

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de
las plataformas electrónicas en el Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORAS:

Medina Lopez, Adriana (orcid.org/0000-0002-7697-6670)

Simpertigue Regalado, Thalia (orcid.org/0000-0003-0699-4715)

ASESORA:

Mag. Suarez Santa Cruz, Liliana Del Carmen (orcid.org/0000-0003-2560-7768)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Esta tesis lo dedico a Dios, a mi hijo Mathaius por ser mi mayor motivación de superación personal y profesional a no dejarme rendir y ser un ejemplo para él. También se lo dedico a mis padres, hermanos y pareja por su apoyo permanente y finalmente a mí grupo favorito BTS por su melodiosa música que me acompañó mis desvelos.

Adriana

Agradecer a Dios por guiarme en el camino de mi vida, a mis padres por el apoyo, aliento y motivación incondicional en lo personal y académico para lograr cumplir mis metas, a mis docentes por formarme académicamente y a mi grupo de banda favorito BTS por darme tantos momentos felices y ayudarme a no rendirme.

Thalia

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios por guiarnos y cuidarnos a lo largo de nuestras vidas.

Agradecemos a la universidad por ser la casa de estudios en donde nos formamos, el cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotras, preparándonos para un futuro competitivo y ser personas de bien. Así mismo agradecemos a nuestros maestros que nos compartieron sus conocimientos a lo largo de nuestra formación universitaria.

También agradecer a los magísteres entrevistados por ayudarnos y brindarnos un mejor enfoque y enriquecer nuestros conocimientos.

Por último, se agradece a los lectores interesados en este estudio ya que fue un arduo trabajo investigativo con el fin de brindarles un producto que perdure en sus conocimientos.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|-----------|
| Dedicatoria | II |
| Agradecimiento | III |
| Índice de contenidos..... | IV |
| Índice de tablas..... | V |
| Índice de figuras | VI |
| Resumen | VII |
| Abstract..... | VIII |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 4 |
| III. METODOLOGÍA..... | 13 |
| 3.1. TIPO y Diseño de investigación | 13 |
| <i>Enfoque de investigación</i> | 13 |
| <i>Alcance de investigación</i> | 13 |
| <i>Nivel de investigación</i> | 13 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 14 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 15 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 15 |
| 3.5. Procedimientos..... | 15 |
| 3.6. Método de análisis de datos..... | 16 |
| 3.7. Aspectos éticos | 16 |
| IV. RESULTADOS | 17 |
| V. DISCUSIÓN | 57 |
| VI. CONCLUSIONES | 61 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 62 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. <i>IVA en países asiáticos</i> | 21 |
| Tabla 2. <i>Tratamiento fiscal del IVA en países europeos</i> | 23 |
| Tabla 3. <i>Consolidación del IVA de países latinoamericanos</i> | 25 |
| Tabla 4. <i>Impuesto a la Renta Internacional</i> | 26 |
| Tabla 5. <i>Países que implementaron Establecimiento Permanente (EP)</i> | 30 |
| Tabla 6. <i>Elementos esenciales para el nacimiento del tributo</i> | 32 |
| Tabla 7. <i>Interrogante sobre lineamientos planteados por la OCDE</i> | 36 |
| Tabla 8. <i>Fiscalización del Establecimiento Permanente</i> | 37 |
| Tabla 9. <i>Presencia digital significativa de las plataformas digitales</i> | 38 |
| Tabla 10. <i>Prácticas elusivas procedentes de operaciones B2B y B2C</i> | 39 |
| Tabla 11. <i>Sujetos retenedores del IGV</i> | 41 |
| Tabla 12. <i>Consumo de plataformas digitales</i> | 42 |
| Tabla 13. <i>Servicios digitales prestados a consumidores finales (B2C)</i> | 43 |
| Tabla 14. <i>Estimación de ventas de principales empresas en Perú 2018 a 2020</i> .. | 44 |
| Tabla 15. <i>Potencial recaudación de IGV proveniente de servicios digitales en Perú</i> | 45 |
| Tabla 16. <i>Resultado de entrevista</i> | 46 |
| Tabla 17. <i>Definición de servicios digitales para gravar con el IGV</i> | 48 |
| Tabla 18. <i>Mecanismos de geolocalización para identificar el consumo del servicio en Perú</i> | 49 |
| Tabla 19. <i>Mecanismos de recaudación</i> | 50 |
| Tabla 20. <i>Listado de empresas más importantes que generan ingresos en el país</i> | 51 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| <i>Figura 1.</i> Elementos principales de la clasificación de los impuestos..... | 19 |
| <i>Figura 2.</i> Promedio de la participación potencial 2018-2020 de la recaudación del IVA por servicios digitales..... | 20 |
| <i>Figura 3.</i> Fiscalidad global pilar I y II implementado por la OCDE y G20 | 28 |
| <i>Figura 4.</i> Prácticas artificiosas utilizado por EMN..... | 31 |
| <i>Figura 5.</i> Realidad tributaria de los servicios digitales en Perú | 33 |
| <i>Figura 6.</i> Datos principales para un Registro Simplificado | 52 |
| <i>Figura 7.</i> Usuario y clave para declarar | 53 |
| <i>Figura 8.</i> Formulario para declarar y los datos más relevantes que se deben Incluir | 54 |

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo por objetivo general, determinar la tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú, el cual tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance constructivo, no experimental. La población estuvo conformada por cuatro expertos contables tributarios. En cuanto a la recolección de datos se utilizó la entrevista y la técnica de análisis de revisión bibliográfica, para tal efecto los instrumentos fueron la guía de entrevista y análisis documental. Los resultados obtenidos muestran que países a nivel mundial han implementado medidas fiscales para gravar a las plataformas digitales entre empresa a consumidor (B2C), consumidor a consumidor (C2C), con IR e IGV guiados por los lineamientos de la OCDE, así mismo se recalca que en el Perú aún existen vacíos legales para gravar a plataformas B2C, C2C a pesar de ser firmante del marco inclusivo del consenso 2021 realizado por G20. Concluyendo que el Perú ha dejado de recaudar aproximadamente 113 millones de dólares de IGV en 2020 por no implementar modificaciones en sus leyes para gravar a las operaciones provenientes entre B2C, es por ello que se propuso diferentes mecanismos para que se empiece a cobrar el impuesto indirecto en el país.

Palabras clave: Tributación digital, Plataformas digitales, Empresa a consumidor (B2C), OCDE, Empresa a empresa (B2B).

ABSTRACT

The general objective of the research work was to determine digital taxation and its impact on the tax collection of electronic platforms in Peru, which had a quantitative approach, with a constructive, non-experimental scope. The population consisted of four expert tax accountants. As for data collection, the interview and the literature review analysis technique were used, for this purpose the instruments were the interview guide and documentary analysis. The results obtained show that countries worldwide have implemented tax measures to record digital platforms between business to consumer (B2C), consumer to consumer (C2C), with IR and IV guided by the guidelines of the OECD, likewise it is emphasized that in Peru there are still legal gaps to record B2C C2C platforms despite being a signatory of the inclusive framework of the 2021 consensus made by G20. Concluding that Peru has failed to collect approximately 113 million dollars in 2020 for not implementing changes in its laws to tax operations between B2C, which is why different mechanisms were proposed to start collecting the tax in the country.

Keywords: Digital taxation, Digital platforms, Business to consumer (B2C), OECD, Business to business (B2B).

I. INTRODUCCIÓN

La economía se ha visto influida por el surgimiento de la globalización tecnológica dejando atrás lo tradicional, empezando a surgir nuevos modelos de negocios dando paso a la economía digital que hoy en día se presenta a nivel internacional. Una de las grandes dificultades es como deberían de tributar este tipo de negocios puesto que muchos países no tienen definido bien está forma de economía contemporánea, los organismos internacionales proponen lineamientos para hacer tributar a los modelos de empresa a consumidor (B2C), por otro lado, algunos gobiernos ya han comenzado a gravar a estas plataformas, pero aun así se ve una gran incertidumbre si realmente se va lograr cobrar el impuesto sin evadir.

A nivel mundial el comercio electrónico denominado (B2C) en el 2017 ascendió a 3.9 billones de dólares, significando un incremento aproximadamente del 22% en comparación al periodo anterior. Los principales países en venta de esta modalidad B2C fueron China, Estados Unidos y Reino Unido, la estimación de las ventas de exportaciones por esta modalidad equivalen a un 11% del total del PBI. Este tipo de economía digitalizada contribuye a que el consumidor disfrute de la oferta y la demanda más variada a precios relativamente bajos, esto significa que estas plataformas generan ingresos sin ser gravados lo cual hace que sean más competitivas. (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD] 2019).

En el año 2018 en América Latina los primeros países pioneros en emplear el impuesto digital fueron Argentina, Colombia y Uruguay con las tasas IVA del 21%, 22% y 19%, respectivamente. Argentina ha mejorado en la aplicación de impuestos a los servicios digitales, con ingresos a su fisco de \$22 millones en el 2019. Por otro lado, en Uruguay en los 5 primeros meses se percibió \$18,4 millones en el mismo año. En Colombia mediante la DIAN denominada la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, señaló que durante enero de 2019 se retuvieron alrededor de \$12 millones a través del IVA a los servicios virtuales. (Sotomayor y Valverde, 2019).

En el caso de Perú no se aplica ningún tipo de impuesto a las plataformas

digitales por operaciones realizadas por no residentes a los consumidores finales y es por ello que en el proyecto Ley 6181-2020/CR, mencionan que el país deja de recaudar entre 35 y 44 millones de dólares al año, el impuesto generaría mayor retorno y una competencia más equitativa en las empresas del rubro. (Proyecto de ley 6181,2020).

Según Chavarría (2020), opinó que en Perú la venta de servicios digitales brindados por Apple, Uber, Netflix, Spotify, entre otras no se encuentran gravados con el impuesto al no estar domiciliadas en el territorio nacional. También mencionó que la propuesta de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) era que las diferentes entidades financieras puedan ser estas las retenedoras del IGV al momento del pago de los servicios digitales y sería necesario que al aplicar este impuesto no genera un elevado costo para los usuarios del mercado digital.

La gran demanda de estas plataformas ha permitido generar ingresos en Perú sin ser gravados, perjudicando a la recaudación fiscal. Aún las autoridades pertinentes del gobierno no han tomado acciones en materia tributaria de economía digital, simplemente hay propuestas, pero ninguna se ha llegado a concretar y esto genera una incertidumbre desde cuándo se podría gravar a estos modelos de negocios ya que algunos países vecinos están aplicando el gravamen de acuerdo a sus normativas legislativas y lineamientos planteados por el Organismo para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) para que esta nueva generación de economía pueda ser más igualitaria, la cual conllevó a la interrogante ¿De qué manera la Tributación digital impacta en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú?.

Por lo tanto, el trabajo se justifica por tener relevancia social, ya que los resultados beneficiarán al estado dado que se plantea la forma de como gravar con impuestos a las plataformas digitales de acuerdo a los lineamientos de la tributación internacional, al incrementar los ingresos del gobierno más obras públicas se podrán ejecutar beneficiando a la población.

Se justificará de manera práctica porque permitirá tener una visión más extensa sobre el tema de la tributación de plataformas digitales en el país de

acuerdo a los lineamientos propuestos por la OCDE y en comparación a otros países que ya aplican la retención del impuesto.

La realización del trabajo se justificó metodológicamente porque se utilizaron datos estadísticos, encuestas y recolección de información, lo cual va permitir que sea más confiable.

Se justificó con un valor teórico porque pretende aportar información para futuros trabajos de investigación para el conocimiento y fortalecimiento del mismo.

En la investigación se planteó como objetivo general: Determinar la tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú. Se tuvo conveniente plantearse los siguientes objetivos específicos: Comparar la tributación digital sobre las cargas impositivas en el ámbito internacional, evaluar la realidad tributaria para la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú, identificar el impacto de la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú y proponer estrategias de recaudación fiscal del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las plataformas digitales en el Perú.

Hi: La hipótesis del estudio fue: La tributación digital impacta en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en Perú.

Ho: La tributación digital no impacta en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en Perú.

II. MARCO TEÓRICO

Bulut y Mynat (2017), dan a conocer que es fundamental realizar estudios sobre las actividades del comercio electrónico para efectos positivos dentro de una economía nacional, para así evitar la evasión fiscal. En un estudio estadístico de la Unión Europea (UE) en el 2016 se determinó una tasa del 84% del uso del internet y las compras por línea han sido un 55%; siendo el Reino Unido con mayor cantidad representando un 83%. Por lo cual, las tasas impositivas en varios países para gravar el comercio electrónico son entre un 8% en Japón, 15% en India, 17% en China, España e Italia con 20% mientras que el tributo al valor agregado (IVA) varía de acuerdo a los sistemas estatales de cada país.

Así mismo, Sánchez y Toledo (2019), comenta que, en Uruguay, desde el año 2018, los proveedores que prestan servicios digitales están atribuidos a un gravamen del IVA e impuesto a la renta en donde la tasa supera al 22%, caracterizándose por ser uno de los primeros países latinos en legislar en materia fiscal del comercio electrónico, por medio de su Decreto 144/018 donde se reglamentó en base a la Ley N°19535.

Por otro lado, Faúndez (2018), menciona que el problema del establecimiento de tipo permanente (EP) en los convenios de la doble imposición frente a los nuevos desafíos tributarios de la economía digitalizada, es cuando el ordenamiento jurídico de los países presenta vacíos legales en las normas para el procedimiento fiscal en las operaciones de actividades de la era electrónica, pudiendo influir en la desigualdad de tratos discriminatorios con la economía tradicional vulnerando el principio de neutralidad. En el Perú las empresas tributan conforme a una presencia física con domicilio establecido en las leyes y reglamentos donde se estipulan.

Así también, Sotomayor y Valverde (2019), menciona que en el caso del Perú los servicios brindados entre empresa a empresa (B2B) está definido quién es el sujeto de la retención del IGV, mientras que los servicios prestados entre una empresa a una persona no habitual que no realiza actividad empresarial, es sumamente cuestionable porque las normas tributarias no resultan ser precisas en este tipo de actividades (B2C). Si bien se pudiera gravar el impuesto va ser muy

complicada su fiscalización debido a que son empresas del exterior y están sujetas a regulaciones diferentes del país que pretende gravarlos.

Por otra parte, es importante precisar lo que viene a ser tributos, Bernal y Mora (2016), comenta que es una cantidad dineraria que es captada por el estado y se utiliza en la inversión social, infraestructura, educación y sirve para el equilibrio de la desigualdad. Se comprenden en tributos, contribuciones, tasas e impuestos.

En cuanto a la contribución: se paga a cambio de beneficio sectorial o grupal como las contrataciones parafiscales ESSALUD.

