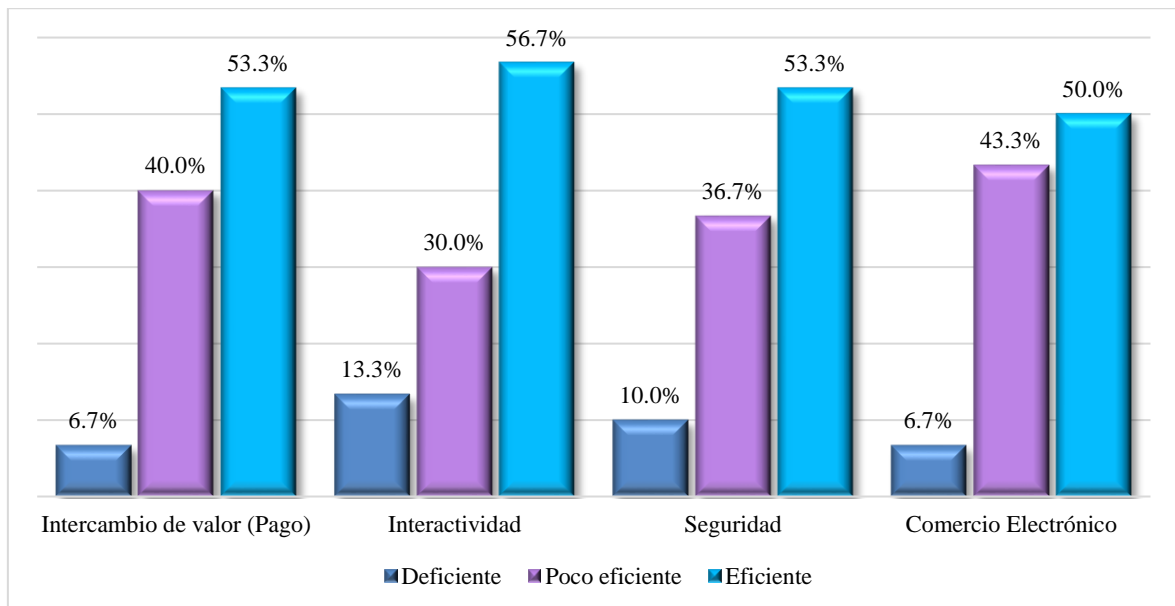
Valoración en niveles del comercio electrónico y sus dimensiones.

Valoración	Intercambio de valor (Pago)		Interactividad		Seguridad		Comercio Electrónico	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Deficiente	2	6,7%	4	13,3%	3	10,0%	2	6,7%
Poco eficiente	12	40,0%	9	30,0%	11	36,7%	13	43,3%
Eficiente	16	53,3%	17	56,7%	16	53,3%	15	50,0%
Total	30	100,0%	30	100,0%	30	100,0%	30	100,0%

Nota. En la Tabla 4 se evidencia que más del 50 % de los pequeños emprendedores considera eficiente el sistema que se usa en el Marketplace, tanto en el método del comercio electrónico, como en la seguridad, interactividad y método de pago.

Figura 8.

Valoración en niveles del comercio electrónico y sus dimensiones.



Nota. En la Figura 2 se observa que una gran cantidad de pequeños emprendedores consideran poco eficiente el Marketplace y por otro lado muy pocos consideran que es deficiente. Esto es por la falta de práctica que tienen sobre este medio de comercio.

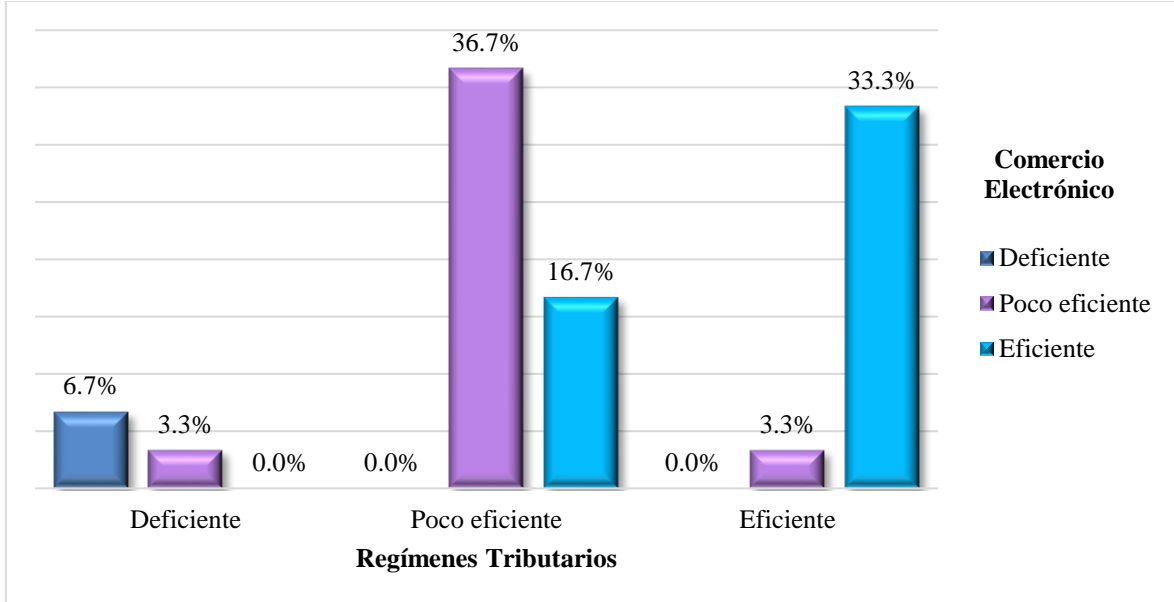
Tabla 18.
Impacto de los regímenes tributarios sobre el comercio electrónico.

Regímenes Tributarios	Comercio Electrónico						Total	
	Deficiente		Poco eficiente		Eficiente		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Deficiente	2	6,7%	1	3,3%	0	0,0%	3	10,0%
Poco eficiente	0	0,0%	11	36,7%	5	16,7%	16	53,3%
Eficiente	0	0,0%	1	3,3%	10	33,3%	11	36,7%
Total	2	6,7%	13	43,3%	15	50,0%	30	100,0%

Nota. En la Tabla 5 se observa que no todos los pequeños empresarios que consideran poco eficientes los regímenes tributarios consideran igual al Marketplace. Por otro lado, el grupo que marcó eficiente se asemeja en ambas mediciones y son pocos los que consideran deficiente.

Figura 9.

Impacto de los regímenes tributarios sobre el comercio electrónico.



Nota. Estos resultados indican que el régimen tributario que adopte el comerciante y el conocimiento correcto del mismo impactará directamente en el comportamiento correcto, para la comercialización electrónica de los productos y servicios por Marketplace.

Tabla 19.

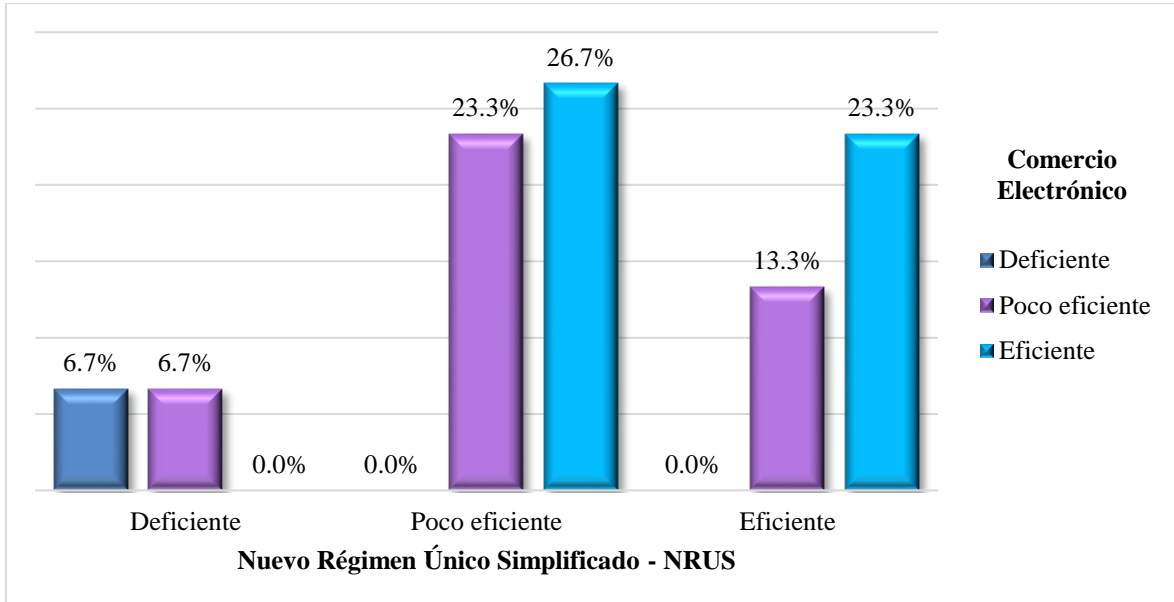
Impacto del nuevo régimen único simplificado en el comercio electrónico

Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Comercio Electrónico						Total	
	Deficiente		Poco eficiente		Eficiente		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Deficiente	2	6,7%	2	6,7%	0	0,0%	4	13,3%
Poco eficiente	0	0,0%	7	23,3%	8	26,7%	15	50,0%
Eficiente	0	0,0%	4	13,3%	7	23,3%	11	36,7%
Total	2	6,7%	13	43,3%	15	50,0%	30	100,0%

Nota. En la Tabla 6 se observa que la curva de eficiencia crece, a la par con el comercio electrónico. Como en el caso de los emprendedores que consideran el NRUS eficiente para su comercio (36.7%), la mayor proporción percibe el comercio electrónico en un nivel eficiente (23.3%).