En cuanto a las tasas impositivas: es un porcentaje que se abona y se percibe un servicio individualizado.

Por otro lado, los impuestos: se segmenta en directos e indirectos y se clasifican de manera nacional, el impuesto a la renta (IR) tiene un gravamen directo a la riqueza del contribuyente y el IGV no existe una contribución directa.

Es por ello, que los organismos unilaterales y multilaterales se disputan atribuir un gravamen al impuesto a la renta e IGV a las plataformas digitales. (Bernal y Mora, 2016).

En cuanto la dimensión de economía digital para Alvarez (2021), menciona que se basa en un soporte de infraestructura tecnológica, volviéndose que en un futuro cercano todo se centre en los modelos de economía colaborativa dejando de lado los negocios tradicionales. Esta era virtual ha dejado de lado de ser solo competencia de un estado para convertirse en un interés a nivel mundial, debido al auge en el consumo y producción de estas aplicaciones para desarrollar todo tipo de actividades a través de ellas.

Por su parte, Olifirov et al. (2019), hace referencia que las plataformas de streaming y multimedia, se dan mediante un proceso por el cual se transmite distinta información hacia un segmento de usuarios. Es un servicio a tiempo real brindado por una empresa denominado proveedor hacia un cliente final, permitiéndole al consumidor descargar datos, archivos y observar una variedad de contenido.

Una de las plataformas pioneras es Netflix que empieza su historia en 1998 convirtiéndose en una plataforma de mayor influencia a nivel internacional ubicándose en 190 países y con 100 millones de usuarios suscritos, brindando un contenido exclusivo de reproducción mediante la vista de películas, doramas, series entre otros. Esta empresa al no haber estado regulada para tributar en ninguna legislación fiscal ha permitido generar ingresos líquidos sin ninguna retención de algún impuesto. (Cebeci et al., 2019, Cunningham y Scarlata, 2020).

Por otro lado, Amazon Prime fue lanzado en el año 2016 y hoy se ubica en varias regiones, en Estados Unidos (EE. UU) con 56 millones de usuarios suscritos, Reino Unido con 7 millones, Japón con 6 millones y en Europa se posesionó con 175 millones de suscriptores. La plataforma brinda contenido audiovisual mediante una suscripción con un pago mensual o anual, su característica que lo diferencia es ser un servicio externo como valor añadido y el precio es relativamente bajo de un costo \$3.99 dólares mientras que el costo de otros es aproximadamente de 8 euros mensuales. (Izquierdo y Pesudo, 2021)

Así mismo Budzinski et al. (2021), hace referencia que YouTube apareció en el 2005 y hasta la fecha ha dejado al público fascinado con su contenido de vídeos, música, documentales, películas, entre otros. Así permitiendo que una persona común pueda crear una cuenta y subir a través de ella contenido de acuerdo a sus reglas, son conocidos como (Youtubers). Este tipo de actividades ha permitido generar dinero a cambio de visualizaciones por el contenido ofrecido al consumidor, pero a su vez no se encontraban gravados con el impuesto.

En el caso de la plataforma Spotify apenas se creó a finales del año 2008 y brinda el servicio de podcasts, música y reproducción de videos permitiendo el acceso a millones de canciones creadas en diferentes partes del mundo. Teniendo como función principal de escuchar música de forma gratuita y a su vez se puede obtener una cuenta Premium, esta suscripción recomienda el contenido de acuerdo a los gustos y preferencias por lo cual se cancela dicha suscripción. (Blind y Ramos, 2020).

En cuanto al indicador, aplicaciones de economía colaborativa, es una economía cooperativa de consumo con un modelo económico en que los usuarios

aprovechan las tecnologías para alquilar, prestar, vender servicios o bienes, utilizando la web de la plataforma como un intermediario, por ejemplo, Uber no se considera como servicio de transporte de pasajeros, sino más bien se debería considerar como una venta de un software por sus características particulares. (Ertz, 2020).

En cuanto al indicador de la dimensión de la economía digital, aplicaciones de reparto, estas apps UberEats, PedidosYa, Globo, Rapi brindan el servicio de distribución de los productos adquiridos por la página de internet para ser llevados a su destino del consumidor. La aplicación Glovo es la única que se encuentra domiciliada en el país y emite los comprobantes cobrando una comisión aproximadamente del 25% de lo consumido y es gravado con el 18% de IGV en el Perú. (Haidar y PLA, 2021).

En cuanto a la dimensión tributación digital internacional y sus indicadores se muestran a continuación:

El tratamiento fiscal en países asiáticos como, por ejemplo, en Turquía desde enero del 2018 se empezó a aplicar el impuesto a servicios digitales, aplicando un IVA del 18% resaltando que no hay cantidad mínima para su aplicación. Según la agencia tributaria turca, el registro se hace mediante la página del Morris vía online. (Harpaz, 2021).

Por otro lado, el Sistema Tributario de la India desde 2017 aplica el impuesto a las plataformas digitales con un gravamen del 18%. Se aplica a empresas domiciliadas y no domiciliadas, denominándose según la categoría de la transacción, ya sean operaciones B2B o B2C. (González, 2020).

Así mismo, en Japón entró en vigencia la ley IVA digital en octubre del 2019, en donde el límite anual para que se cobre el impuesto a las ventas de productos digitales es de 10 '000,000 yenes (JPY), con una tasa impositiva del 8%. (Ramírez, 2018).

De la misma forma, en Corea del sur se establecieron los impuestos digitales con un gravamen impositivo del 10%, el cual se aplica al vender un servicio digital. Las recaudaciones de los impuestos deben abonarse trimestralmente a través de

una cuenta Woori Bank perteneciente a la agencia tributaria coreana. Los cuales deben abonarse en wones. (Jiménez, 2021).

En cuanto al tratamiento impositivo en países europeos como por ejemplo en Francia, España, Italia, y otros, han establecido de manera soberana y unilateral en sus legislaciones internas un impuesto único a los servicios digitales que grava con una tasa del 3%, con el fin de solucionar el inconveniente de la no tributación que depende de la jurisdicción donde se consume o produce dichos servicios o bienes. (Cannas et al., 2018; Kostovska et al., 2020).

Así también países latinos cuentan con un tratamiento tributario como: Colombia en su Reforma Tributaria con la Ley N°1819 que se expuso en 2016, empezó a aplicar el IVA del 19%, de igual forma se estableció que las plataformas digitales que se prestan desde otros países se asignen dentro de Colombia para que se pueda cobrar el tributo. (Ramírez, 2018).

Así mismo, México en el año fiscal del 2021 se dio una reforma tributaria para plataformas tecnológicas mediante la ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR) en su artículo 113-A donde se incluyó un nuevo gravamen sin importar parámetros. La retención sería sobre el total de los ingresos de las personas físicas que efectivamente perciban sin incluir el IVA y es una cancelación provisional, las tasas son del 2.1% taxi por aplicación, 1% en prestación de servicios y enajenación de bienes, 4% el alquiler de hospedaje por aplicación. Así también, el IVA tiene una tasa del 8% para los que están dados de alta del Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) y si están vigentes se atribuye un 16%. (Becerra, 2020).

También en Chile a través del Proyecto Ley de Modernización Tributaria (N°21210), en febrero del 2020, donde se estipuló un impuesto a las plataformas digitales consumidas por personas naturales, gravados con una IVA del 19%. Se presumirá los supuestos del impuesto cuando la dirección del protocolo de internet (IP), tarjeta, cuenta corriente, domicilio de facturación, tarjeta (SIM) se utilicen dentro del territorio chileno a la hora de obtener el bien o servicio. (Sánchez y Toledo, 2019).

Por último, Argentina, comenzó a incorporar a la economía digital mediante

la reforma tributaria en su Ley N°27430 publicada en el año 2017. Se estableció el IVA con una tasa del 21% a dichas plataformas para empresas extranjeras o residentes. (Roccaro, 2018).

Entonces, la similitud en todos los países que ya han comenzado a gravar a los servicios de empresa a consumidor (B2C), es cuando se realiza la retención de la alícuota en el momento del pago, el registro del proveedor del exterior o el IP contenga la dirección del dispositivo. Estas empresas proporcionan servicios de acceso, descarga de texto, películas o cualquier actividad realizada por la web y estén estipulados en la normativa para ser atribuidos con el IGV al cliente final. (Amar y Grondona, 2021).

Por otro lado, la dimensión fiscalidad global en los negocios digitales ha generado complicaciones fiscales a nivel multilateral debido a la complejidad de establecer un gravamen por su desarrollo basado en una red de internet, las actividades de venta, compra y pago se realiza por el mismo medio de la virtualidad haciendo que las legislaciones tributarias no puedan dar seguimiento a esta economía electrónica. (Jiménez, 2021).

En cuanto a los lineamientos planteados por la OCDE en su acción 1 del plan BEPS publicado en el año 2015, donde se planteó cómo se debería de enfrentar los retos y desafíos de la digitalización. En dónde saca una serie de soluciones que han sido desarrolladas en una primera instancia, luego han sido repasadas o mejoradas al seno de la OCDE y posterior al marco inclusivo o grupo de países, en donde se encuentra el Perú desarrollando estas medidas y los estándares mínimos. (Carrigues, 2017; Olbert y Spengel, 2017).

En el año 2017 en adelante habido un desarrollo por etapas en donde se dieron en dos propuestas tanto multilateral y unilateral:

Multilateral o global: Se basa en el consenso técnico y político mediante un enfoque holístico que requiere soberanía, el cual se mantiene en desarrollo y también podría ocasionar múltiple tributación en los países. (Ramos, 2021; UNCTAD, 2019).

Por lo cual en el Pilar 1 de la OCDE – denominado como “Nexo” busca

criterios unificados de conexión mediante un principio de sujeción fiscal por un nexus de “Jurisdicción de mercado” donde en la práctica mide la participación en el mercado en ventas, servicios, usuarios, marketing, intangibles de una empresa no domiciliada en ese país, cuánto representa el consumo digital en el mercado se le atribuye en función de la participación de mercado. (Khandelwal, 2020; Ramos, 2021).

Es por ello, que las propuestas unilaterales se basan a las necesidades pragmáticas de que los gobiernos encuentren soluciones fiscales para poder recaudar a mediano plazo, estas soluciones se podrían considerar por algunos países como provisionales o en otros no, en caso que se encuentre como una colisión o un conflicto con el multilateralismo. (Ramos, 2021; UNCTAD, 2019).

Las medidas como por ejemplo Digital Service Tax (Impuesto sobre determinados servicios digitales), estas medidas buscan gravar la renta que se obtiene de una plataforma digital que supera un límite de un umbral de ingresos locales y gravan con una cierta tasa, siendo una imposición directa a las ventas brutas. (Carrigues, 2017; Ramos, 2021).

En cuanto, a las medidas de Equalization tax, estos impuestos buscan equilibrar, emparejar o compensar lo que dejaron de pagar las compañías tecnológicas hace ya varios años y compensar lo que debieron pagar o un sobre impuesto para poder igualar a las compañías tradicionales. (Khandelwal, 2020; Ramos, 2021).

En el caso del criterio de la fuente, esta medida busca crear criterios de sujeción o conexión a base de la fuente nacional para establecer si un no residente obtiene renta de servicios digitales. (Ramos, 2021).

Otra medida es el establecimiento permanente digital, esta propuesta también lo planteó la Unión Europea (UE), es cuando un sujeto no domiciliado tiene presencia de un negocio con ingresos significativos. Por lo tanto, si una plataforma digital tiene relevancia local y es una entidad no domiciliada que no tiene actividad física si no actividad digital en ese país pues tendrá un establecimiento permanente en ese territorio. (Huaylla y Ríos, 2022; Singh, 2017).

En el caso del IVA ha sido una medida más utilizada a nivel global para poder capturar las ventas digitales y servicios virtuales en más de 90 países a nivel mundial entre estos gobiernos latinoamericanos han adoptado reformas tributarias para gravar estos modelos de negocios. Los lineamientos para gravar la economía digital a través de IVA, donde se crearon nuevos factores de conexión como por ejemplo las tarjetas de crédito, IP de un dispositivo de computadora, código de país de un número telefónico, etc. (Carrigues, 2017; UNCTAD, 2019).

En cuanto a los principios planteados por la OCDE para basarse en una economía digital son neutralidad, eficiencia, certeza y simplicidad; efectividad y justicia; flexibilidad, justicia y proporcionalidad. (Faúndez, 2018).

Por otro lado, se debe tomar en consideración la presencia digital planteado por los organismos internacionales para gravar con el IGV a los servicios (B2C), cuando la actividad se lleve a cabo por los contribuyentes donde tenga origen el lugar del consumo. Por lo cual estas empresas proveedoras de este tipo de economía deben de inscribirse y registrarse en el país para la cancelación del mencionado impuesto. (Russo, 2019).

En cuanto a las prácticas elusivas que se pueda dar al normarse la economía digital es la posibilidad de la omisión de la presencia física por parte de estas entidades digitales ya que puede darse mal uso o interpretación del EP. Por ello se debe modificar las normativas fiscales para atacar la elusión artificiosa del establecimiento permanente en función a la base imponible y el traslado de los beneficios. (Olbert y Spengel, 2019; UNCTAD, 2019).

Según Amasifuen (2016), menciona que la legislación fiscal peruana, está integrada por normas legales, organismos reguladores, los procedimientos para el cobro del impuesto y el control del mismo. La normativa vigente en el país está creada para gravar a negocios basados en la materialidad con presencia física mas no a la economía surgida en los últimos tiempos que se da básicamente por medio del internet y son netamente intangibles.

Por otra parte, los servicios proporcionados mediante una red por internet generan grandes desafíos fiscales en muchos países, también siendo el caso del Perú. Aunque varias naciones están implementando sus regulaciones tributarias,

aun así, no existe una solución concisa en materia fiscal relacionada al tratamiento de los servicios ofertados por estas plataformas digitales. En la legislación tributaria peruana existe un vacío en la norma de la ley del (IGV) que no permite gravar cuando una empresa sin domicilio en el territorio brinda el servicio o producto a una persona natural sin ningún negocio con presencia en el territorio. (Ferrel y Torres, 2020).

Por lo cual, el impuesto fiscal se considera establecido sólo cuando sea el caso de identificarse los elementos del tributo, como, por ejemplo, la base imponible, el objeto del impuesto, la tasa impositiva, el período del impuesto, el procedimiento para su cálculo y las condiciones de pago del tributo. (Tsindeliani et al., 2019).

En cuanto a las estrategias tributarias en el Perú, se debería de aprobar una modificación en la normativa del IGV mediante la incorporación de un inciso h) en el artículo 4 de ley en mención, donde se defina el nacimiento de la obligación fiscal provenientes de estas plataformas de video, audio o cualquier otro contenido similar proporcionados por proveedores no residentes. El sujeto del impuesto será en calidad de contribuyente, personas naturales sin negocio y personas jurídica mediante la retención a la hora de su cancelación ya sea de la suscripción o consumo, las entidades del sistema financiero serían las principales aliadas en el recojo del impuesto para ser entregado posteriormente al fisco. (Proyecto ley N°6181, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Enfoque de investigación

La investigación con enfoque de método cuantitativo es cuando posee un análisis de datos numéricos de manera científica con un diseño bien estructurado, con un objetivo de estudio de los fenómenos y propiedades mediante la existencia de modelos teóricos, matemáticos e hipótesis que pertenecen a determinados fenómenos naturales y se utiliza variables definidas. (Basias y Pollalis, 2018).

Alcance de investigación

En un estudio de investigación, según su finalidad es constructivo o aplicado, ya que conduce a investigaciones de mediana escala, trabajos rápidos que pueden brindar resultados prácticos y ser utilizados a corto plazo aplicando los conocimientos teóricos a una específica situación concreta. (Basias y Pollalis, 2018).

Diseño de investigación

Por su parte, Leatherdale (2019), dice que un diseño no experimental se da cuando las variables no se manipulan o alteran por parte del investigador, si no que el estudiante utiliza sus técnicas y herramientas, mediante la inspección de los fenómenos en un contexto de manera natural para luego ser examinados.

Nivel de investigación

En cuanto al nivel de la investigación pueden darse como explicativos, descriptivos porque se relata en profundidad con la que se abarca un objeto de investigación, sobre un determinado fenómeno desarrollándose una relación causal entre las variables. (Ramos, 2020).

Por lo tanto, la investigación se realizó en un enfoque de forma cuantitativa, porque se apoyó en el análisis numérico; tuvo una finalidad constructiva, basándose en una situación concreta; fue con un diseño de forma no experimental, puesto que las variables sólo fueron estudiadas más no manipuladas; además se dio en un nivel descriptivo y explicativo porque revela la relación de dos variables su causa-efecto de dicha problemática.

3.2. Variables y operacionalización

La definición conceptual para la variable independiente denominada “Tributación digital”: hace referencia a un gravamen de las operaciones provenientes de actividades realizadas dentro de plataformas virtuales altamente tecnificadas dentro de uno o varios países sin una presencia física. (Meléndez, 2021).

En cuanto a la definición operacional para la primera variable: se realizó la medición mediante las características, elementos, tipos de la economía digitalizada y las indagaciones en materia fiscal digital.

Por lo cual, la primera dimensión de la variable en mención fue: Tributos con sus indicadores, contribución; tasas impositivas; impuesto a la renta e IGV. Dimensión de economía digital cuenta con los indicadores de, Plataformas de streaming; aplicaciones colaborativas; Apps de reparto y la dimensión de tributación digital internacional con sus indicadores, tratamiento fiscal en países asiáticos; tratamiento impositivo en países europeos; tratamiento tributario en países latinos. (Se muestra en el cuadro de operacionalización en el anexo A).

Variable dependiente: Recaudación fiscal de las plataformas electrónicas.

La definición conceptual: hace mención a la retención del tributo por la prestación o venta de productos a los consumidores finales (B2C) por plataformas digitales. (García, 2020).

La definición operacional: fue medida a través de planteamientos internacionales, regulaciones, sugerencias de la modificación de la ley del IGV y estrategias de recaudación.

Así mismo las dimensiones fueron: Fiscalidad global, Legislación fiscal peruana y Regulación del IGV digital en el Perú.

Por lo cual sus indicadores para las dimensiones tuvieron la siguiente forma: Lineamientos planteados por la OCDE; establecimiento permanente, prácticas elusivas; elementos del tributo digital; presencia digital y tratamiento B2B, B2C y C2C; agentes del impuesto digital. (Se muestran en el anexo A).

3.3. Población, muestra y muestreo

El estudio de investigación tuvo una población conformada por cuatro expertos en la rama tributaria con amplio conocimiento de las variables propuestas en el trabajo investigado y un análisis de la revisión bibliográfica de artículos científicos, libros, diarios, leyes, reglamentos, normas serán obtenidos de una base de datos confiable. La muestra fue la misma que la población.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos para la investigación fue mediante la aplicación de las técnicas de análisis de revisión bibliográfica y la entrevista, lo cual permitió reunir el recurso suficiente para el desarrollo del estudio.

Por lo tanto, se utilizaron los instrumentos como la guía de entrevista y guía del análisis documental bibliográfico, los procedimientos y datos ayudaron a recolectar información suficiente para brindar una respuesta a la pregunta planteada en el estudio. (Anexo B y D)

Así mismo, la investigación tuvo un grado de validez porque los instrumentos fueron evaluados por tres profesionales expertos en el campo tributario, lo cual permitió que los resultados de la investigación estén libres de sesgos por problemas metodológicos; por ejemplo, de medición, confusión o selección, por lo tanto, el trabajo fue válido porque se acercó a la realidad. (Anexo E).

Por último, el trabajo en estudio es confiable porque se cumplen los estatutos, normas y reglas de la casa de estudio de la Universidad César Vallejo. También la información redactada en el marco teórico y la tabla de operacionalización fue de forma objetiva y veraz.

3.5. Procedimientos

En el primer objetivo específico “comparar la tributación digital sobre las cargas impositivas en el ámbito internacional, se utilizó el análisis documental bibliográfico en donde se hizo una búsqueda de artículos, libros, que hablen acerca de las leyes tributarias que se aplican en los países en donde ya se gravan a las plataformas digitales.

En cuanto al segundo objetivo específico “evaluar la realidad tributaria para

la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú”, el método utilizado también es el análisis bibliográfico, donde se analizó la actual situación de gravamen para este tipo de plataformas, en donde se complementó con una entrevista a cuatro profesionales, lo mismo fue aplicado para el tercer objetivo.

Por último, “proponer estrategias de recaudación fiscal del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las plataformas digitales en el Perú”, se utilizó una revisión bibliográfica.

3.6. Método de análisis de datos

El análisis documental fue obtenido mediante la biblioteca virtual de la UCV de libros, tesis doctorales, diarios y revistas científicas, indexadas en una base de datos que se plasmó mediante cuadros en el programa Excel, tablas, cuadros y el Drive con flujogramas, la información obtenida se consignó posteriormente en el Word. De igual forma se recolectó la información de la entrevista planteada a los cuatro profesionales conocedores del tema tributario para los tres últimos objetivos.

3.7. Aspectos éticos

Objetividad: se tuvo en cuenta ser imparcial a la hora de realizar el trabajo con una noción objetiva de la verdad y ética.

Confidencialidad: se resguardó la identidad de los entrevistados para proteger su imagen.

Originalidad: la investigación buscó ser propia al no manipular o alterar datos del estudio y se aplicaron las normas de citación de autores para no formar parte de copias, falsificaciones, plagios o réplicas.

Veracidad: la información que se plasmó en el trabajo busca formar parte de hechos reales y mostrarse de forma transparente.

IV. RESULTADOS

En este capítulo, se presentó los resultados del análisis de la revisión bibliográfica con las teorías relacionadas al tema de estudio sirviendo como orientación para el desarrollo. También se aplicó una entrevista con un cuestionario de preguntas establecidas a cuatro expertos en materia fiscal de economía digital para el segundo y tercer objetivo. Se tuvo por objetivo general determinar la tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú y los objetivos específicos fueron comparar la tributación digital sobre las cargas impositivas en el ámbito internacional, evaluar la realidad tributaria para la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú, identificar el impacto de la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú y proponer estrategias de recaudación fiscal del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las plataformas digitales en el Perú.

Se determinó que la tributación digital genera beneficios fiscales dentro de un territorio siempre y cuando estos implementen un trato justo y equitativo dentro de sus normas para ser tratados con equidad tanto los negocios establecidos en un país como los que prestan servicios de forma remota sin presencia material.

En cuanto a los países asiáticos, europeos y latinos la gran mayoría han implementado en sus legislaciones para gravar con el IVA y renta a las empresas del exterior con un porcentaje entre el 8% al 22% dependiendo de la tasa estándar de cada país y usando las recomendaciones que propone la OCDE en el BEPS y el G20 entre otros organismos de índole internacional que realizaron diferentes estudios con el fin de proporcionar soluciones multilaterales con un consenso unificado. Al no llegarse a dicho acuerdo algunos países aplicaron reformas unilateralmente creando establecimiento permanente o una presencia digital significativa, pero esto creó conflictos con la doble o múltiple tributación.

Por lo tanto, podríamos decir que los servicios B2C, B2B y C2C si se encuentran tributando a comparación de Perú que solo grava a plataformas B2B, pero aún no se implementa en la legislación un gravamen para plataformas B2C y C2C y esto afecta de manera negativa en recaudación.

Estos hallazgos se revelan de forma concreta destacando las variables tributación digital y recaudación fiscal de plataformas electrónicas y se plasman en tablas y figuras a continuación:

4.1. Tablas, figuras

A) Comparación de la tributación digital sobre las cargas impositivas en el ámbito internacional

Para desarrollar el primer objetivo se tuvo que hacer una revisión meramente bibliográfica de diferentes fuentes verídicas, esta información que se muestra habla de los diferentes gravámenes de los países que han venido implementando el impuesto para la economía digitalizada.

Resultado del análisis de la bibliografía:

La información fue extraída de libros electrónicos, informes OCDE, revistas, diarios, artículos científicos, leyes, entre otros. La búsqueda se realizó en la base de datos de la biblioteca virtual de la UCV, Google académico, lo cual permitió sustentar con coherencia los resultados que se muestran a continuación:

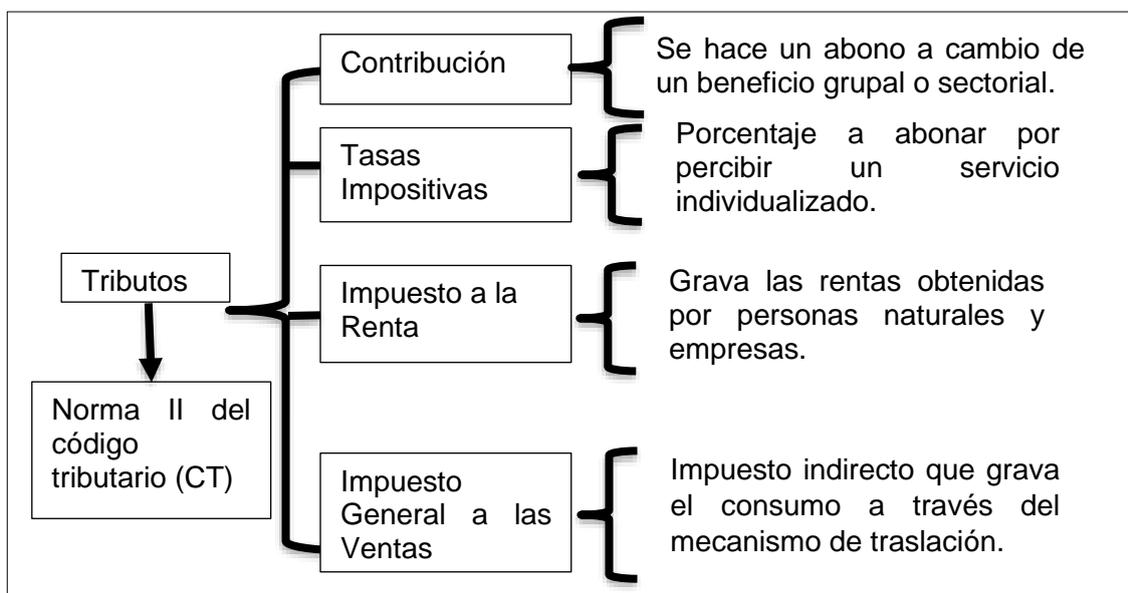
Dimensión 1: Tributos

A fin de sustentar la dimensión antes mencionada se desgregó en tipos de tributos el cual forma parte de los indicadores.

Indicadores: Contribución, Tasas impositivas, Impuesto a la renta e IGV.

Figura 1

Elementos principales de la clasificación de los impuestos



Nota: Texto Único Ordenado del Código Tributario (2013); Constitución Política del Perú (1993)

Interpretación y/o análisis.

Al analizar la figura N°1 donde describe que los tributos serán creados por los representantes de pueblo (Congreso), en el artículo 74° de la constitución política del Perú de 1993 donde establece que sólo por ley se puede crear, tachar, modificar, exonerar o salvo por delegación de facultades. En el Código tributario en su norma II especifica que los tributos son tasas, impuestos y contribuciones son de carácter coactivo que es imputado por el estado a los ciudadanos para el financiamiento de los gastos del país.

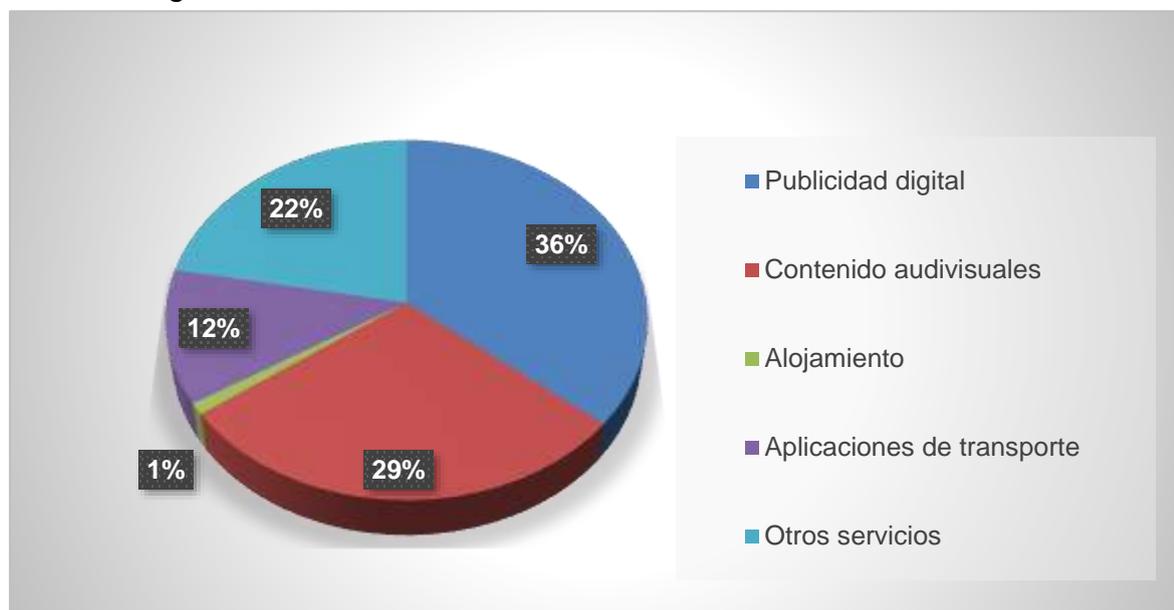
Dimensión 2: Economía digital

La dimensión estuvo conformada por los tipos de servicios o plataformas el cual forman parte de los indicadores y se muestran más adelante.