Figura 10.

Impacto del nuevo régimen único simplificado en el comercio electrónico



Nota. En la Figura 4, los resultados indican que la adopción del nuevo régimen único simplificado - NRUS impactará de una forma directa en la dinámica comercial electrónica de los productos y servicios ofrecidos por el comerciante, a través de la plataforma Marketplace.

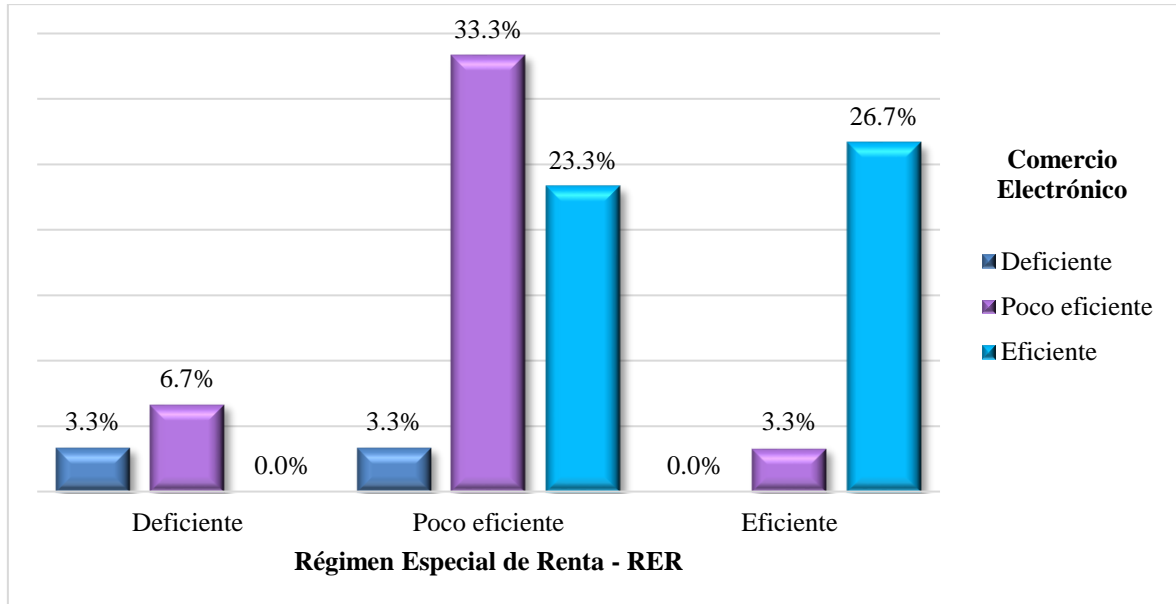
Tabla 20.
Impacto del Régimen especial de la renta en el comercio electrónico

Régimen Especial de Renta - RER	Comercio Electrónico						Total	
	Deficiente		Poco eficiente		Eficiente		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Deficiente	1	3,3%	2	6,7%	0	0,0%	3	10,0%
Poco eficiente	1	3,3%	10	33,3%	7	23,3%	18	60,0%
Eficiente	0	0,0%	1	3,3%	8	26,7%	9	30,0%
Total	2	6,7%	13	43,3%	15	50,0%	30	100,0%

Nota. En la Tabla 7 se observa que si bien la curva de eficiencia crece por cada nivel. Se considera con mayor porcentaje para aquellos pequeños emprendedores que consideran el comercio electrónico poco eficiente, también consideran la renta – RER, poco eficiente.

Figura 11.

Impacto del Régimen especial de renta en el comercio electrónico



Nota. En la Figura 5, los hallazgos señalan que la adopción del régimen especial de renta - RER impactará directamente en el comercio de los productos y servicios mediante el uso de la plataforma electrónica Marketplace.

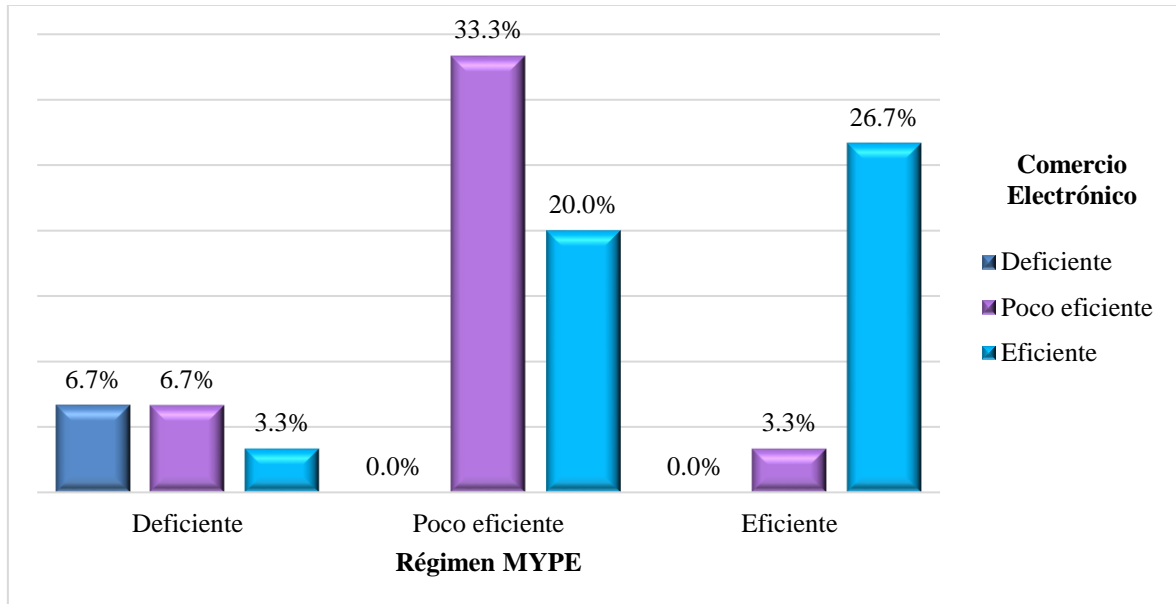
Tabla 21.
Impacto del Régimen MYPE en el comercio electrónico.

Régimen MYPE	Comercio Electrónico						Total	
	Deficiente		Poco eficiente		Eficiente		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Deficiente	2	6,7%	2	6,7%	1	3,3%	5	16,7%
Poco eficiente	0	0,0%	10	33,3%	6	20,0%	16	53,3%
Eficiente	0	0,0%	1	3,3%	8	26,7%	9	30,0%
Total	2	6,7%	13	43,3%	15	50,0%	30	100,0%

Nota. En la Tabla 8 se observa que del grupo de emprendedores (53.3%) que califican en un nivel poco eficiente el régimen MYPE, la mayoría percibe el empleo del comercio electrónico poco eficiente (33.3%); por su parte en el nivel de eficiencia se eleva por cada nivel de medición.

Figura 12.

Impacto del Régimen MYPE en el comercio electrónico.



Nota. En la Figura 6, las evidencias encontradas señalan que la adopción del régimen MYPE impactará directamente en la promoción de productos y servicios por comercio electrónico a través de la plataforma Marketplace.

De otro lado se muestran los **resultados estadísticos inferenciales**, el mismo que se efectuó con la finalidad de contrastar las hipótesis planteadas en la investigación, para ello, se empleó el estadístico no paramétrico de Rho de Spearman ya que las variables en contraste no se ajustan a una distribución de datos normales, tal como se muestra en la Tabla 9, donde a través de la prueba de Shapiro Wilk ($n < 50$) se determinó un valor de significancia 0.000 menor a 0.05 en todas las variables.

Tabla 22.

Normalidad de las variables en contraste de hipótesis.