Indicadores: Plataformas de streaming, aplicaciones colaborativas, Apps de reparto

Figura 2

Promedio de la participación potencial 2018-2020 de la recaudación del IVA por servicios digitales



Nota: La figura contiene los porcentajes de participación de IVA según el tipo de servicio. Fuente: fue extraída del trabajo, "Tributación Indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina", Jiménez y Podestá, 2021, Centro Interamericano de Administración tributaria- CIAT, 47-53. (<https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>).

Interpretación y/o análisis.

La potencial recaudación de los años 2018 a 2020 proyectado por CIAT, se produjo por la venta de marketing o publicidad en los canales digitales representando un 36%; mientras un 29% formaron parte del contenido de servicio audiovisual (libros electrónicos, videos, contenido de TV, juegos en línea, películas, música, etc.). En el caso de los servicios de intermediación como taxis por aplicativo tuvo un 12% y alojamiento el 1%, estas plataformas sirven para la intermediación entre empresa y consumidor por lo cual sólo se gravará con el impuesto a las comisiones obtenidas por el cobro de estas aplicaciones, mientras que otros servicios tuvieron un 22% (apps de reparto de alimentos, comida, alacena), como se puede visualizar en la figura 2.

En el caso de nuestro país los anuncios de publicidad digital por sitios sociales como: Twitter, LinkedIn, YouTube, Google, Facebook, Mailing, se encuentran gravados siempre y cuando sean de empresa a empresa (B2B), en el caso de una persona natural consume el servicio o adquiera un bien y no está

generando rentas de tercera categoría, no se encontraría gravado por disposición del Art. 4-A del Texto Único Ordenado (TUO) del reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta (LIR), así mismo en inciso i) del artículo 9 TUO de la LIR al reglamentar un supuesto no prescrito.

Dimensión 3: Tributación digital internacional

Para defender la dimensión 3 se tuvo que desagregar en indicadores y estos indicadores están conformados por la comparación de tratamientos fiscales de diferentes países.

Indicador 1: Tratamiento fiscal en países asiáticos

Tabla 1

IVA en países asiáticos

| País | Ley | Vigencia | Servicios Gravados | Tasa | Criterios de conexión |
|---------------|----------------------------------|-----------------|--|------|--|
| Turquía | Art. (1) de la ley N°3065 y 7061 | 1 de enero 2018 | Suministro de una página web, venta de software, | 18% | • Dirección del usuario |
| India | Ley IGST | 1 de julio 2017 | actualización, alojamiento, y mantenimiento, servicios | 18% | • IP del dispositivo • Código de mercado internacional |
| Japón | Ley Núm. 9 de 2015 | 1 de enero 2015 | audiovisuales, entre otros. | 8% | • Dirección de tarjeta de débito o crédito u otro método de pago |
| Corea Del Sur | Art. 53 (2), 66 (2) del IVA | 1 de julio 2015 | | 10% | |

Nota: En la tabla se muestra los criterios de conexión que utilizaron para identificar el consumo del servicio en el territorio, la abreviatura IGST significa (Impuesto Integrado de Bienes y Servicios).

Fuente: Asamblea de Turquía (2019); LOVAT (2018).

Interpretación y/o análisis.

AL analizar la tabla 1 se puede precisar que más de la mitad del comercio en Asia forma parte de la prestación de servicios tecnológicos, por lo cual muchos países implementaron un gravamen de IVA para las empresas multinacionales (EMN), ya sea cuando los servicios cruzan fronteras o cuando los envíos fueran en

paquetes pequeños. Es caso de India, Turquía, Japón y Corea del Sur empezaron a imponer el IVA a las operaciones de servicios digitales prestados entre (B2B, C2C, B2C, entre otros), por el cual aplicaron las tasas que se muestran en la tabla 1 con sus respectivas modificaciones en sus legislaciones.

Por lo tanto, mencionan en sus leyes que se va gravar con el IVA a todo servicio remoto que suministre, almacene o actualice cualquier software mediante una página web será aplicado el impuesto y la identificación para estos servicios será mediante la tarjeta de débito o de crédito, código de marcado internacional, IP del dispositivo utilizado o cualquier otra evidencia que se pueda identificar que el servicio se consumió en el país para su imputación del impuesto, en donde las entidades retenedoras del IVA son las empresas o entidades financieras.

Indicador 2: Tratamiento impositivo países en europeos

En la tabla 2 se muestran los países europeos con sus leyes, la entrada en vigencia, los servicios que gravan con sus respectivas tasas.

Tabla 2

Tratamiento fiscal del IVA en países europeos

| País | Ley | Vigencia | Servicios Gravados | Tasa | Criterios de conexión |
|---------|---|-----------------|---|------|---|
| Francia | La ley (artículo 259 C) CTF | 1 de enero 2015 | Productos de video, audio o audiovisuales, transmisión de streaming y descarga de contenido, servicios de (Shopify, Netflix), libros electrónicos, software en la nube, sitios web, alojamiento, publicidad, entre otros. | 20% | <ul style="list-style-type: none"> • Dirección permanente del usuario • Dirección de facturación |
| España | Orden HAP / 460/2015 | 1 de enero 2015 | contenido, servicios de (Shopify, Netflix), libros electrónicos, software en la nube, sitios web, alojamiento, publicidad, entre otros. | 21% | <ul style="list-style-type: none"> • Dirección IP • Número de teléfono • La ubicación de la línea fija del cliente |
| Italia | Decreto Legislativo, n. 42, la directiva 2000/31/EC | 31 marzo 2015 | sitios web, alojamiento, publicidad, entre otros. | 22% | <ul style="list-style-type: none"> • Otra información comercialmente relevante |

Nota: Significado de las abreviaturas, Código Tributario Francés (CTF).
Fuente: Alarcón et al, (2022); Jiménez y Podestá (2021); LOVAT (2018).

Interpretación y/o análisis:

En el caso de los miembros de Unión Europea (EU) también modificaron sus leyes para empezar a gravar a los servicios provenientes de actividades que se brinden a través de la tecnología, es así que el uno de julio del 2021 se implantó nuevas reglas a comparación de la tabla 2 para el tratamiento impositivo del IVA entre B2C por ventas a distancia mediante la Directiva 2017/2455 y 2019/1995 de (UE).

Es por ello que se aplicará el impuesto donde se encuentre el usuario final y se estableció un umbral de 10,000 (€) anuales para tributar en su lugar de origen, en caso contrario de superar el monto se deben inscribir en los estados miembros (E.M), declarar y entregar el tributo o elegir el régimen de ventanilla única (OSS).

Indicador 3: Tratamiento Tributario en países Latinos.

Interpretación y/o análisis:

Al analizar la tabla 3 se pudo acotar que los países de la región latinoamericana como Colombia, Chile, México y Argentina empezaron a gravar a las operaciones de los servicios B2C, C2C con IVA mediante la implementación de regulaciones en sus leyes para hacer pagar el impuesto a estas empresas no domiciliadas.

Por lo tanto, en algunos de estos países las multinacionales (EMN) para declarar y cancelar el tributo deben de inscribirse en un registro establecido por cada país o en todo caso si la empresa no se acoge, los bancos o entidades financieras emisoras de las tarjetas débito o crédito serán las retenedoras del tributo cuando el usuario final cancele el servicio.

La recaudación en Colombia de julio a diciembre del 2018 fue 12.2 millones de dólares representando 0.004% del PBI y en el periodo 2019 obtuvieron 77.00 millones de dólares, así mismo Chile tuvo un ingreso a su fisco de junio a diciembre del 2020 de 119.6 millones dólares y junio de 2021 de 196 millones de dólares con un porcentaje de 0.04% de su PBI, igual forma en Argentina obtuvo en el periodo 2018 y 2019 de 53.0 y 79.0 millones de dólares con un peso en su PBI de 0.01% y 0.02%, por otro lado México percibió de ingresos por fuente de IVA en el 2020 de 304 millones de pesos Mexicanos. Los datos, especificaciones y explicaciones se encuentran reflejados en la siguiente tabla 3:

Tabla 3*Consolidación del IVA de países Latinoamericanos*

| País | Ley | Vigencia | Servicios gravados | Tasa | Potencial recaudación | Millones de \$ | % del PBI |
|-----------|---|--------------------|--|------|-----------------------|----------------|-----------|
| Colombia | Artículo 178, 173 de Ley 1819 de 2016; artículo 437-2 del Estatuto Tributario | 2018 | Los servicios digitales prestados desde el exterior por medio de plataformas, excluyendo los servicios de educación virtual. | 19% | Julio - Dic 2018 | 12,2 | 0,004 |
| | | | | | 2019 | 77,0 | 0.02 |
| México | Primera Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal 2020; Art. 113-A | 1 de junio de 2020 | Descarga de multimedios, los clubes en línea, las páginas de citas, los juegos de azar y la enseñanza a distancia. | 16% | 2020 | 304 | |
| | | | | | Jun - Dic 2020 | 119,6 | 0.04 |
| Chile | Ley de Modernización Tributaria N°1210/2020 | 2020 | Servicios digitales provistos por entidades extranjeras no domiciliadas en el país y consumidos en el mercado doméstico (excepto para las empresas de transporte). | 19% | Junio 2020-21 | 194 | |
| | | | | | 2018 | 53,0 | 0.01 |
| Argentina | Ley 27430 Decreto 354/2018 | 2018 | Toda transacción llevada a cabo en Internet, tratándose de servicios que por su naturaleza estén automatizados y requieran mínima intervención humana. | 21% | 2019 | 79,0 | 0.02 |

Nota: La información fue extraída de varios autores y la citación completa se encuentra en las referencias.

Fuente: Alarcón et al. (2022); Becerra et al. (2021); Gómez y Morán (2020); Quimbayo (2021).

Tabla 4

Impuesto a la renta internacional

| País | Ley | Periodo | Gravar | Umbral de ingresos | | |
|-----------|--|--------------------|--|--------------------|-------------|---|
| | | | | Tasa | Mundial (M) | Nacional (M) |
| Turquía | artículo 5 de la Ley N°7194 | marzo de 2020 | | 7.50% | 750 (€) | 3.1 (€) |
| India | | 2015 | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios publicitarios | 6% | INR 100 mil | |
| Francia | Tasa GAFA | 1 de enero de 2019 | <ul style="list-style-type: none"> • Venta de cualquier contenido de audio, visual o digital. | | 750 (€) | 250 (€) |
| España | Tasa Google | Fines del 2020 | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de pagos en sitios web de redes sociales. | 3% | 750 (€) | 3 (€) |
| Italia | Ley de Presupuesto Italiana | 2020 | <ul style="list-style-type: none"> • Intermediación en línea • Transmisión de datos | | 750 (€) | 5.5 (€) |
| Colombia | Nueva regla de "Nexo" del monto A (Pilar 1 y 2 OCDE) | | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios altamente digitalizados | 15% | 20.000€ | Obtención de al menos 1 millón de euros |
| México | Artículo 113-A IRS | | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de hospedaje | 4% | | |
| | Pilar 1 y 2 OCDE | 2023 | <ul style="list-style-type: none"> • Por entrega de bienes y prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros | 2.10% | | |
| Chile | | | <ul style="list-style-type: none"> • Enajenación de bienes y servicios | 1% | | Evaluación del monto A o B del Pilar 1 |
| Argentina | Pilar 1 y 2 OCDE | | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios digitalizados | 15% | | |

Nota: Para la realización de la tabla se utilizó varios autores y su citación completa se encuentra en referencias. GAFA siendo acrónimo de (Google, Amazon, Facebook y Apple).

Fuente: Amar y Grondona (2021); Gonzáles (2020); Harpaz (2021); Quimbayo (2021).

Interpretación y/o análisis.

El impuesto a la renta ha sido un tema de discusión y controversia ya que muchos países empezaron a imponer el impuesto de forma unilateral y no esperaron a un consenso mundial, es por ello como se muestra en la tabla 4 los países regularon a las grandes empresas imponiéndose un impuesto por las operaciones que se realizan o consumen en dicho país, encontrándose con barreras del multilateralismo de la doble tributación.

Es así por ejemplo los miembros de la UE gravan con el impuesto GAFA a las EMN que superen los umbrales prescritos por su ley. Francia por ejemplo solo tuvo el impuesto un mes, posteriormente se derogó por conflictos con Estados Unidos por amenazas del alza de los aranceles, el caso de Italia también está en evaluación para su suspensión.

Por lo tanto, al firmarse el acuerdo de octubre de 2021 donde 140 países llegaron a un consenso histórico para implementar el Pilar 1 y 2 del marco inclusivo de la OCDE y G20 para imponer un impuesto a las ganancias residuales producidas por las EMN más rentables para ser trasladadas a las jurisdicciones donde se ubiquen los usuarios y/o clientes, quedando sin efecto y/o paralización de los impuestos digitales de manera unilateral.

B) Realidad tributaria para la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú

Para abogar el segundo objetivo se dispuso hacer una entrevista y análisis de la bibliografía de los últimos siete años, sobre la fiscalidad internacional planteados por la OCDE y el entorno actual peruano con respecto a la tributación de las empresas del exterior cuando brindan servicios al usuario final residente en el país.

Resultado del análisis documental:

La información consultada para el desarrollo del objetivo fue a través de los diferentes medios confiables como Scopus, Dialnet, ProQuest, EbscoHost, Scielo, Alicia, estas fuentes se encontraron en la biblioteca de la casa de estudio. Así mismo se utilizó los informes de los organismos internacionales, leyes y

modificaciones de los diferentes países que ya han imputado un impuesto a la economía tecnológica, el cual se plasmó de la siguiente forma:

Dimensión 1: Fiscalidad global

En cuanto a la dimensión 1 fiscalidad global para sustentarlo se desarrolló cuatro indicadores que muestran las directrices de como gravar a los negocios multinacionales.

Indicador: Lineamientos Planteados por la OCDE

Figura 3

Fiscalidad global Pilar I y II implementado por la OCDE y G20



Fuente: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2021).

Interpretación y/o análisis.

Al observar la figura 3, se puede mencionar que en el “Pilar I” describe las normas de atribución de beneficios y un nuevo nexo para garantizar la distribución de ganancias más justas entre los países que cuenten con derechos impositivos. El ámbito de aplicación para las (EMN) es cuando el volumen global de sus negocios es superior a 20.000 millones de euros con una rentabilidad del 10% con beneficios antes de impuestos e ingresos, el cual será calculado a través de un mecanismo de promedio, estando previsto una revisión después de siete años de su entrada en vigor y que su implementación tenga éxito para que se pueda reducir a 10,000 millones de euros.

Por lo cual el 25% de los beneficios residuales que obtengan las EMN se asignará a los países donde se ubiquen los usuarios y clientes sin importar la presencia física, con esta medida se espera que los derechos fiscales superen los más de 125,000 millones de dólares en ganancias y se asignen anualmente a los países donde operan estas empresas.

Así mismo una nueva regla de carácter especial para la atribución del monto A, siendo el monto A un porcentaje residual de la utilidad de las EMN que se asignará a la jurisdicción de mercado y se obtenga al menos un millón de euros de ingresos en dicha jurisdicción. También para las jurisdicciones más pequeñas se fijará un nexo de 250,000 euros con un PBI inferior a 40,000 millones de euros. En cuanto al importe B se simplificará y/o agilizará su aplicación del principio de plena competencia tomando en consideración las necesidades de los países de menor capacidad.

De igual forma en el Pilar II (busca un mecanismo global contra la erosión de la base imponible), tiene una propuesta del 15% (Impuesto mínimo global), a las multinacionales que tengan ingresos de más de 750 millones de euros, también se exigirá que todas las jurisdicciones que apliquen el impuesto a la sociedad menor a un 9% sobre intereses y apliquen la regla de sujeción al impuesto en sus convenios. Por otro lado, en ambos pilares se debe tener en cuenta la distribución de mercado y los umbrales de ingresos que se determinan de acuerdo a cada país.

Tabla 5*Países que implementaron Establecimiento Permanente*

| Fuente | Indicadores | Concepto | Países que han implementado |
|------------------------|---------------------------------|---|-----------------------------------|
| Barreix et al. (2022). | Establecimiento permanente (EP) | Hace referencia al lugar fijo del Domicilio legal comercial que incluye, sucursales, oficinas, fábricas, depósitos y otras instalaciones que permita desarrollar una actividad económica, ya sea de forma parcial o totalmente. | Israel, India, Indonesia, Nigeria |
| Jiménez (2022) | Presencia digital significativa | Se basará en un análisis funcional teniendo en cuenta las actividades significativas llevadas a través de un interfaz digital. | |

Nota: En la tabla se muestran medidas para gravar a la economía digital, basado en las investigaciones.

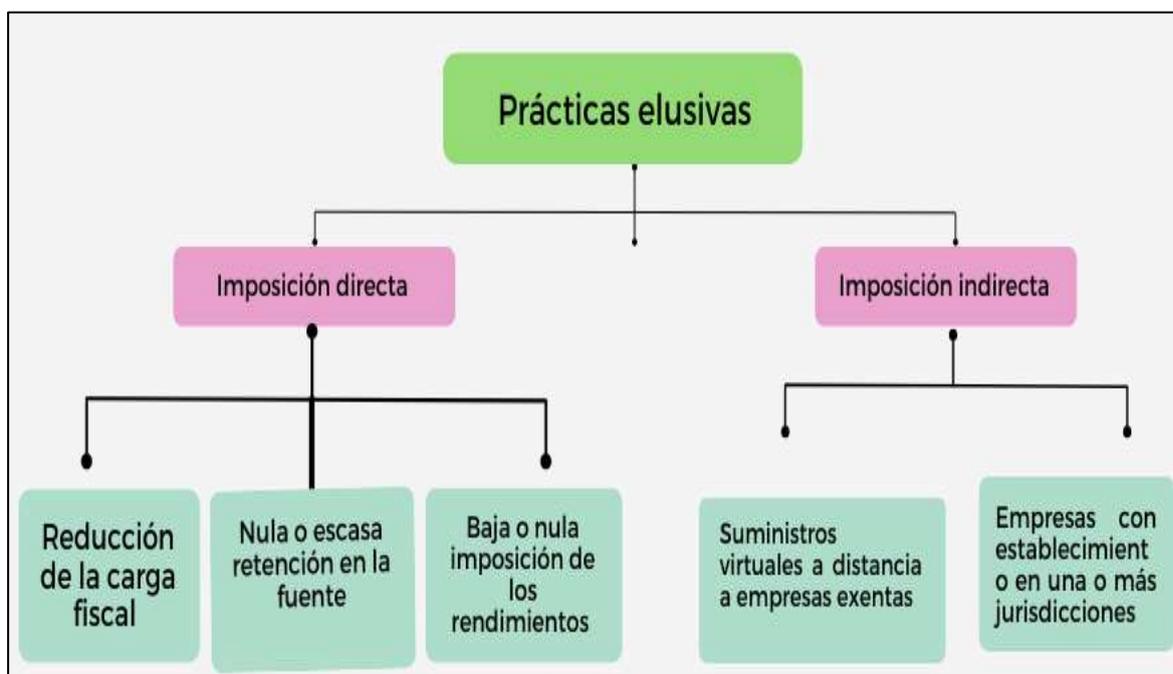
Interpretación y/o análisis.

Los países a partir del 2015 después de la pronunciación sobre el plan BEPS tomaron medidas de forma unilateral donde empezaron a gravar a los servicios digitales con EP ya sea una filial, almacén o alguna presencia física significativa. Al no tener efecto ninguno de los principios en la que se ha fundado la tributación, algunos países optaron por atribuir una presencia digital significativa para grabar a las multinacionales (EMN), mediante los elementos intangibles con un interfaz digital que cumplan algunas condiciones como por ejemplo que los ingresos obtenidos sean superiores a 7 millones de euros, que más de 100,000 usuarios en un periodo fiscal de los estados miembros. Por lo cual va permitir imputar un gravamen a las firmas del exterior que no tengan una presencia física en el territorio con el impuesto.

Indicador: Prácticas elusivas.

Figura 4

Prácticas artificiosas utilizadas por las EMN



Fuente: Faúndez et al. (2021)

Interpretación y/o análisis.

En la economía digital los típicos elementos de prácticas elusivas del PEPS como se muestran en el cuadro, en la imposición directa e indirecta que las EMN adoptan mecanismos de planificación tributaria agresiva mediante el traslado de una parte o el total de los beneficios obtenidos para colocarlos en los territorios de nula o baja imposición.

Una práctica elusiva es cuando existe una reducción de la carga fiscal en el estado de la fuente, traslado de los beneficios, nula o escasa retención en la fuente, la baja o la no imposición de los rendimientos tributarios a nivel de la matriz de las EMN. Es fundamental contrarrestar la elusión fiscal mediante la interacción de las normas internacionales y estatales para evitar daños reputacionales.

Dimensión 2: Legislación fiscal peruana

Se llevó a cabo la indagación de diferentes fuentes de la normativa actual para sustentar la dimensión mencionada y se expresaron en los indicadores para un mayor entendimiento del tema.

Indicador: Elementos del tributo digital

Tabla 6

Elementos esenciales para el nacimiento del tributo

| Elementos del tributo | Determinación | Fuente |
|-------------------------|---|-----------------------------|
| El hecho imponible (HI) | Nacimiento de la obligación tributaria | |
| La base imponible (BI) | Suma (Σ) de la cuantificación del HI | |
| La base descontada (BD) | BI (-) Reducciones | |
| Tipo impositivo (TI) | Es un coeficiente, porcentaje o cifra | Ley Española 58/2003 (2003) |
| La cuota íntegra (CI) | Base Descontada (BD) * TI | |
| La cuota líquida (CL) | Cuota íntegra (CI) - deducciones | |
| Cuota diferencial | Cuota Líquida - pagos a cuenta; < 0 a devolver, > 0 a pagar | |

Nota: La tabla muestra diferentes componentes de la obligación tributaria.

Análisis e interpretación.

Los tributos son obligaciones de contenido económico y establecidos por la ley, donde el estado u otro organismo público (sujeto activo) quien es el titular del crédito tributario y está dotado con las funciones administrativas y es quien se va a convertir en el acreedor del sujeto pasivo. Es por ello que el hecho imponible, es el presupuesto o acto de hecho fijado por ley, por lo cual la realización va a generar el nacimiento de la obligación fiscal.

Las obligaciones formales como la declaración donde se comunica la realización del hecho imponible (HI) a la Administración pública para su posterior liquidación o autoliquidación por el contribuyente. En cuanto a la cuantificación del HI se conoce como la Base Imponible (BI) sobre ella se aplican algunas reducciones si fuera el caso; eso da lugar a una Base Liquidable (BL).

Posteriormente se ingresa el tipo de gravamen y se obtiene la cuota íntegra, es lo que se debería de pagar a priori; a partir de aquí se obtiene la Cuota Diferencial (CD) si se ha hecho distintas cancelaciones de anticipos a cuenta de impuestos

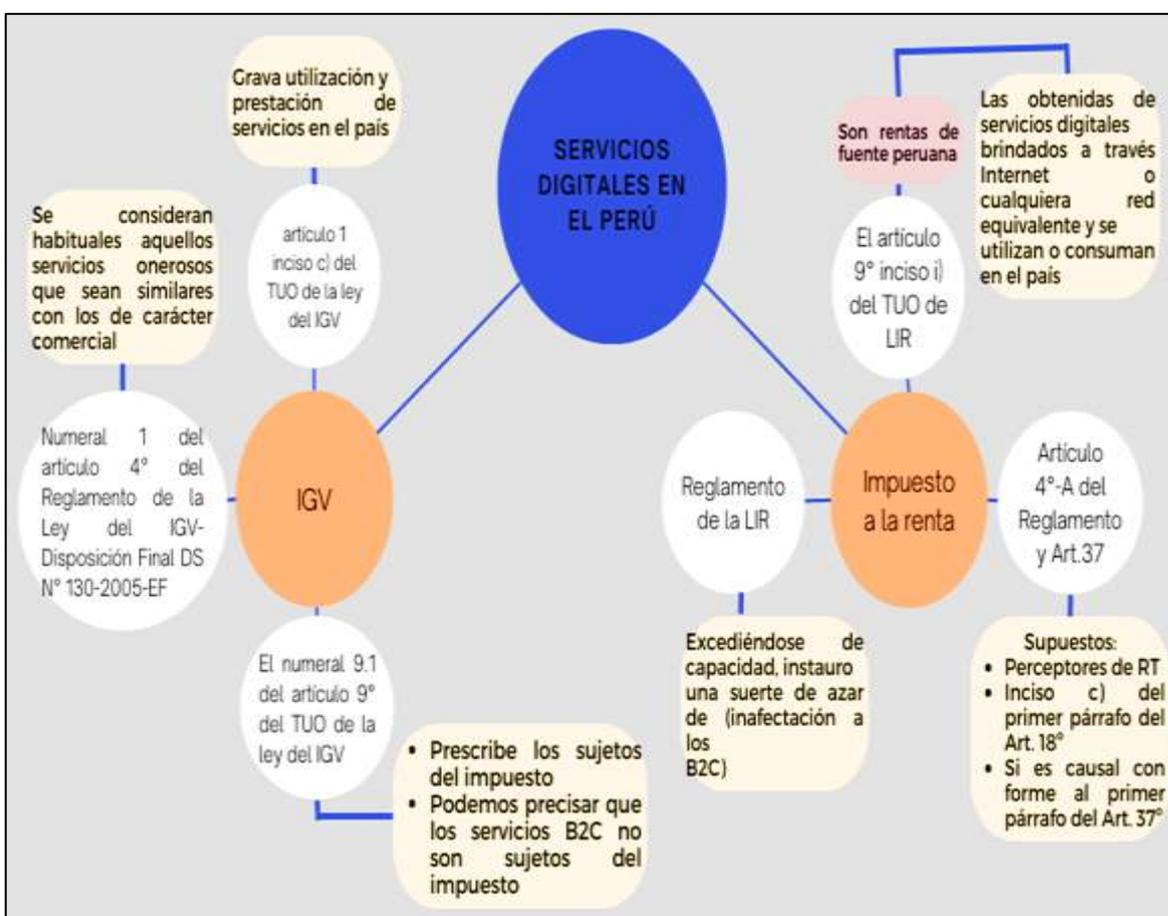
(pagos fraccionados, retenciones en la cuenta), también deben ingresar los intereses, recargos si fuera el caso y finalmente la deuda, puede ser negativo sin ingreso, positiva a ingresar o compensar, como se muestra en la tabla.

Indicadores: Tratamiento fiscal B2B y B2C

Para demostrar el indicador se tuvo conveniente indagar en la ley del impuesto a la renta e IGV, sus reglamentos, el código tributario del Perú y otras normas complementarias que se muestran de la figura 5:

Figura 5

Realidad tributaria de los servicios digitales en el Perú



Nota: Alarcón et al. (2022); Constitución política del Perú (1993); Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta (1994); Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1994); Texto Único Ordenado de La Ley del Impuesto a la Renta. (2004); Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (1999); Texto Único Ordenado del Código Tributario (2013).

Interpretación y/o análisis.

En el cuadro plasmado se puede acotar que de acuerdo a la norma suprema en el Art. 74° describe que solo por una ley o Decreto Legislativo (por medio delegación de facultades conforme al Art. 104 de la constitución) se puede dar una exoneración a los tributos de la (Norma II del Título Preliminar del Código Tributario). Por ende, la norma constitucional con su mandato imperativo, se explaya a los impuestos y un reglamento no tiene sustento legal ni la capacidad de brindar o establecer una inafectación a un servicio que se ubica en el ámbito de aplicación del IR y IGV, por una norma con mandato de rango de ley. En el inciso b) de la (Norma IV del Título Preliminar Código Tributario) menciona que sólo por ley se concederán beneficios tributarios y exoneraciones.

En el inciso i) del Art. 9° del TUO de la LIR expresa los siguiente:

Cualquiera sea el domicilio o la nacionalidad de los participantes que intervienen en las operaciones y cumplimiento de los contratos o el sitio de celebración son rentas de fuente nacional:

Las que provienen de los servicios virtuales o digitales que son ofrecidos a través de una red de internet o cualquier adaptación que preste servicios equivalentes y sean consumidos o se utilice económicamente en Perú.

Así mismo, en el inciso b) del Art. 1° del TUO de la ley del IGV refiere que se grava a la utilización o prestación de servicios en el país.

No obstante, la LIR en su reglamento, excediéndose de sus facultades, plasmó una suerte de inafectación a los servicios digitales consumidos o usados por un consumidor final al establecer en el Art. 4°-A lo siguiente:

Los supuestos para gravar al servicio digital, cuando sea necesario para el desarrollo de la actividad económica del contribuyente receptor de rentas de tercera categoría o para fines que menciona el inciso c) del Art. 18° inafecto al impuesto de una persona jurídica, con el fin de generar ingresos gravados y se considera como gasto o costo conforme al primer párrafo del Art. 37°.