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
V1: Regímenes Tributarios	,775	30	,000
V1.1: Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS	,790	30	,000
V1.2: Régimen Especial de Renta – RER	,765	30	,000
V1.3: Régimen MYPE	,799	30	,000
V2: Comercio Electrónico	,742	30	,000

Nota. Representación de que se rechaza el supuesto de que las variables tienen una distribución normal. Acepta que las variables no tienen una distribución normal, entonces no se ajusta, ya que el nivel de significancia es ,000. Por ello, se realizará un estadístico no paramétrico de Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis general:

H₀: Los regímenes tributarios no impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

H_G: Los regímenes tributarios impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

Tabla 23.

Prueba de hipótesis general.

			Regímenes Tributarios	Comercio Electrónico
Rho de Spearman	Regímenes Tributarios	Coeficiente de correlación	1,000	,700**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Comercio Electrónico	Coeficiente de correlación	,700**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Nota. En la prueba de hipótesis general (Tabla 10), se determinó que los regímenes tributarios mantienen una relación directa alto ($Rho= 0.700^{**}$) y significativa ($Sig.= 0.000 < 0.05$) con el comercio electrónico, lo cual permitió rechazar la H_0 y aceptar la H_G ,

Prueba de la primera hipótesis específica:

H₀: El Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS no impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

H₁: El Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

Tabla 24.

Prueba de la primera hipótesis específica.

			Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS	Comercio Electrónico
Rho de Spearman	Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 .30	,404* ,027 30
	Comercio Electrónico	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,404* ,027 30	1,000 .30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. En la prueba de la primera hipótesis específica (Tabla 11), se determinó que el Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS mantienen una relación directa moderada (Rho= 0.404*) y significativa (Sig.= 0.027<0.05) con el comercio electrónico, lo cual permitió rechazar la **H₀** y aceptar la **H₁**

Prueba de la segunda hipótesis específica:

H₀: El Régimen Especial de Renta - RER no impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

H₂: El Régimen Especial de Renta - RER impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

Tabla 25.

Prueba de la segunda hipótesis específica.

			Régimen Especial de Renta - RER	Comercio Electrónico
Rho de Spearman	Régimen Especial de Renta - RER	Coefficiente de correlación	1,000	,577**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	30	30
	Comercio Electrónico	Coefficiente de correlación	,577**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	30	30

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

Nota. En la prueba de la segunda hipótesis específica (Tabla 12), se determinó que el Régimen Especial de Renta - RER mantienen una relación directa moderada (Rho= 0.577**) y significativa (Sig.= 0.001<0.05) con el comercio electrónico, lo cual permitió rechazar la **H₀** y aceptar la **H₂**,

Prueba de la tercera hipótesis específica:

H₀: El Régimen MYPE Tributario - RMT no impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

H₃: El Régimen MYPE Tributario - RMT impactan significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, del 2021.

Tabla 26.

Prueba de la tercera hipótesis específica.

			Régimen MYPE Tributario - RMT	Comercio Electrónico
Rho de Spearman	Régimen MYPE Tributario - RMT	Coefficiente de correlación	1,000	,563**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	30	30
	Comercio Electrónico	Coefficiente de correlación	,563**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	30	30

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

Nota. En la prueba de la segunda hipótesis específica (Tabla 13), se determinó que el Régimen MYPE Tributario - RMT mantienen una relación directa moderada (Rho= 0.563**) y significativa (Sig.= 0.001<0.05) con el comercio electrónico, lo cual permitió rechazar la **H₀** y aceptar la **H₃**

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

En cuanto a la hipótesis general, se determinó en los resultados que los regímenes tributarios tienen un impacto directo alto ($Rho= 0.700^{**}$) y significativo ($Sig.= 0.000<0.05$) sobre el comercio electrónico, lo cual permitió aceptar la hipótesis general que se planteó en la investigación, lo cual refiere que, a medida que los regímenes tributarios son administrados eficientemente por la SUNAT, la aplicación de Marketplace en Lima para comercializar los productos y servicios electrónicamente se posicionará en un nivel eficiente entre los emprendedores.

Se considera como **limitación** la dificultad para el acceso a los emprendedores que publicaban en las plataformas Marketplace durante el periodo 2021. Inicialmente se presentó una realidad en la que fue complicado acceder tanto al llenado de una encuesta como a una entrevista en la que se narraba el rubro del negocio, su conocimiento acerca de los regímenes tributarios y cualquier información que tuvieran sobre el tema.

De otro lado, otro de los limitantes representó el tiempo que tardaron en recepcionar, atender y responder a las encuestas que se les alcanzó de manera virtual, debido a que desconocían o desconfiaban de brindar datos, por lo que se les explicó que no se manejaría datos confidenciales y que cualquier información que ellos brinden serían específicamente usados con fines académicos.

La pandemia trajo consigo una nueva realidad, en la que muchos de los comercios y emprendimientos empezaron a desarrollarse de manera virtual, evidenciándose deficiencia

en las normas legales y tributarias para regir esta situación. Ante esto la SUNAT debe ser el organismo encargado de crear cultura tributaria y ayudar a conocer los regímenes tributarios entre los usuarios del comercio electrónico (Capital Contable, 2022), ya que muchos comerciantes emprendedores que ofrecían sus productos de manera virtual fueron detectados que evadían el pago de impuestos o que simplemente no contaban con RUC, con la excusa clara de ofrecer productos directo a la puerta del consumidor final con el fin de evitar contagios de COVID-19, estos actos de omisión han llevado a que la SUNAT busque se regularicen y puedan cumplir con declarar sus operaciones de venta (El Comercio, 2020).

De acuerdo **con el objetivo 1**, el Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS tiene un impacto directo moderado ($Rho= 0.404^*$) y significativo ($Sig.= 0.027 < 0.05$) sobre el comercio electrónico, aceptando así el primer objetivo específico propuesto en el estudio; por cuanto se deduce que, a medida que se aplique de manera eficiente el Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS por parte del ente fiscal, aumentará el uso eficiente de la plataforma de Marketplace en Lima por parte de los emprendedores para comercializar los productos y servicios electrónicamente vía online. coincidiendo con el estudio de García y Gonzales (2020), quienes concluyeron que el tratamiento tributario (que incluye el manejo del NRUS) se relaciona positivamente con las operaciones de comercio electrónico de la empresa, ya que ésta se beneficia de la normativa que le permite ejecutar gravámenes o cumplimiento de tributos razonables en las transacciones e-commerce. Mientras que en el estudio de Bobadilla (2019) para quien las ventas online si impactan de manera significativa sobre la recaudación de impuestos, ya que en el país no existe una norma única en la que se regule la tributación respecto a actividades comerciales realizadas a través del internet.

De acuerdo con el **objetivo 2**, el Régimen Especial de Renta - RER tiene un impacto directo moderado ($Rho= 0.577^{**}$) y significativo ($Sig.= 0.001<0.05$) sobre el comercio electrónico, lo cual permitió aceptar el segundo objetivo específico, infiriendo que, a medida que sea aplicado eficientemente el Régimen Especial de Renta – RER por el organismo tributario regulador, aumentará el uso eficiente de la plataforma de Marketplace en Lima por parte de los emprendedores para comercializar los productos y servicios electrónicamente vía online. En ese sentido, se coincide con el estudio de Roldán (2020), quien concluye que el contribuyente que ofrece productos de manera virtual, tiene la posibilidad de presentar sus declaraciones, pagos mensuales de impuestos, retenciones y elaboración de facturación electrónica en línea, entrega registros de compras y ventas, como se permite en el Régimen RER; además, puede pre validar información para devolución de impuestos y solicitar dicha devolución. De otro lado, el estudio de Mena et. al. (2022) reconoce que el comercio electrónico se ha tornado una herramienta muy usada en la economía moderna y que el pago del IGV (requisito en el manejo del Régimen RER) representa un elemento importante para el tratamiento de los impuestos en las empresas que se inician en este tipo de venta.

Conforme al **objetivo 3**, el Régimen MYPE Tributario - RMT tiene un impacto directo moderado ($Rho= 0.563^{**}$) y significativo ($Sig.= 0.001<0.05$) sobre el comercio electrónico, por tanto, se aceptó el tercer objetivo específico, deduciendo así, que mientras el ente fiscalizador gestione eficientemente las implicancias del Régimen MYPE Tributario – RMT en la comercialización electrónica de los comerciantes de Lima, aumentará el uso eficiente de la plataforma de Marketplace en Lima por parte de los emprendedores para comercializar los productos y servicios electrónicamente vía online. Hallazgos que se contrastan con los resultados del estudio de Huamán y Mejía (2022) para quien la legislación

del Régimen MYPE Tributario repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las microempresas de comercio electrónico en Lima. De otro lado, en el estudio de Cabina (2019) también concluye que el comercio electrónico incide directamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los emprendedores, en ese sentido, es de gran importancia hacer efectivas las obligaciones y de esta manera evitar sanciones perjudiciales en este tipo de empresas que realizan ventas mediante plataformas en Internet.