Por lo tanto, en el país conforme al reglamento del artículo 4-A del TUO de la LIR, los servicios ofrecidos, prestados o proporcionados por un no residente o no

domiciliado a un usuario final (B2C), no va a generar renta de fuente peruana, al no encontrarse afecto al impuesto a la renta y de la misma forma no se encuentran gravados con el IGV.

En el numeral 9.1 del Art. 9° TULO del IGV hace de conocimiento que tiene calidad de contribuyente o es sujeto del impuesto, personas jurídicas, sociedades conyugales, personas naturales, entre otras. Cuando realicen ventas en Perú de bienes afectos por un no residente en cualquier etapa de traslación, utilización de servicios brindados por un no domiciliado, importación de bienes, entre otros.

En el artículo 9° en su numeral 9.2 de la ley del IGV describe que, tratándose de personas jurídicas y personas naturales, que no desarrollan actividad empresarial, se considerará sujetos del impuesto siempre y cuando sea de forma habitual las operaciones y estén comprendidas en el alcance de la norma. Así mismo, en la ley del IGV en el Art. 4° numeral 1 primer párrafo prescribe que, se consideran habitual a los servicios onerosos que sean de carácter comercial y también conforme a la Primera Disposición Final del DS N°130-2005-EF en su inciso d) menciona que los servicios corresponden tanto a la utilización o prestación.

Resultado de la entrevista:

Se realizaron entrevistas a 4 expertos el cual estuvo conformado por: Mag. Ramos Ángeles, Jesús A, quien es jefe del área tributaria de Thorne, Echeandía & Lema Abogados, KPMG, asesor y experto en tributación de negocios digitales, con posgrado en la Universidad de Chile, autor de más de 50 artículos y expositor en más de 70 conferencias, entre otros.

Así mismo se realizó la entrevista al Mag. José Luis quien es funcionario de la Sunat de la ciudad Trujillo y asesor tributario.

Así también al C.P.C Quiroz Guerrero James quien es asesor tributario, cuenta con diplomado en tributación.

Por último, al Mag. Mendoza Ruggel Hector quien es funcionario de la Sunat, docente y asesor tributario.

Los expertos brindaron información relevante, coherente acerca de la variable de estudio, recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú,

cuyos resultados se muestran de forma consolidada por cada pregunta a continuación:

Dimensión 1: Fiscalidad global

En cuanto a la dimensión de la variable, se consideró conveniente desglosarlo para dar respuesta de manera más precisa mediante los indicadores.

Indicador N°1: Lineamientos Planteados por la OCDE

Para dar respuesta al indicador se realizó una entrevista a los expertos para luego ser analizado y ser plasmado de forma resumida, el cual se muestra a continuación:

Tabla 7

Interrogante sobre Lineamientos Planteados por la OCDE

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|--|---|
| La OCDE y G20 han propuesto medidas en el pilar 1 y 2 de forma multilateral bajo un “Nexo” donde se asignará un porcentaje de la utilidad en base a la jurisdicción de mercado. ¿El Perú estaría en condiciones de modificar la legislación interna para acogerse al enfoque de los dos pilares? Sustente su respuesta | Para gravar a los impuestos se tiene que cambiar la forma de gravar, ya que se rompen los principios de la tributación que tiene más de 100 años gravando las operaciones internacionales, como, por ejemplo: gravar en la residencia, con establecimiento permanente, precios de transferencia, los cuales ya no sirven en la nueva economía digital porque estas plataformas tienen una base altamente erosionable. |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y/o análisis.

Los cuatro expertos entrevistados coinciden que el Perú debe implementar estos pilares a fin de cumplir con el acuerdo firmado en Julio del 2021 por más de 130 países. En donde se mostró al mundo que se llegó a un acuerdo final tras un arduo trabajo de la OCDE, G20 y G7 para enfrentar los retos y/o desafíos que plantea la economía digital, porque es transversal, con carácter multifacético, son economías de escala, fácilmente expandibles, gran importancia de elementos intangibles, una mayor participación de los usuarios y los datos, un gran flujo de

capital internacional, el cual se propone su aplicación a partir del año 2023.

Es por ello, que esta solución tuvo un enfoque unificado en los dos pilares:

El primer Pilar: dado por un nuevo “Nexo” llamado “Jurisdicción de mercado” tomando en cuenta la presencia digital significativa o económica significativa, teniendo en cuenta los ingresos que provienen de un país, pero también el número de activos intangibles, el marketing digital de un país, participación de usuarios en un país, los datos, etc. Ese número representa qué países tienen derecho a gravar una porción de la renta de esa compañía digital tecnológica.

En cuanto al Pilar dos, viene a ser la regla anti elusiva, el cual hace que el pilar uno se cumpla, busca reconducir esa renta que no van a ser gravada en el pilar uno a la jurisdicción de la residencia.

Indicador: Establecimiento permanente

En la tabla 8 se plasmó la pregunta con la respectiva respuesta resumida de los cuatro entrevistados, el cual muestra que el establecimiento permanente (EP) en la economía digital no es relevante porque los negocios son altamente tecnológicos.

Tabla 8

Fiscalización del establecimiento permanente (EP)

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|---|---|
| ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? | La fiscalización es sumamente complicada para la tributación basada en lo material, aún más complejo va ser fiscalizar algo inmaterial netamente intangible que se encuentra en la nube, en el aire. Así mismo el camino es engorroso para el cumplimiento del pilar uno y dos. |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y/o análisis.

Al analizar tabla 8 se detalló que la economía digital se ha vuelto transversal, ya no solo a un grupo de empresas tecnológicas, si a todas las empresas sean o no sean tecnológicas. El problema tributario es que sus características de los negocios digitales son altamente desmaterializados.

Por lo cual, al gravar en la residencia, precios de transferencia o EP no es factible puesto que una compañía digital se puede mudar, trasladar, crear una compañía nueva y ubicarse donde más le convenga, esto permite atrapar una jurisdicción que más lo beneficie, como por ejemplo los paraísos fiscales de Irlanda, Luxemburgo, que son países con beneficios fiscales y eso no solo pasa con renta si no también con el IGV. Por lo tanto, fiscalizar algo que se encuentra en el espacio, internet va ser un gran desafío en determinar los criterios de conexión.

Indicador: Presencia digital

En una economía globalizada es sumamente difícil identificar donde se consume o se usa un servicio prestado por las empresas multinacionales. Es por ello que se realizó una interrogante a los entrevistados para sustentar el indicador:

Tabla 9

Presencia digital significativa de las plataformas digitales

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|---|--|
| <p>¿El Perú debería de regular el IGV sobre las plataformas digitales mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países vecinos? Sustente su respuesta</p> | <p>Sí debería de empezar a implementar las normas alineándose con las reglas planteadas por la OCDE, ya que el IGV lo tributan las empresas y se paga por el consumo dentro del país, los consumos que se verifican fuera del país no deben tributar, pero la economía digital es más difícil ubicarlo, porque rompe la lógica del IVA. Cuando un proveedor no domiciliado presta servicios del exterior y se utiliza en el país, el consumo de este servicio paga IGV en cabeza de quien lo consume o sea la empresa.</p> |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y/o análisis.

En la tabla 9 se detalló que el IGV debe de gravarse por el principio de territorialidad, imposición en el país de destino, consumo o principio de empresariedad sin importar que la empresa esté o no ubicada en el territorio, sino más bien donde se situó el usuario final, pero las leyes peruanas han dejado fuera del alcance a estas plataformas cuando son servicios B2C o C2C.

Se debe de tomar de referencia a los lineamientos de la OCDE y los países que ya han aplicado el impuesto. La legislación debe de realizarse con anticipación para ser difundida mostrándose de forma clara, entendible y precisa para que los involucrados puedan acogerse y aplicar correctamente la norma y pueda ser considerado como servicio consumido dentro del Perú.

Indicador: Prácticas elusivas

Para dar sustento al indicador se tuvo que enfocar una pregunta a los profesionales con respecto a las prácticas elusivas derivado de las plataformas B2B, B2C, el cual se muestra a continuación:

Tabla 10

Prácticas elusivas procedentes de las operaciones B2B y C2C

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|---|---|
| ¿Cuáles son las prácticas elusivas del IGV procedente de la economía digital B2B y B2C? | Algunas son elusivas y otras no son elusivas porque simplemente no están gravadas porque la ley en el Perú no lo estableció así debido a que los consumidores son personas naturales que no están dentro de la aplicación del impuesto. Por lo tanto, es una inafectación más que elusión, es decir no estamos eludiendo un impuesto, es que no está gravado. |

Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación.

Como se apreció en la tabla 10 los profesionales mencionaron que los

servicios prestados por una empresa no domiciliada en el territorio a una empresa establecida en el país están gravados con el impuesto y en quien recae o tiene la obligación de retener y/o cancelar al fisco es la empresa quien obtiene el servicio, beneficio que posteriormente lo utilizará a su favor.

Por lo tanto, una elusión si podría haber, pero implicaría que algo esté gravado en la norma lleva a cabo prácticas artificiosas, impropias para dejar de pagar o reducir la carga impositiva es decir buscar un camino indirecto para conseguir el mismo resultado con menor carga tributaria. En caso de B2C, C2C al no estar normado en la ley no existe ninguna práctica artificiosa o elusiva, más bien vendría a ser una inafectación.

Dimensión 2: Legislación fiscal peruana

Para mayor comprensión de la dimensión se tuvo que desagregar en tres indicadores relacionados a la misma.

Indicador: Elementos del tributo digital

En el indicador se muestran los resultados de la entrevista, en donde se expresa algunos elementos del tributo.

Tabla 11

Sujetos retenedores del IGV

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|---|---|
| En el año 2019 la SUNAT presentó una propuesta al MEF con el fin de recaudar el IGV de las plataformas digitales consumidas por personas sin negocio. Luego en el año 2020 mediante el proyecto Ley N°6181-2020-CR, este proyecto de ley estipula los mecanismos de una retención mediante tarjetas de crédito y débito, ¿Cuál cree que serían las ventajas y desventajas que sean las entidades financieras las encargadas de retener y entregar el dinero al fisco? | <p>Son entidades muy grandes, fáciles de implementar para que estas hagan la retención por la transacción realizada en donde existiría un mayor control y veracidad con los importes.</p> <p>La desventaja sería que el contribuyente no está acostumbrado a pagar el tributo por la transacción realizada dónde lleva a la informalidad del mismo y existiendo evasión tributaria.</p> |

Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación.

Los elementos primordiales al establecerse un impuesto son el sujeto activo, sujeto pasivo, hecho generador, base imponible, tarifa. Por lo tanto, como se mostró en la tabla 11 el sujeto pasivo de derecho del impuesto es quien recauda, debe desempeñar las obligaciones que le impone el estado o la ley y debe presentar, declarar y pagar el tributo, en caso de no cumplir con lo establecido incurrirá en sanciones.

Las entidades financieras pasarían a tomar el lugar de sujeto pasivo de derecho para retener al sujeto pasivo económico mediante las tarjetas de débito y/o crédito al momento de cancelación del servicio siendo la medida más factible para Perú ya que serían las intermediarias del recojo del dinero y luego sea cancelado al estado.

Indicador: Tratamiento Fiscal B2B, B2C y C2C

Para abogar a los indicadores anteriormente mencionados se procedió a formular preguntas encaminadas al soporte de los indicadores, para ello se expresan a continuación:

Tabla 12

Consumo de las plataformas digitales

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|--|--|
| ¿Cuál sería el impacto del traslado del IGV para el consumidor final del comercio digital? | Con la experiencia de otros países es que la plataforma no mueva sus precios y le ponga incluido IGV al pago del servicio. La segunda opción es que la plataforma diga que se va colocar al precio el 18% por ciento más, encareciendo el precio. |

Fuente: Elaboración por el autor

Tabla 13

Servicios digitales prestados a consumidores finales (B2C)

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|--|---|
| ¿Qué opina que en Perú no se grave con el IGV a las operaciones procedentes de las plataformas digitales B2C? | Se debería modificar la ley, pero es un poco complicado de hacer, debido a que este no afecta a la plataforma sino más bien al consumidor final quien paga el IGV en el precio. |
| Tomando en cuenta la expansión de las plataformas streaming, ¿Considera usted que al implementar una reforma en la Ley de IGV para B2C, el Perú obtenga más recursos fiscales a comparación del costo de implementación? Sustente su respuesta | El IVA dice que debe gravarse en el territorio por el principio de territorialidad que es físico, material, presencial y en la economía digital todo es inmaterial por lo tanto hay que replantear los conceptos como por ejemplo cambiar el hecho imponible y así el país obtenga más ingresos fiscales. En cuanto al costo no es relevante a comparación de los diferentes estudios que muestran que Perú está dejando de recaudar grandes sumas de dinero. |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y/o análisis.

Se mostró en la tabla 12 y 13 que los servicios en formato B2B está regulado en las normas, leyes y reglamentos.

Mientras que para C2C y B2C el sistema legal está estancado, las multinacionales no domiciliadas (constituidas en el exterior) que prestan y/o brindan servicios tecnológicos de manera concurrente a personas naturales a través de estas webs como Airbnb, Spotify, Amazon, Uber, Globo, entre otras, no son gravadas en el Perú debido a la carencia de un marco legal que incorpore una imposición a las ganancias o ingresos.

Se debe regular la ley del IGV y código tributario, especificando el nacimiento del tributo, los criterios de conexión, los sujetos retenedores para B2C y C2C para

que puedan ser gravados y exista un trato justo con las empresas formales domiciliadas en el país.

Por lo tanto, al modificarse alguna ley para hacer la retención del IGV, causaría que los precios tengan ligeras alzas, se podría pensar que se perdería demanda, pero no es así, ya que los estudios económicos muestran que no va perder ni una demanda porque la demanda digital es inelástica.

C) Impacto de la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú

Para sustentar el objetivo se tuvo conveniente plasmar cuanto se dejó de recaudar en base al impuesto indirecto en el Perú, por lo tanto, las autoridades deben de ejecutar las propuestas que se han presentado a lo largo de los últimos años por los entes correspondientes a fin de obtener más ingresos para afrontar los gastos públicos.

Tabla 14

Estimación de ventas de las principales empresas en Perú 2018 al 2020

| Fuente | Periodos | | | |
|---------------------------|--------------------------|-------|-------|--------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | |
| | Ventas (Millones de USD) | | | |
| | Apple | 67.1 | 86.0 | 101.1 |
| | Spotify | 28.7 | 34.1 | 35.3 |
| Jiménez y Podestá (2021). | Netflix | 92.7 | 120.0 | 141.8 |
| | Amazon | 39.3 | 54.5 | 71.1 |
| | Google | 243.2 | 296.4 | 316.7 |
| | Uber | 85.2 | 85.8 | 67.6 |
| | Airbnb | 9.5 | 12.4 | 7.4 |
| | Total | 565.7 | 689.2 | 741.00 |

Nota: En la tabla se muestra las ventas potenciales de las empresas del exterior que brindan servicios en Perú.

Tabla 15*Potencial recaudación del IGV proveniente de servicios digitales en Perú*

| | Periodos | | | PBI (%) | | | Fuente |
|--|----------|-------|--------|---------|-------|-------|---------------------------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| Recaudación aproximada (Millones de USD) | | | | | | | |
| Apple | 10.23 | 13.11 | 15.43 | 0.005 | 0.006 | 0.008 | Jiménez y Podestá (2021). |
| Spotify | 4.38 | 5.2 | 5.39 | 0.002 | 0.002 | 0.003 | |
| Netflix | 14.15 | 18.3 | 21.63 | 0.005 | 0.006 | 0.008 | |
| Amazon | 6 | 8.31 | 10.85 | 0.003 | 0.004 | 0.006 | |
| Google | 37.09 | 45.22 | 48.3 | 0.016 | 0.02 | 0.025 | |
| Uber | 13 | 13.09 | 10.31 | 0.006 | 0.006 | 0.005 | |
| Airbnb | 1.46 | 1.89 | 1.12 | 0.001 | 0.001 | 0.001 | |
| Total | 86.3 | 105.1 | 113.03 | 0.038 | 0.045 | 0.056 | |

Nota: La tabla contiene la potencial pérdida de ingresos tributarios para Perú.

Interpretación y/o análisis.

En los últimos años la digitalización ha permitido que muchos servicios streaming, video, música, delivery entre otros han ido creciendo exponencialmente en el Perú, ya que tan solo en este año 2022 creció un 80% convirtiéndolo actualmente en el 6to país con mayores ventas online. Las ventas a través de una aplicación o web resultan más factibles para los peruanos demostrándose que de cada cinco personas cuatro compran online al menos una vez a la semana lo cual representa un 52%.

El Perú ha dejado de recaudar aproximadamente 86, 105 y 113 millones de dólares anuales entre los periodos del 2018 a 2020 como se muestra en la tabla 15, viniendo a ser un impacto negativo ya que se pierde millones de dólares para los ingresos fiscales por no tener definido este impuesto dejando rienda suelta a las empresas extranjeras y dejando en desventaja a las empresas domiciliadas dado que, una empresa situada en el país el costo de sus servicios incluye el 18% de la tasa indirecta a comparación de las que no están en territorio nacional.

Hay propuestas dadas por diferentes proyectos como el proyecto ley N.º 2526 y el 6181 que buscan no solo lograr cobrar el impuesto sino también que no

suba el precio del mismo a los consumidores finales, puesto que algunas plataformas como Netflix incluye el valor agregado en sus tarifas mensuales según sus políticas, puesto que no se tendría que aumentar el precio si es que se llegará a cobrar este impuesto a las plataformas digitales.

Resultado de la entrevista: Se tuvo conveniente desarrollar una pregunta a los cuatro profesionales para poder complementar el objetivo y el cual se muestra a continuación:

Tabla 16

Resultado de la entrevista

| Interrogante | Respuesta consolidada |
|---|---|
| <p>¿Según su conocimiento y experiencia que propondría para hacer que en el Perú empiece a gravar las operaciones de servicios digitales con el Impuesto general a las ventas prestados entre (B2C, C2C)?</p> | <p>Las opiniones fueron divididas y mencionaron que no se deberían gravar por ahora si no se tiene un buen componente técnico.</p> <p>Pero si tuviera que gravarse la propuesta principal sería modificar el hecho imponible como lo plantean algunos proyectos de ley presentados.</p> |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y/o análisis.

La opinión dada por los profesionales tal y como se proporciona en la tabla 16 es que se debería tener criterio de aplicación o identificarse de manera correcta el nacimiento del tributo para que se pueda aplicar una tasa impositiva a todas estas empresas y no solo a una o dos porque si no, no tendría sentido.

La SUNAT hasta la fecha no cuenta con mecanismos para poder efectuar tal recaudación indirecta correspondiente al IGV, y tampoco aprueba ningún proyecto de ley propuesto hasta la fecha. El Perú debería tomar todos los lineamientos propuestos por la OCDE, CEPAL, PLAN BEPS e implementar y corregir leyes, teniendo en cuenta al marco normativo para tales efectos de modificaciones como:

el texto único ordenado del código tributario y el texto único ordenado de la ley del impuesto general a las ventas.

D) Propuesta de estrategias de recaudación fiscal del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las plataformas digitales en el Perú.

En el Perú se estimó que 9.1 millones representado por un 54% de la población se conectan a internet más de 7 veces a la semana, las actividades en el uso del internet se centran en la búsqueda de información, chatear, redes sociales, noticias y escuchar música. En el caso de uso de plataformas de video el 94% lo hacen a través de YouTube, Netflix, Facebook; el 90% que se inclina por el streaming de música suelen utilizar YouTube y/o Spotify, siendo YouTube la plataforma favorita entre estas dos categorías ya que ofrece ambas.

De cada cinco personas, tres hacen sus compras por internet, se enteran de promociones, campañas, tiendas o marcas trayendo una actitud positiva para estos consumidores ya que no tienen que hacer colas ni ir al lugar de venta. En cuanto a la bancarización los canales más utilizados son los cajeros automáticos, bancas móviles y banca por internet.

1.1. Objetivos de la Propuesta

Objetivo general de la propuesta:

La propuesta tuvo por objetivo principal proponer estrategias de recaudación fiscal del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las plataformas digitales cuando se preste entre (B2C y C2C) en el Perú.

Objetivos específicos:

- Identificar el hecho imponible de la obligación tributaria del IGV de plataformas digitales prestados entre B2C y C2C
- Determinar los criterios de presunción para el lugar de consumo del IGV prestados entre B2C y C2C
- Escoger los mecanismos de retención del IGV cuando el servicio es brindado por B2C y C2C

1.2. Desarrollo de la propuesta

Objetivo específico 1. Hecho imponible de la obligación tributaria del IGV de plataformas digitales prestados entre B2C y C2C.

Tabla 17

Definición de servicios digitales para gravar con el IGV

| Regla general (OCDE) | Servicios gravados en Perú |
|--|--|
| Grava al Comercio Internacional de intangibles y servicios suministrados de empresa a empresa. Los derechos fiscales de dichos servicios, es la jurisdicción donde se ubica el consumidor final. | <ul style="list-style-type: none">• Entrega o suministro de contenido de entretenimiento tecnológico como: música, videos, juegos u otros similares mediante la descarga, streaming u otros análogos.• La puesta a disposición de almacenamiento, software, plataformas o infraestructura informática.• Suministro de servicio de publicidad online.• Intermediación de servicios brindados en Perú, cualquiera sea su naturaleza.• Otros servicios electrónicos o digitales con destino a consumidores ubicados en el Perú. |

Nota: La tabla muestra algunos servicios para ser gravado con el IGV.

Fuente: OCDE/GBM/CIAT/BID (2021).

Por lo tanto, al contar con una definición para gravar a los servicios digitales con el IGV como se tiene para renta en el artículo 4^a-A del inciso b) del reglamento de la LIR se puede decir que:

El nacimiento de la obligación tributaria se origina por: el aprovechamiento de servicios provistos o contratados a través de plataformas digitales, prestados por empresas y/o proveedores no domiciliados y que serán consumidos o utilizados por personas naturales y jurídicas, en la fecha en la cual se ejecuten los cargos respectivos a la suscripción mediante cualquier medio de pago.

Así mismo son sujetos del tributo en calidad de contribuyentes, las personas naturales y jurídicas cuando sean usuarios de servicios tecnológicos y paguen una

suscripción anual, mensual u otra periodicidad.

Por ende, Perú al incorporar una modificatoria en el artículo 4 y 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto selectivo al consumo (ISC) aprobado por D.S N°055-99-EF va empezar a gravar los servicios provenientes de B2C y C2C.

Objetivo específico 2. Criterios de presunción para el lugar de consumo del IGV prestados entre B2C y C2C.

Tabla 18

Mecanismos de geolocalización para identificar el consumo del servicio en Perú

| Fuente | Criterios del lugar de consumo |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• La dirección y jurisdicción de facturación del usuario este ubicado en territorio peruano. |
| Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (OCDE, 2021) | <ul style="list-style-type: none">• Los datos bancarios del usuario, información de la tarjeta de crédito o débito, como el lugar de la cuenta que es utilizada para la cancelación o la dirección del consumidor que cuente el banco este ubicada en Perú. |
| Jiménez y Podestá (2021) | <ul style="list-style-type: none">• El número telefónico de contacto del cliente sea del Perú.• Lugar fijo del celular o teléfono del usuario a través del cual se brinde el servicio se ubique en el territorio peruano.• El IP del dispositivo usado para realizar la compra o descarga del contenido en línea se ubique en el Perú.• Código Móvil del Perú de la tarjeta SIM (utilizada cuando un cliente efectúa pedidos mediante el teléfono móvil).• El historial comercial del usuario domiciliado en el Perú. |

Nota: Se adaptó los mecanismos de geolocalización para Perú tomando en consideración las recomendaciones de los estudios de los autores.

Se presume que el servicio o el producto ha sido usado o consumido en el territorio peruano cuando ocurra uno o dos de los supuestos de la tabla 18, al ser el caso de identificarse la localización se imputará el IGV a los servicios digitales para ser gravados.

Objetivo específico 3. Mecanismos de retención para el IGV cuando el servicio es brindado por B2C y C2C.

En la normativa peruana del D.L N.º816 que aprueba el Código Tributario (CT), debe de modificarse el artículo 10 y hacer una inserción donde se mencione que deben de considerar en el caso de servicios provistos o contratados por plataformas digitales de video, audio u otro similar, la Administración Fiscal o Tributaria podrá considerar sujetos del impuesto a las empresas no residentes cuando el beneficiario del servicio digital sea persona jurídica o natural no contribuyente del IGV y por lo tanto tienen la obligación de registrarse en algún régimen simplificado para poder retener, declarar y pagar el IGV. Así mismo si las empresas no se inscriben se debe asignar a las entidades financieras como agentes de retención cuando el usuario final cancele dichos servicios mediante sus tarjetas de débito o crédito.

Tabla 19

Mecanismos de recaudación

| Mecanismos |
|--|
| Están conformados por tres: |
| <ul style="list-style-type: none">• Las entidades bancarias• Los usuarios o clientes finales• Las plataformas a través de una inscripción en la Sunat. |

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 19 el estado al modificar la normativa debe de asignar a los sujetos encargados de retener, declarar y pagar el impuesto, (por ejemplo, los usuarios y/o consumidores finales, entidades bancarias y plataformas por medio de una suscripción).

Por lo tanto, se tuvo por conveniente escoger dos alternativas más factibles para el Perú, la recaudación mediante una suscripción de las empresas del exterior no residentes en el país y en caso de no cumplirse con la inscripción serían las entidades financieras las retenedoras del impuesto a fin de cumplir con el mandato de ley como agentes de retención, se escogieron estas porque son más fáciles de

implementar ya que no genera un costo significativo.

Para ello también debe realizar la Sunat un listado de las empresas extranjeras que más proporcionen servicios a los consumidores finales en el territorio nacional, el cual se debe de actualizar trimestralmente y ser publicado en la página informativa de Sunat para que estas estén informadas. Por ejemplo, las plataformas que generan más ingresos se reflejan en la tabla 20.

Tabla 20

Listado de las empresas más importantes que generan ingresos en el país

| Plataformas digitales | País/Región | Fuente |
|-----------------------|---|------------------------|
| Apple | ALC - Canadá | |
| Amazon | Resto del mundo (sin USA, UK, Alemania y Japón) | Alarcón et al. (2022). |
| Netflix | ALC | |
| Spotify | USA - UK | Jiménez & Podestá |
| Google | ALC - Canadá | (2021). |
| Uber | ALC | |
| Airbnb | Global | |

Fuente: La tabla muestra a las empresas con mayores ingresos generados en Perú, en base a las investigaciones realizadas.

Proceso simplificado de un régimen de registro de recaudación para proveedores no domiciliados.

Paso 1: Procedimiento de registro

Los datos empleados deben ser de forma sencilla que se pueda hacer a través de los medios digitales, no se debe de exigir a las empresas no residentes a nombrar algún representante legal a menos de que sea excepcional para el registro debe de contener la información más relevante tales como:

Figura 6

Datos principales para un registro

| | |
|---|----------------------------|
| Formulario de inscripción del IGV a los servicios digitales | |
| Complete la información de su empresa/organización para registrarse en el Portal de IGV de Servicios Digitales. | |
| Nombre legal completo de la organización. | |
| <input type="text"/> | |
| Nombre comercial de la organización. | |
| <input type="text"/> | |
| Dirección de las oficinas centrales. | |
| <input type="text"/> | |
| Ciudad. | Estado o Provincia. |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| País. | Código postal. |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| URL del sitio web. | |
| <input type="text"/> | |

Note: Adaptado de Alarcón et al, (2022); OECD/GBM/CIAT/BID (2021)

Paso 2: Procedimiento de la declaración del IGV:

Después de haberse registrado los proveedores no residentes deben de ingresar con un usuario y clave:

Figura 7

Usuario y clave para declarar



The image shows a web interface for logging into the IGV (Internal Tax) system for digital services. At the top, there is a dark blue header with the text "IGV a los Servicios Digitales". Below this, the text "Numero de Usuario" is followed by a text input field containing "N.º". Underneath, the text "Clave" is followed by another text input field. A blue button with a key icon and the text "CONTINUAR" is positioned below the password field. At the bottom, there are three icons with corresponding text: a padlock icon for "Registro de Inscripción", a padlock with a question mark for "Recuperar contraseña", and a red checkmark for "Introduce el código de verificación".

Nota: Servicios de Impuestos Internos (SII, 2020).