Las implicancias prácticas de la investigación se enfocan en el aporte al reconocer la incidencia de la variable regímenes tributarios que se aplican a los pequeños contribuyentes sobre comercio electrónico, están referidas a las propuestas presentada para aquellos contribuyentes del Marketplace que tengan escasa información respecto a los Regímenes Tributarios más utilizados para los pequeños emprendedores.

Acerca de las **implicancias teóricas** de la investigación se buscó reconocer el impacto de los regímenes tributarios sobre el comercio electrónico que se desarrolla a través de la plataforma Marketplace y poder mostrar los beneficios que trae consigo cada uno de los regímenes tributarios, haciendo evidente la necesidad de los emprendedores de obtener mayor conocimiento con el fin de lograr a futuro una adecuada formalización que beneficia a toda la sociedad.

Finalmente, la **implicancia metodológica** infiere que en la realización de un estudio de corte cuantitativo basado en un diseño no experimental, descriptivo y correlacional permitió reconocer el impacto entre las variables propuestas e identificar los resultados a partir de los objetivos planteados. Se propuso además la aplicación de un instrumento que

fue validado a través de juicio de expertos teniendo en cuenta que se haya tocado cada una de las dimensiones e indicadores propuestos para cada variable, a través del que se pudo recoger la información para ser procesada y analizada lográndose la ejecución de la discusión y conclusiones del estudio.

4.1 Conclusiones

1. Se reconoció que la administración de los regímenes tributarios en el país si impactan directamente en un nivel alto ($Rho= 0.700^{**}$) y significativo ($P= 0.000$) sobre el comercio electrónico implementado por los emprendedores en la plataforma de Marketplace de Lima, en 2021. Por lo que se deduce que, el Régimen Tributario impactan significativamente sobre el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, en 2021; dado que, a medida que los regímenes tributarios funcionen eficientemente, la aplicación de Marketplace (comercializar productos y servicios electrónicamente) se posicionará en un nivel eficiente.
2. Se interpretó que la gestión tributaria del Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS tiene un impacto directo, moderado ($Rho= 0.404^{*}$) y significativo ($P= 0.027$) sobre la comercialización de productos realizada en la plataforma electrónica Marketplace por los emprendedores de Lima, en 2021. Por lo que se deduce que, el Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS impacta significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, en 2021; ya que, a medida que el Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS funciona eficientemente, la aplicación de Marketplace (comercio de productos y servicios electrónicamente) se posicionará en un nivel eficiente.

3. Se reconoció que las medidas aplicadas en el Régimen Especial de Renta - RER impactan de manera directa moderada ($Rho= 0.577^{**}$) y significativamente ($P= 0.001$) sobre el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace implementado por los emprendedores de Lima, en 2021. Por lo que se deduce que, el Régimen Especial de Renta - RER impacta significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, en 2021; ya que, a medida que el Régimen Especial de Renta - RER funciona eficientemente, la aplicación de Marketplace (comercializar productos y servicios electrónicamente) se posicionará en un nivel eficiente.

4. Se reconoció que las implicancias atribuidas al Régimen MYPE Tributario - RMT tienen un impacto directo moderado ($Rho= 0.563^{**}$) y significativo ($P 0.001$) sobre el comercio electrónico implementado por los emprendedores a través de la plataforma de Marketplace de Lima, en 2021. Por lo que se deduce que, el Régimen MYPE Tributario - RMT impacta significativamente en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, en 2021; ya que, a medida que el Régimen MYPE Tributario - RMT funciona eficientemente, la aplicación de Marketplace (comercializar los productos y servicios electrónicamente) se posicionará en un nivel eficiente.

REFERENCIAS

- Aguayo, J. (2014). *La obligación tributaria y el pago: Antes del inicio de la cobranza coactiva- en la Legislación Peruana*. Derecho & sociedad Asociación civil, 244.
- Bernstein, J. (2019). Proyecciones de la buena fe en el Derecho Tributario: una mirada desde la jurisprudencia uruguaya. *THEMIS Revista de Derecho*, (76), 41-56.
Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7622477>
- Bobadilla, K. (2019) *Las ventas online y sui recaudación de impuestos en la Ciudad de Huaraz*, [Tesis de grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
Disponible en:
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15553/IMPUESTO_RECAUDACION_BOBADILLA_SALAS_KATERIN_GLORIA.pdf?sequence=1
- Bravo Cucci, J. (2003). *Fundamentos de Derecho Tributario*. (1ª ed.). Lima: Palestra Editores S.R.L.
- Cabina, C. (2019). *Comercio electrónico y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del Sector Retail, distrito de Valla El Salvador, 2018*. [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Disponible en:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/browse?type=subject&value=Obligaciones%20tributarias%20-%20Per%C3%BA>
- Capital Contable (2022) *El comercio electrónico o e-commerce es la venta o distribución de productos y/o servicios a través de medios electrónicos, tales como redes*

sociales, páginas web y/o plataformas virtuales. Disponible en: <https://capital-contable.com/tributacion-y-comercio-electronico-en-peru/>

Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (2020) *Administraciones*

Tributarias y la estrategia de control de las operaciones de comercio electrónico.

En: <https://www.ciat.org/ciatblog-administraciones-tributarias-y-la-estrategia-de-control-de-las-operaciones-de-comercio-electronico/>

Código tributario. (2013). *Título Preliminar. Decreto Supremo N° 133-2013-EF.* Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/tituloopr.htm>

Constitución Política del Perú. (1993). Recuperado del sitio de internet del Sistema

Peruano de Información Jurídica:

http://spij.minjus.gob.pe/normativa_libre/main.asp

De la Vega, B. (2019). *El Comercio Electrónico prestado por sujetos no domiciliados a personas naturales no habituales: Implicancias en el Impuesto General a las*

Ventas. [Tesis de maestría, Universidad de Lima]. Disponible en:

<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9435>

De Sousa, MP (2014) Los desafíos de la tributación del comercio electrónico en Brasil:

lecciones aprendidas de los Estados Unidos. *Instituto de Asuntos Brasileños,*

Universidad George Washington, Washington, DC.

Diario El Comercio (2020) *Sunat: más de 12.700 contribuyentes evadían el pago de impuestos a través del comercio electrónico.* En:

<https://elcomercio.pe/economia/peru/sunat-mas-de-12700-contribuyentes-evadian-el-pago-de-impuestos-a-traves-del-comercio-electronico-nndc-noticia/>

Domínguez, G (2021) *E-commerce: Regulación Tributaria en Argentina*. En:

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1848/1/TFPP%20EEYN%202021%20DG-TM.pdf>

Fernández, I. (2003). *Régimen tributario del comercio electrónico: Perspectiva peruana*. Lima. Fondo Editorial PUCP.

Flores Polo, P. (2000), *Derecho Financiero y Tributario*. Ediciones Justo Valenzuela V. E.I.R.L. Pp. 166.

Galuszka, J. (2011) How to tax e-commerce—global or national problem? *University of Economics in Katowice, Poland*. Disponible en:

<http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171262391>

García, F.; y Gonzales, M. (2020). *Tratamiento tributario del Impuesto a la Renta en el Comercio Electrónico internacional en la Empresa CONTUGAS, S.A.C. Lima, 2018*. [Tesis de grado, Universidad Científica del Sur]. Disponible en:

<https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1391>

Global Business Coalition (2019). UNCTAD: *New policy brief launched ahead of global eCommerce Week 2019*. Disponible en:

<http://www.globalbusinesscoalition.org/global-governance-news/unctad-new-policy-brief-launched-ahead-of-global-ecommerce-week-2019/>

Huamán, V. y Mejía, L. (2022) *El Régimen MYPE Tributario y su incidencia en la capacidad contributiva de las microempresas de comercio electrónico en Lima Metropolitana, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Perú]. Disponible en:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9660/huaman_bvd-mejia_mlv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Laudon, K.; y Guercio, C. (2017). *E-commerce 2017 (negocios, tecnología, sociedad)*.

Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación. (658.872 LAUD 2017)

Mena, J., Alarcón, M. y Cieza, A. (2022) *Economía digital y tributación*. Revista

Científica Tecno humanismo. Febrero 2022 Volumen 2 / No. 2.

<https://tecnohumanismo.online>

Monguít, C. (2021). *Modelo de Negocio: Creación de un Marketplace online para la*

comercialización de productos para el cuidado de la salud, enfocado en las

droguerías de Bogotá, D. C. [Tesis de maestría, Universidad EAN, Colombia].

Disponible en: [https://repository.ean.edu.co/handle/10882/11498?locale-](https://repository.ean.edu.co/handle/10882/11498?locale-attribute=en)

[attribute=en](https://repository.ean.edu.co/handle/10882/11498?locale-attribute=en)

Muñoz-Salgado, S. y SUNAT (2003). *El comercio electrónico en las operaciones*

internacionales: Efectos tributarios. Lima: SUNAT.

Organization for Economic Corporation and Development (2013). *Electronic and Mobile*

Commerce, OECD Digital Economy Papers, No. 228, Paris: OECD Publishing,

Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5k437p2gxw6g-en>

Paris, R. (2003). The globalization of taxation? *Electronic commerce and the*

transformation of the state. *International Studies Quarterly*, 47(2), 153-182.

Disponible en: <https://doi.org/10.1111/1468-2478.4702001>

Qin, Z. (2009). *Introduction to E-commerce* (Tsinghua University Press) 2009th Edition,

Kindle Edition.

- Quijano, G.; y Barajas, N. (2019). *Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales*. [Tesis de maestría, Universidad Santo Tomas, Colombia]. Disponible en:
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/19393>
- Roldán, R. (2020). *Planificación tributaria basada en el uso de la plataforma telemática implementada en los procesos simplificados de devolución de impuestos (IVA y Drawback), para determinar la factibilidad de disminuir la carga impositiva en una empresa agroexportadora*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador]. Disponible en:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7432>
- Rubio, M.; y Bernales, E. (1988). *Constitución y Sociedad Política*. Lima, Mesa Redonda Editores S.A.
- Ruiz, V.; y Zornoza, V. (2004). *Sistema Tributario y Constitución en Finanzas Públicas*. Quito, Corporación Editora Nacional.
- SUNAT (2019). Informe N.º 002-2019-SUNAT/7T0000 (15 de enero de 2019). Portal de SUNAT.
- Teixeira, I.; y Paiva, I. (2018). Comercio electrónico y problemas reales de tributación: los problemas subyacentes clave. En Isaias, P. & Carvalho, LC (Eds.) *User Innovation and the Entrepreneurship Phenomenon in the Digital Economy*, pp. 72-90
- Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta. (08 de agosto de 2004). Decreto Supremo N° 179 -2004-EF. Perú

Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo

al consumo. (15 de abril de 1999). Decreto Supremo N.º 055-99-EF. Perú.

Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/>

Torres, K. (2020) *Incorporación al régimen MYPE tributario y su efecto en el crecimiento de la empresa Toldos Álvarez SAC – 2018.*

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1038>

Torres, L. (2021) *Los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes Mype en el Perú, período 2019.*

<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5651/INFORME%20FINAL-TORRES%20CARRERA-FCC-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villegas, H. B. (2003). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario* (Primera reimpresión de la 8a ed.). Buenos Aires, Argentina: Astrea.

Ward, B.; and Sipior, J. (2004). To tax or not to tax e-commerce: a United States Perspective, *Journal of Electronic Commerce Research*, 5(3), pp. 172-180.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA	PROBLEMA GENERAL	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICOS	VARIABLE	POBLACION	DISEÑO
REGÍMENES TRIBUTARIOS Y SU IMPACTO EN EL COMERCIO ELECTRONICO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE MARKETPLACE DE LIMA, 2021.	¿Cuál es el impacto de los regímenes tributarios en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?	a) ¿Cuál es el impacto del Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?	Reconocer el impacto de los regímenes tributarios en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021.	a) Reconocer el impacto del Nuevo Régimen Único Simplificado –NRUS en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021	Variable 1: Regímenes tributarios. Variable 2: Comercio Electrónico.	Población emprendedores que publiquen en Marketplace de Lima, 2021.	Diseño de investigación No experimental Descriptiva – Correlacional Cuantitativa.
		b) ¿Cuál es el impacto del Régimen Especial de Renta - RER en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?		b) Reconocer el impacto del Régimen Especial de Renta - RER en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021.		Muestra Población 30 emprendedores que publiquen en Marketplace, elegidos por conveniencia.	Técnica de recolección de datos - Encuesta - Observación
		c) ¿Cuál es el impacto del Régimen MYPE Tributario - RMT en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021?		c) Reconocer el impacto del Régimen MYPE Tributario - RMT en el comercio electrónico a través de la plataforma de Marketplace de Lima, 2021.		Instrumento - Cuestionario (Encuesta)	

ANEXO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA	ITEMS
Regímenes Tributarios	Categorías bajo las cuales una Persona Natural o Persona Jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT. Un régimen tributario establece la forma en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos.	La presente variable está organizada por 3 dimensiones y diversos indicadores los cuales serán medidos con una encuesta	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Persona Natural	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo / Desconoce	1-8
				categoría de declaración de pago		
				Comprobante de pago		
				Obligación de emisión de comprobante de pago		
				Registros Contables		
			Régimen Especial de Renta - RER	Límite de ingresos y compras		9-15
				Actividades acogibles		
				IGV		
				Renta Anual		
				Trabajadores por turno		
			Régimen MYPE	Ingresos en ejercicio gravable		16-24
				Manejo de Libros Contables		
				Impuesto a la Renta		
				Prórroga del IGV		
Declaración jurada anual						

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA	ITEMS
Comercio Electrónico	La venta o compra de bienes o servicios, realizada a través de redes informáticas por métodos diseñados específicamente con el fin de recibir o realizar pedidos”. Según esta definición, los bienes o servicios se solicitan electrónicamente, pero el pago y la entrega final de los bienes o servicios no tienen que realizarse en línea (OCDE, 2013).	Corresponde a un mecanismo de medición, es decir, una manera de realizar un tipo de comercio debe tener en cuenta la seguridad, eficiencia y eficacia con la que se debe promover la venta de los productos.	Intercambio de valor (Pago)	Virtual	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo / Desconoce	25-26
				Contra entrega		
			Interactividad	Comunicación		27-30
				Ventas		
			Seguridad	Confianza		31-33
				Garantía		

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ENCUESTA PARA MEDIR EL IMPACTO DE LOS REGÍMENES TRIBUTARIOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE MARKETPLACE DE LIMA, DEL 2021

Estimado participante:

A continuación, le presento el siguiente cuestionario que forma parte de una investigación académica. La presente investigación es con carácter de aplicación anónima, voluntaria y estrictamente confidencial.

Responsable: *Maritza Villacorta*

Leyenda:

NRUS: Nuevo Régimen Único Simplificado

RER: Régimen Especial de Renta

MYPE: Régimen Mype Tributario

MYPE: Régimen Mype Tributario

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo / Desconoce
1. Solo acceden personas naturales al NRUS					
2. En la NRUS el pago a declarar es s/20, por hasta s/5000 de ventas mensual.					
3. En la NRUS el pago a declarar es s/50, por hasta s/8000 de ventas mensual.					
4. En la NRUS el comprobante de pago es únicamente boleta, o ticket.					
5. En la NRUS se puede emitir boleta virtual mediante formulario N°816, en la página de Sunat.					
6. En la NRUS no es obligatorio emitir boleta de venta por montos de s/5.00.					
7. En la NRUS, no hay obligación en tener libros o registros contables					
8. En la NRUS, una de las obligaciones es Exhibir en lugar visible la ficha ruc y emblemas y/o signos distintivos proporcionados por Sunat.					

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo / Desconoce
9. Sobre el límite de ingresos anuales en RER es hasta (S/ 525,000) anual.					
10. Orientado a pequeñas empresas (persona natural o jurídica)					
11. Acerca de no considerar a contratos de construcción, servicio de transporte, médicos, odontólogos, veterinarias, jurídicas e ingeniería en RER.					
12. Conoce acerca del pago del IR mensual de 1.5% y el IGV del 18% en el RER.					
13. Respecto a los libros contables, sólo se lleva registro de compra y venta					
14. Solo se presenta declaraciones mensuales, en el RER.					
15. Sobre el límite de 10 trabajadores por turno para su empresa en el RER					
16. Conoce acerca de no superar las 1700 UIT en ejercicio gravable en Régimen MYPE.					
17. Conoce Ingresos Neto hasta 300 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario de formato simplificado en el RMT.					
18. Conoce Ingresos Neto de 300 UIT hasta 500 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario y mayor en el RMT.					
19. Conoce Ingresos Neto mayores 500 UIT hasta 1700 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras, Libro diario y mayor, libro de inventarios y balances en el RMT.					
20. Conoce la tasa del IR por ingresos netos menores a 300 UIT mensual en el RMT.					
21. Conoce la tasa del IR por ingresos netos mayores a 300 UIT mensual en el RMT.					
22. Acerca de emitir declaración anual hasta 15 UIT del tramo de					

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo / Desconoce
ganancia la tasa de utilidad 10 % en Régimen MYPE					
23. Acerca de emitir declaración anual más de 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 29.5 % en Régimen MYPE					
24. Acerca del periodo de la prórroga del pago del IGV de hasta 3 meses en el RMT.					
25. Sobre el pago virtual al realizar compras a través de Marketplace					
26. Sobre el pago contra entrega al realizar compras a través de Marketplace					
27. Respecto a la aplicación de todas las herramientas disponibles en Marketplace					
28. Sobre el uso de la comunicación virtual para contactarse con sus clientes.					
29. Respecto a emplear comunicación efectiva para relacionarse con el cliente y asegurar la venta.					
30. Considera que las ventas online son la mejor opción de comercio.					
31. Respecto a emplear la confianza con los clientes como factor de relación en la venta.					
32. Sobre la garantía que ofrece las plataformas online considera son la mejor.					
33. Respecto al producto en la plataforma y ofrecerlo siempre con algún plus respecto a la competencia.					

ANEXO 4: BASE DE DATOS PRUEBA PILOTO

Encuestado	Preg. 1	Preg. 2	Preg. 3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 6	Preg. 7	Preg. 8	Preg. 9	Preg. 10	Preg. 11	Preg. 12	Preg. 13	Preg. 14	Preg. 15	Preg. 16	Preg. 17
1	5	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	5	5	4	4	1	4
2	4	5	3	2	5	4	5	3	2	5	3	4	4	5	4	3	4
3	3	2	2	3	3	5	4	4	1	3	5	5	5	5	4	4	3
4	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
5	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5
6	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	5	4	5	3	4	5
7	4	4	5	3	4	5	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	3	2	4	4	3	5	5	3	2	1	4	3	2	4
9	4	5	3	2	5	4	5	3	2	5	3	4	4	5	4	3	4
10	1	2	3	2	1	5	5	5	3	2	5	5	3	4	5	5	1

Encuestado	Preg. 18	Preg. 19	Preg. 20	Preg. 21	Preg. 22	Preg. 23	Preg. 24	Preg. 25	Preg. 26	Preg. 27	Preg. 28	Preg. 29	Preg. 30	Preg. 31	Preg. 32	Preg. 33
1	3	2	3	3	3	3	3	4	1	1	4	4	3	3	1	4
2	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	4
3	2	2	3	5	4	4	1	2	4	3	3	4	4	1	3	2
4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
5	5	3	2	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
6	5	3	2	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
7	4	4	3	1	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3	4	2
8	4	4	3	4	4	3	1	3	2	1	4	3	3	1	1	3
9	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	4
10	2	3	2	1	1	1	3	5	5	4	4	5	1	3	4	5

ANEXO 5: BASE DE DATOS ESTADÍSTICOS, APLICACIÓN ENCUESTAS

Encuestado	Preg. 1	Preg. 2	Preg. 3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 6	Preg. 7	Preg. 8	Puntaje DX1	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Preg. 9	Preg. 10	Preg. 11	Preg. 12	Preg. 13	Preg. 14	Preg. 15	Puntaje DX2
1	4	5	3	2	5	4	5	3	31	3	2	5	1	4	4	4	3	23
2	3	3	3	4	2	3	3	3	24	2	4	2	2	3	4	3	3	21
3	4	5	3	2	5	4	5	3	31	3	2	5	3	4	4	5	4	27
4	3	5	3	2	5	4	5	3	30	3	2	3	3	4	4	3	4	23
5	2	2	2	2	3	2	3	2	18	1	2	2	2	2	2	3	2	15
6	3	2	2	2	1	1	2	2	15	1	2	1	3	4	4	5	3	22
7	4	5	4	3	4	4	5	4	33	3	5	3	4	4	4	5	3	28
8	2	3	4	5	3	2	3	4	26	2	3	4	3	4	4	4	3	25
9	2	1	3	4	5	2	1	3	21	2	2	5	3	4	4	3	4	25
10	3	3	2	2	3	2	3	3	21	2	2	2	2	2	2	3	2	15
11	4	5	3	2	5	4	5	3	31	3	4	5	4	5	4	5	3	30
12	3	4	3	2	4	4	4	3	27	2	2	4	4	5	4	5	3	27
13	2	3	4	6	3	2	3	4	27	2	3	2	4	5	4	5	3	26
14	3	2	1	4	3	2	4	4	23	2	4	3	2	4	4	4	4	25
15	4	5	5	1	2	2	4	4	27	2	4	3	3	2	1	4	3	20
16	4	4	4	5	5	3	4	4	33	3	5	3	4	5	5	1	2	25
17	4	5	3	2	5	4	5	3	31	3	2	5	3	4	4	5	4	27
18	2	2	2	2	3	2	3	2	18	1	2	2	2	2	2	3	2	15
19	3	4	5	5	1	4	5	4	31	3	5	3	3	3	4	3	2	23
20	4	5	3	2	5	4	3	3	29	2	2	5	3	4	4	5	4	27
21	4	3	3	2	5	4	3	3	27	2	2	5	3	4	4	5	4	27
22	2	3	3	1	2	4	3	4	22	2	5	2	4	4	4	3	3	25
23	5	5	5	5	4	5	3	4	36	3	5	2	2	1	3	1	2	16
24	4	4	3	3	4	4	4	3	29	2	2	4	4	5	4	5	3	27
25	4	5	3	2	5	4	5	3	31	3	2	3	3	4	4	3	4	23
26	4	5	3	2	5	4	5	3	31	3	2	5	1	4	4	4	3	23
27	2	2	2	2	3	2	3	2	18	1	2	2	2	2	3	3	2	16
28	3	2	2	2	3	3	2	2	19	2	2	1	3	4	4	5	3	22
29	2	3	4	5	3	2	3	4	26	2	3	3	4	4	4	3	3	24
30	2	1	3	4	5	2	1	3	21	2	4	3	4	3	4	3	3	24

Régimen Especial de Renta - RER	Preg. 16	Preg. 17	Preg. 18	Preg. 19	Preg. 20	Preg. 21	Preg. 22	Preg. 23	Preg. 24	Puntaje DX3	Régimen MYPE	Puntaje VX
2	4	2	5	3	2	2	5	2	2	27	2	81
2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32	2	77
3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	32	2	90
2	3	4	4	4	4	5	4	4	5	37	3	90
1	3	2	2	3	2	3	2	3	2	22	2	55
2	2	4	2	2	2	4	4	5	5	30	2	67
3	4	5	5	3	2	4	3	5	4	35	3	96
2	2	2	3	2	5	2	2	2	5	25	2	76
2	3	2	3	3	2	2	1	2	2	20	1	66
1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	20	1	56
3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	37	3	98
3	4	5	5	3	2	4	3	5	4	35	3	89
3	5	2	3	2	6	2	2	2	2	26	2	79
2	4	3	2	4	2	2	4	4	3	28	2	76
2	3	2	5	5	4	2	3	4	3	31	2	78
2	4	5	5	3	2	4	3	5	4	35	3	93
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	32	2	90
1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	20	1	53
2	3	3	2	5	5	3	5	4	5	35	3	89
3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	37	3	93
3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	31	2	85
2	4	5	3	3	2	4	3	3	4	31	2	78
2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32	2	84
3	4	5	5	3	2	4	3	5	4	35	3	91
2	3	4	4	4	4	5	4	4	5	37	3	91
2	4	2	5	3	2	2	5	2	2	27	2	81
2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	20	1	54
2	2	4	2	2	2	4	4	4	3	27	2	68
2	2	2	3	2	5	2	2	2	5	25	2	75
2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	18	1	63

Regímenes Tributarios	Preg. 25	Preg. 26	Puntaje DY1	Intercambio de valor (Pago)	Preg. 27	Preg. 28	Preg. 29	Preg. 30	Puntaje DY2	Interactividad	Preg. 31	Preg. 32	Preg. 33	Puntaje DY3	Seguridad	Puntaje VY	Comercio Electrónico
2	2	4	6	2	4	5	3	2	14	2	2	4	1	7	2	27	2
2	5	4	9	3	4	4	5	5	18	3	5	4	3	12	3	39	3
3	4	4	8	3	3	4	5	4	16	3	5	3	4	12	3	36	3
3	4	5	9	3	3	4	5	4	16	3	5	3	4	12	3	37	3
1	2	3	5	2	2	2	2	2	8	1	2	3	3	8	2	21	2
2	3	2	5	2	4	3	3	5	15	3	2	4	3	9	2	29	2
3	4	4	8	3	4	5	5	5	19	3	4	4	4	12	3	39	3
2	4	2	6	2	4	3	3	2	12	2	3	3	4	10	2	28	2
2	2	5	7	2	4	5	3	3	15	3	2	4	2	8	2	30	2
2	4	4	8	3	2	2	2	2	8	1	2	4	3	9	2	25	2
3	4	4	8	3	3	4	5	4	16	3	5	3	4	12	3	36	3
3	4	4	8	3	4	5	5	5	19	3	4	4	4	12	3	39	3
2	4	5	9	3	4	5	3	2	14	2	2	4	2	8	2	31	2
2	4	4	8	3	4	4	4	4	16	3	3	4	4	11	3	35	3
2	4	4	8	3	2	4	3	4	13	2	3	1	3	7	2	28	2
3	4	4	8	3	4	5	5	5	19	3	4	4	4	12	3	39	3
3	4	3	7	2	3	4	5	4	16	3	5	3	4	12	3	35	3
1	2	2	4	1	2	2	2	2	8	1	2	2	2	6	1	18	1
3	3	3	6	2	4	3	3	4	14	2	3	4	4	11	3	31	2
3	4	3	7	2	3	4	5	4	16	3	5	3	4	12	3	35	3
2	4	4	8	3	3	4	5	4	16	3	5	3	4	12	3	36	3
2	4	4	8	3	4	3	4	4	15	3	3	4	5	12	3	35	3
2	2	4	6	2	3	3	4	3	13	2	5	3	4	12	3	31	2
3	4	4	8	3	4	5	5	5	19	3	4	4	4	12	3	39	3
3	4	3	7	2	3	4	5	4	16	3	2	4	4	10	2	33	3
2	4	4	8	3	4	5	3	2	14	2	2	4	1	7	2	29	2
1	2	2	4	1	2	2	2	2	8	1	2	2	2	6	1	18	1
2	3	2	5	2	4	3	3	4	14	2	3	4	3	10	2	29	2
2	4	2	6	2	4	3	3	2	12	2	2	2	2	6	1	24	2
2	3	5	8	3	4	5	3	3	15	3	2	4	5	11	3	34	3

ANEXO 5: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Experto 1: Mg. María Betsabé Rodríguez Reynoso



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide "REGIMENES TRIBUTARIOS Y SU IMPACTO EN EL COMERCIO ELECTRONICO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE MARKETPLACE DE LIMA, 2021"

Variable 1: REGIMENES TRIBUTARIOS								
N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Nuevo Régimen Único simplificado (NRUS)							
	Indicador: Persona natural							
1	Solo acceden personas naturales al NRUS	X		X		X		
	Indicador: Categoría de declaración de pago							
2	En la NRUS el pago a declarar es s/20, por hasta s/5000 de ventas mensual.	X		X		X		
3	En la NRUS el pago a declarar es s/50, por hasta s/8000 de ventas mensual.	X		X		X		
	Indicador: Comprobante de pago							
4	En la NRUS el comprobante de pago es únicamente boleta, o ticket.	X		X		X		
	Indicador: Obligación de emitir comprobante de pago							
5	En la NRUS se puede emitir boleta virtual mediante formulario N°816, en la página de Sunat.	X		X		X		
6	En la NRUS no es obligatorio emitir boleta de venta por montos de s/5.00.	X		X		X		
	Indicador: Cambio de régimen							
7	En la NRUS, se puede realizar el cambio de Régimen en cualquier mes del año.	X		X		X		
	Indicador: Registros contables							
8	En la NRUS, no hay obligación en tener libros o registros contables	X		X		X		
9	En la NRUS, una de las obligaciones es Exhibir en lugar visible la ficha ruc y emblemas y/o signos distintivos proporcionados por Sunat.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Régimen Especial de Renta - RER							
	Indicador: Límite de ingresos y compras							
10	Sobre el límite de ingresos anuales en RER es hasta (S/ 525,000) anual.	X		X		X		
	Indicador: Actividades acogibles							
11	Orientado a pequeñas empresas(persona natural o jurídica)	X		X		X		
12	Acerca de no considerar a contratos de construcción, servicio de transporte, médicos, odontólogos, veterinarias, jurídicas e ingeniería en RER.	X		X		X		
	Indicador: IGV renta							
13	Conoce acerca del pago del IR mensual de 1.5% y el IGV del 18% en el RER.	X		X		X		
	Indicador: Libros o registros contables							
14	Respecto a los libros contables, sólo se lleva registro de compra y venta	X		X		X		

15	Solo se presenta declaraciones mensuales, en el RER.	X		X		X		
	Indicador: Trabajadores por turno							
16	Sobre el límite de 10 trabajadores por turno para su empresa en el RER	X		X		X		
	DIMENSION 3: Régimen MYPE	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Ingresos en ejercicio gravable							
17	Conoce acerca de no superar las 1700 UIT en ejercicio gravable en Regimen MYPE.	X		X		X		
	Indicador: Libros o registros contables							
18	Conoce Ingresos Neto hasta 300 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario de formato simplificado en el RMT.	X		X		X		
19	Conoce Ingresos Neto de 300 UIT hasta 500 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario y mayor en el RMT.	X		X		X		
20	Conoce Ingresos Neto mayores 500 UIT hasta 1700 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras, Libro diario y mayor, libro de inventarios y balances en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Impuestos a la renta							
21	Conoce la tasa del IR por ingresos netos menores a 300 UIT mensual en el RMT.	X		X		X		
22	Conoce la tasa del IR por ingresos netos mayores a 300 UIT mensual en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Prórroga del IGV							
23	Acerca del periodo de la prórroga del pago del IGV de hasta 3 meses en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Declaración jurada anual							
24	Acerca de emitir declaración anual hasta 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 10 % en Régimen MYPE	X		X		X		
25	Acerca de emitir declaración anual más de 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 29.5 % en Regimen MYPE	X		X		X		
Variable 2: COMERCIO ELECTRONICO								
N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Pago	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Virtual							
26	Sobre el pago virtual al realizar compras a través de Marketplace	X		X		X		
	Indicador: Contraentrega							
27	Sobre el pago contraentrega al realizar compras a través de Marketplace	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Interactividad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Comunicación							
28	Sobre el uso de la comunicación virtual para contactarse con sus clientes.	X		X		X		

29	Respecto a emplear comunicación efectiva para relacionarse con el cliente y asegurar la venta.	X		X		X		
	Indicador: Ventas							
30	Considera que las ventas online son la mejor opción de comercio.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Seguridad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Confianza							
31	Respecto a emplear la confianza con los clientes como factor de relación en la venta.	X		X		X		
	Indicador: Garantía							
32	Sobre la garantía que ofrece las plataformas online considera son la mejor.	X		X		X		
33	Respecto al producto en la plataforma y ofrecerlo siempre con algún plus respecto a la competencia.	X		X		X		

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. CPC María Betsabe Rodríguez

ReynosoDNI: _07184463_

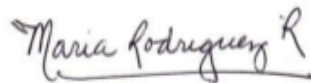
Especialidad del validador. Contadora Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Experto 2: CPC Victoria Haydeé Vejarano García

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide “REGIMENES TRIBUTARIOS Y SU IMPACTO EN EL COMERCIO ELECTRONICO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE MARKETPLACE DE LIMA, 2021”

Variable 1: REGIMENES TRIBUTARIOS								
N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Nuevo Régimen Único simplificado (NRUS)							
	Indicador: Persona natural							
1	Solo acceden personas naturales al NRUS	X		X		X		
	Indicador: Categoría de declaración de pago							
2	En la NRUS el pago a declarar es s/20, por hasta s/5000 de ventas mensual.	X		X		X		
3	En la NRUS el pago a declarar es s/50, por hasta s/8000 de ventas mensual.	X		X		X		
	Indicador: Comprobante de pago							
4	En la NRUS el comprobante de pago es únicamente boleta, o ticket.	X		X		X		
	Indicador: Obligación de emitir comprobante de pago							
5	En la NRUS se puede emitir boleta virtual mediante formulario N°816, en la página de Sunat.	X		X		X		
6	En la NRUS no es obligatorio emitir boleta de venta por montos de s/5.00.	X		X		X		
	Indicador: Cambio de régimen							
7	En la NRUS, se puede realizar el cambio de Régimen en cualquier mes del año.	X		X		X		
	Indicador: Registros contables							
8	En la NRUS, no hay obligación en tener libros o registros contables	X		X		X		
9	En la NRUS, una de las obligaciones es Exhibir en lugar visible la ficha ruc y emblemas y/o signos distintivos proporcionados por Sunat.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Régimen Especial de Renta - RER							
	Indicador: Limite de ingresos y compras							
10	Sobre el límite de ingresos anuales en RER es hasta (S/ 525,000) anual.	X		X		X		
	Indicador: Actividades acogibles							
11	Orientado a pequeñas empresas(persona natural o jurídica)	X		X		X		
12	Acerca de no considerar a contratos de construcción, servicio de transporte, médicos, odontólogos, veterinarias, jurídicas e ingeniería en RER.	X		X		X		
	Indicador: IGV renta							
13	Conoce acerca del pago del IR mensual de 1.5% y el IGV del 18% en el RER.	X		X		X		
	Indicador: Libros o registros contables							
14	Respecto a los libros contables, sólo se lleva registro de compra y venta	X		X		X		
15	Solo se presenta declaraciones mensuales, en el RER.	X		X		X		

	Indicador: Trabajadores por turno							
16	Sobre el límite de 10 trabajadores por turno para su empresa en el RER	X		X		X		
	DIMENSION 3: Régimen MYPE	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Ingresos en ejercicio gravable							
17	Conoce acerca de no superar las 1700 UIT en ejercicio gravable en Régimen MYPE.	X		X		X		
	Indicador: Libros o registros contables							
18	Conoce Ingresos Neto hasta 300 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario de formato simplificado en el RMT.	X		X		X		
19	Conoce Ingresos Neto de 300 UIT hasta 500 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario y mayor en el RMT.	X		X		X		
20	Conoce Ingresos Neto mayores 500 UIT hasta 1700 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras, Libro diario y mayor, libro de inventarios y balances en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Impuestos a la renta							
21	Conoce la tasa del IR por ingresos netos menores a 300 UIT mensual en el RMT.	X		X		X		
22	Conoce la tasa del IR por ingresos netos mayores a 300 UIT mensual en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Prórroga del IGV							
23	Acerca del periodo de la prórroga del pago del IGV de hasta 3 meses en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Declaración jurada anual							
24	Acerca de emitir declaración anual hasta 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 10 % en Régimen MYPE	X		X		X		
25	Acerca de emitir declaración anual más de 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 29.5 % en Régimen MYPE	X		X		X		
Variable 2: COMERCIO ELECTRONICO								
N.º	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Pago	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Virtual							
26	Sobre el pago virtual al realizar compras a través de Marketplace	X		X		X		
	Indicador: Contraentrega							
27	Sobre el pago contraentrega al realizar compras a través de Marketplace	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Interactividad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Comunicación							
28	Sobre el uso de la comunicación virtual para contactarse con sus clientes.	X		X		X		
29	Respecto a emplear comunicación efectiva para relacionarse con el cliente y asegurar la venta.	X		X		X		
	Indicador: Ventas							

30	Considera que las ventas online son la mejor opción de comercio.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Seguridad		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Indicador: Confianza								
31	Respecto a emplear la confianza con los clientes como factor de relación en la venta.	X		X		X		
Indicador: Garantía								
32	Sobre la garantía que ofrece las plataformas online considera son la mejor.	X		X		X		
33	Respecto al producto en la plataforma y ofrecerlo siempre con algún plus respecto a la competencia.	X		X		X		

Observaciones: Validez de contenido del instrumento resulta procedente.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. CPC Victoria Haydeé Vejarano García

DNI: 17860294

Especialidad del validador. Contadora Pública, Auditora Pública e Independiente

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Experto 3: CPC Omar Rodolfo Guerreros Arcos


Certificado de validez de contenido del instrumento que mide "REGIMENES TRIBUTARIOS Y SU IMPACTO EN EL COMERCIO ELECTRONICO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE MARKETPLACE DE LIMA, 2021"

Variable 1: REGIMENES TRIBUTARIOS								
N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Nuevo Régimen Único simplificado (NRUS)							
	Indicador: Persona natural							
1	Solo acceden personas naturales al NRUS	X		X		X		
	Indicador: Categoría de declaración de pago							
2	En la NRUS el pago a declarar es s/20, por hasta s/5000 de ventas mensual.	X		X		X		
3	En la NRUS el pago a declarar es s/50, por hasta s/8000 de ventas mensual.	X		X		X		
	Indicador: Comprobante de pago							
4	En la NRUS el comprobante de pago es únicamente boleta, o ticket.	X		X		X		
	Indicador: Obligación de emitir comprobante de pago							
5	En la NRUS se puede emitir boleta virtual mediante formulario N°816, en la página de Sunat.	X		X		X		
6	En la NRUS no es obligatorio emitir boleta de venta por montos de s/5.00.	X		X		X		
	Indicador: Cambio de régimen							
7	En la NRUS, se puede realizar el cambio de Régimen en cualquier mes del año.	X		X		X		
	Indicador: Registros contables							
8	En la NRUS, no hay obligación en tener libros o registros contables	X		X		X		
9	En la NRUS, una de las obligaciones es Exhibir en lugar visible la ficha ruc y emblemas y/o signos distintivos proporcionados por Sunat.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Régimen Especial de Renta - RER							
	Indicador: Límite de ingresos y compras							
10	Sobre el límite de ingresos anuales en RER es hasta (S/ 525,000) anual.	X		X		X		
	Indicador: Actividades acogibles							
11	Orientado a pequeñas empresas (persona natural o jurídica)	X		X		X		
12	Acerca de no considerar a contratos de construcción, servicio de transporte, médicos, odontólogos, veterinarias, jurídicas e ingeniería en RER.	X		X		X		
	Indicador: IGV renta							
13	Conoce acerca del pago del IR mensual de 1.5% y el IGV del 18% en el RER.	X		X		X		
	Indicador: Libros o registros contables							
14	Respecto a los libros contables, sólo se lleva registro de compra y venta	X		X		X		

15	Solo se presenta declaraciones mensuales, en el RER.	X		X		X		
	Indicador: Trabajadores por turno							
16	Sobre el límite de 10 trabajadores por turno para su empresa en el RER	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Régimen MYPE	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Ingresos en ejercicio gravable							
17	Conoce acerca de no superar las 1700 UIT en ejercicio gravable en Regimen MYPE.	X		X		X		
	Indicador: Libros o registros contables							
18	Conoce Ingresos Neto hasta 300 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario de formato simplificado en el RMT.	X		X		X		
19	Conoce Ingresos Neto de 300 UIT hasta 500 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras y Libro diario y mayor en el RMT.	X		X		X		
20	Conoce Ingresos Neto mayores 500 UIT hasta 1700 UIT es obligatorio llevar el Registro de Ventas, Registros de Compras, Libro diario y mayor, libro de inventarios y balances en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Impuestos a la renta							
21	Conoce la tasa del IR por ingresos netos menores a 300 UIT mensual en el RMT.	X		X		X		
22	Conoce la tasa del IR por ingresos netos mayores a 300 UIT mensual en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Prórroga del IGV							
23	Acerca del periodo de la prórroga del pago del IGV de hasta 3 meses en el RMT.	X		X		X		
	Indicador: Declaración jurada anual							
24	Acerca de emitir declaración anual hasta 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 10 % en Régimen MYPE	X		X		X		
25	Acerca de emitir declaración anual más de 15 UIT del tramo de ganancia la tasa de utilidad 29.5 % en Regimen MYPE	X		X		X		
Variable 2: COMERCIO ELECTRONICO								
N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Pago	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Virtual							
26	Sobre el pago virtual al realizar compras a través de Marketplace	X		X		X		
	Indicador: Contraentrega							
27	Sobre el pago contraentrega al realizar compras a través de Marketplace	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Interactividad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Comunicación							
28	Sobre el uso de la comunicación virtual para contactarse con sus clientes.	X		X		X		

29	Respecto a emplear comunicación efectiva para relacionarse con el cliente y asegurar la venta.	X		X		X		
	Indicador: Ventas							
30	Considera que las ventas online son la mejor opción de comercio.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Seguridad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Confianza							
31	Respecto a emplear la confianza con los clientes como factor de relación en la venta.	X		X		X		
	Indicador: Garantía							
32	Sobre la garantía que ofrece las plataformas online considera son la mejor.	X		X		X		
33	Respecto al producto en la plataforma y ofrecerlo siempre con algún plus respecto a la competencia.	X		X		X		

Observaciones: Validez de contenido del instrumento resulta procedente.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. CPC Omar Rodolfo Guerreros Arcos

DNI: 40287202

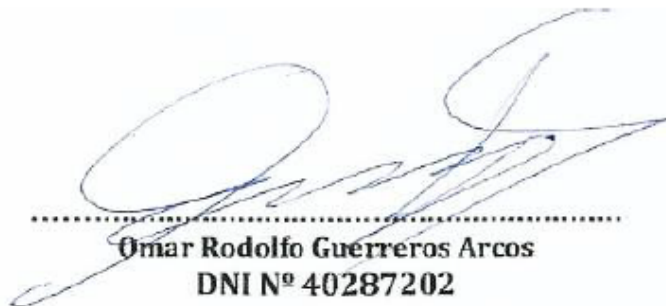
Especialidad del validador. Contador Público y Abogado.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



.....
Omar Rodolfo Guerreros Arcos
 DNI N° 40287202