Posteriormente debe de llenar los datos solicitados tales como:

Figura 8

Formulario para declarar y los datos más relevantes que se deben incluir

| | | | | | |
|---|--|---|---------------------------|--|---------------------|
|  | | Declaración del Impuesto Sobre las Ventas - IGV de Prestadores de Servicios desde el Exterior | | Privada | Nº |
| 1. Año: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 3. Período: <input type="text"/> <input type="text"/> | | | 4. Número de formulario | | |
| Lee cuidadosamente las instrucciones | | | Perú | | |
| Datos del declarante | 5. Número de Identificación Tributaria | | 6. Dígito de verificación | 7. Primer apellido | 8. Segundo apellido |
| | 11. Razón social | | | | 10. Otros nombres |
| 13. Cód. | | 14. N.º Formulario anterior | | 15. Moneda de liquidación | 16. Tasa |
| Si es una corrección indique: | | | | | |
| | | Valor USD | | Valor PEN | |
| Ingresos | Por operaciones gravadas a la tarifa general | | N.º | N.º | |
| | Devoluciones por servicios anulados, rescindidos o resueltos | | N.º | N.º | |
| | Total ingresos netos recibidos durante el período | | N.º | N.º | |
| Liquidación privada | Impuesto generado | | N.º | N.º | |
| | IGV resultante por servicios anulados, rescindidos o resueltos | | N.º | N.º | |
| | Saldo a pagar por impuesto | | N.º | N.º | |
| | Sanciones | | N.º | N.º | |
| | Total saldo a pagar | | N.º | N.º | |
| N.º identificación asignatario | | | Dígito de Verificación | | |
| Cód. Representación | | Espacio para uso exclusivo de la Sunat | | Espacio para el número interno de la Sunat | |

Nota: DIAN (2022); OECD/GBM/CIAT/BID (2021)

En la figura se muestran los datos relevantes que se debe de incluir en los formatos para la declaración del impuesto. En el formato que se mostró anteriormente se incluyeron los datos más significativos que expresó la OCDE en su informe para recabar el IVA.

Paso 3: Pagos

Para cumplir con el pago del impuesto por los proveedores no residentes se recomienda utilizar métodos de pagos electrónicos que sean factibles desde el exterior, la moneda que se plantee a la jurisdicción debe de aceptarse de los

principales socios comerciales y el pago podrá ser mensual o trimestral como otros países lo están haciendo, en nuestro caso el IGV es de periodicidad mensual.

Paso 4: Conservación del registro:

El sistema electrónico debe de conservar y almacenar el registro remoto fuera de país, solo debe de registrarse los datos necesarios para certificar que se ha declarado o cobrado correctamente el tributo, estos datos pueden ser, el tipo de suministro, el IGV a pagar, fecha de la operación, información relevante para determinar el lugar en el que el usuario tiene presencia significativa o residencia, también facilitar los registros contables en un determinado tiempo que se solicite.

Paso 5: Facturación

Se plantea la eliminación de la obligación de la facturación en las operaciones que se dan entre empresa a consumidor (B2C), entre consumidor a consumidor o intermediarios que se encuentren contenidos en el registro simplificado de recaudación, teniendo en cuenta que los consumidores finales que generalmente intervienen no hacen efecto el derecho a reducir el IGV por las adquisiciones de los servicios.

Si fuera el caso de emitir las facturas deben permitir que estas se emitan conforme a las normas o leyes de la jurisdicción del proveedor no residente o admitir la documentación diferente a la facturación para el IGV (por ejemplo, los recibos electrónicos). Por lo tanto, la información asignada en la factura debe limitarse a los datos precisos para gestionar el IGV, como la identificación del consumidor, la base, la cuantía del IGV correspondiente a la tasa aplicada, la base imponible total, como también se pueda permitir que mencionada factura o cualquier otro comprobante se presente en el idioma de sus primordiales socios comerciales.

Paso 6: Disponibilidad de información

Se insta facilitar toda la información pertinente mediante internet de manera actualizada que pudieran necesitar los proveedores no domiciliados para la determinación del impuesto. La información debe incluir concretamente los datos de la clasificación de los servicios y/o intangibles y las tasas del IGV. Así también debe suministrarse la información en los idiomas de las principales empresas proveedoras del exterior.

Paso 7: Recuperación y/o devolución del IGV soportado

La jurisdicción tributaria puede limitar la aplicación en caso de operaciones B2C de servicios digitales e intangibles, sin admitir que el régimen se pueda hacer deducción del impuesto. Así también se pueda tener una posibilidad de recuperación del impuesto soportado por el proveedor no domiciliado con el procedimiento habitual, cuando no se cumpla o se identifique que el servicio no se ha consumido en el país.

Al establecer una modificación del hecho imponible y la creación de agentes de retención bancarios para gravar los servicios digitales, pero también se incluirían las plataformas de economía colaborativa, no se debería de diferenciar por sector económico, si se va a gravar con un impuesto que moje a todas o si no debe de ponerse, porque pueden bajarlo a través de una demanda de acción de amparo o una demanda de inconstitucionalidad por discriminación tributaria.

V. DISCUSIÓN

Los resultados encontrados fueron a través de la indagación y recolección del análisis bibliográfico de diversas bases de datos especializadas, lo cual permitió tener una mejor perspectiva del tema estudiado. Los instrumentos utilizados en la investigación fueron sometidos a juicio de tres expertos, contadores públicos colegiados con maestría, los cuales observaron y dieron su criterio de opinión con la finalidad de recomendar, mejorar algunos puntos débiles de la investigación que se realizó, buscando la precisión y el entendimiento para un mejor reflejo de los resultados.

En cuanto al trabajo investigado se tuvo algunos impedimentos como: la falta de expertos conocedores de materia tributaria digital para efectuar la entrevista, dificultad en la obtención de información de artículos científicos en la base de datos indexados por ser un tema no muy estudiado. Estas limitaciones no han sido significativas porque se consiguió profesionales conocedores del tema. En cuanto a la información se buscó información en otros idiomas y después ser traducidos al idioma nativo de la investigación.

Así mismo, se puede afirmar que estos resultados pueden utilizarse para otros estudios relacionados a tributación digital, puesto que los métodos de aplicación de los gravámenes son en su gran mayoría similares, la única diferencia es su tributación interna de cada país con respecto a las tasas impositivas, pero eso no afecta ya que los lineamientos dados por las organizaciones internacionales son iguales para todos. Además, se puede generalizar y utilizar la metodología utilizada en la investigación ya que las herramientas e instrumentos empleados ejecutan el oficio de indagar y recopilar detalladamente la información necesaria sobre tributación digital, su implementación y aplicación.

El primer objetivo específico aludido a la comparación tributaria digital sobre las cargas impositivas en el ámbito internacional, tuvo como resultado que la mayoría de países a nivel mundial vienen implementando y aplicando un gravamen (IVA, IR), para plataformas digitales B2C, B2B, C2C, con diferentes tasas impositivas según la jurisdicción y leyes de cada país, acogándose a las regulaciones dadas por organismos como la OCDE, G20, G7, PLAN BEPS.

La investigación hecha por Bulut y Miynat (2017), expone que se deben realizar más estudios sobre el comercio electrónico para evitar la evasión fiscal y doble tributación instaurando un sistema justo, neutral, flexible y equitativo; considerando contar con consensos globales para evitar conflictos tributarios. Se halló semejanzas en cuanto a la mitigación de la doble tributación y evasión fiscal, también cabe resaltar que en la actualidad los países que ya retienen este gravamen tienen implementado criterios de localización y de retención del impuesto adaptándose a los nuevos sistemas digitales.

El estudio de Sánchez y Toledo (2019), se centra en hacer frente a la nueva economía digital, encontrándose muchas similitudes en cuanto a la escasez de coordinación y unificación de las diferentes legislaciones en la aplicación del impuesto indirecto IVA a las plataformas sin perjuicio de presencia física, de igual forma varios países de latinoamérica han implementado diferentes leyes y criterios para gravar a estas plataformas llegando en algunos casos a construir nuevos impuestos como es en el caso de México, ya que cada vez se van creando nuevos espacios y realidades las cuales deben ser abordadas por las legislaciones impositivas.

En cuanto al segundo objetivo específico concerniente a la realidad tributaria para la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú, los hallazgos obtenidos es que los criterios de conexión que fueron creados para las operaciones internacionales no son aptos para gravar a los negocios altamente desmaterializados. También se pudo evidenciar que los servicios B2B está definido quién es el obligado a retener el impuesto, mientras que los servicios B2C y C2C existe una suerte de inafectación al no estar afecto al IR e IGV cuando son consumidores finales. Así mismo el Perú se ha incorporado al enfoque de dos pilares de la OCDE que provee su aplicación en el 2023.

En el estudio de Faúndez (2018), mencionó que los principios de conexión como el EP es el lugar fijo donde se desarrolla el negocio, oficinas, sucursales, representantes o agentes legales, pero este concepto sería incongruente para ser aplicado a la economía digital, es por ello que se debe evaluar una presencia significativa. Estos resultados se asemejan a los hallazgos porque los criterios son

obsoletos ya que las EMN realizan planeamientos fiscales agresivos aprovechándose de los vacíos legales que existe en la norma.

En la investigación de Becerra et al, (2021), sobre el Plan Beps donde se encontró que la meta de OCDE y los gobiernos buscan una recaudación más equitativa y justa entre las naciones, es así que las empresas que realizan actividades a nivel global deben de cumplir con las obligaciones y requisitos que señalan las leyes de cada país. Estos resultados son semejantes a los encontrados en el trabajo investigado, donde se evidenció que diferentes propuestas presentadas contienen las modificaciones de la norma tomando en cuenta las recomendaciones de OCDE para gravar cuando son prestados entre B2C, C2C.

El tercer objetivo específico alusivo al impacto de la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú, presenta como resultado que el Perú en los últimos años ha ido creciendo exponencialmente en cuanto al consumo y uso de plataformas digitales en un 80%, significando un gran impacto negativo de recaudación fiscal al dejar de recaudar millones de soles, por ejemplo en el año 2020 la cantidad no recaudada se presume que representó un 5.6% de PBI por no tener una ley para gravar a estos servicios digitales B2C, C2C en el país.

La revista científica de Sotomayor y Valverde (2019), expone que la recaudación y aplicación del IGV a las plataformas digitales B2C en el Perú no tienen una definición clara, es por eso como plataformas como Uber, Netflix, Apple, Spotify entre otras, dejan de contribuir al fisco significativamente. Estos hallazgos tienen similitud en cuanto a las pérdidas monetarias al no encontrarse reglamentado e identificado dicho impuesto.

En cuanto al cuarto objetivo específico; estrategias de recaudación fiscal del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las plataformas digitales en el Perú., se planteó identificar el hecho imponible, mecanismos de geolocalización y creación de un sistema simplificado para que se inscriban las EMN y en caso contrario de no cumplir pasar esa responsabilidad a las entidades financieras para que retengan el IGV realizando las modificaciones en las leyes con la finalidad de gravar las operaciones entre B2C y C2C.

En el trabajo de investigación de Ramírez (2018), donde mencionó que la mayoría de países han implementado modificaciones en sus normativas cuando los servicios son usados y/o consumidos por personas naturales, definir qué servicios digitales están gravados, el nacimiento de la obligación, identificar el lugar de consumo, los retenedores del impuesto. Estos resultados concuerdan con lo realizado en la propuesta ya que se buscó alternativas para recaudar el IGV cuando una empresa del exterior brinda su servicio a un ciudadano en un territorio diferente de la ubicación de la plataforma.

En la investigación de Ferrel y Torres (2020), donde se logró determinar que el Perú debe implementar una reforma en las reglas y normas de la tributación con el fin de obtener más recaudación, implementando las propuestas legislativas de la OCDE. Estos resultados son semejantes a los encontrados en la investigación, el gobierno peruano debe mejorar el sistema fiscal y debe actualizarse a la nueva realidad tomando en cuenta los lineamientos internacionales con el fin de gravar y registrar las operaciones en el lugar donde exista interacción de las EMN con los usuarios.

Se acepta la hipótesis de la investigación porque si la tributación digital se llega a establecer o implementar en el país va impactar de manera favorable en la recaudación fiscal obteniendo más recursos ordinarios (RO).

VI. CONCLUSIONES

1. Para el primer objetivo específico, se concluye que países asiáticos, europeos y latinos implementaron en sus legislaciones fiscales diferentes criterios como el sujeto del impuesto, los tipos de servicios a gravar, identificación del lugar de consumo. En donde se aplica la tasa estándar del IVA para gravar a las plataformas digitales cuando son adquiridos por consumidores finales teniendo tasas impositivas entre el 8% al 22% y en cuanto al IR las tasas oscilan entre el 1% al 15%.
2. Se concluye para el segundo objetivo, que los servicios digitales prestados por empresas del exterior a personas jurídicas y naturales del país que perciban rentas de tercera categoría, están gravados con el impuesto. Sin embargo, cuando los consumidores finales adquieren o consumen mencionados servicios no se encuentran imputados al pago del IGV por carencia de modificaciones legislativas y falta de adaptación a las recomendaciones de OCDE a pesar que el país es firmante de la declaración del Marco Inclusivo de julio de 2021.
3. Para el tercer objetivo específico, se determinó que, al no realizarse modificaciones en materia de IGV para los servicios digitales brindados entre empresa y consumidor final, el país dejaría de recaudar aproximadamente 113 millones de dólares el cual representa el 5.6% de PBI, siendo perjudicial para el estado, el progreso y desarrollo económico social, puesto que el sector digital se viene expandiendo y las empresas del exterior buscan operar en el territorio.
4. Se concluye para el cuarto objetivo específico, que al implementarse en la legislación las modificaciones para gravar el IGV cuando los servicios son brindados por parte de las plataformas digitales a los usuarios finales, debe de estar orientado a una suscripción a través de un mecanismo simplificado de registro de las empresas multinacionales (EMN) con el fin de hacer cumplir el pago de las obligaciones sustanciales procedentes del IGV y en caso de no cumplirse con la inscripción los encargados de la retención del impuesto pasarían al sistema financiero por mandato de ley en el momento de la cancelación del consumo del servicio por parte del consumidor final.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a las autoridades del gobierno peruano tomen como ejemplo a los países que ya han venido implementando un gravamen a las plataformas digitales cuando las operaciones se dan entre B2C y C2C para que se comience a gravar con la tasa del 18% del impuesto indirecto en el Perú a las empresas del exterior y con respecto al IR acogerse a lo propuesto en el último consenso de la OCDE.

Se recomienda al Poder Ejecutivo mediante la delegación de facultades por parte del congreso a realizar modificaciones pertinentes en las leyes y reglamentos que compete a IGV e impuesto a la renta tomando en consideración las recomendaciones de las organizaciones internacionales como la OCDE.

Se recomienda a las autoridades del Poder Ejecutivo evaluar el Proyecto de Ley N°6181/2020-CR para su aprobación en materia de legislación tributaria sobre la economía de plataformas digitales, aquí se plantea cómo se debería de modificar el Decreto supremo N°055-EF-2013, Texto Único Ordenado de la Ley (IGV e ISC) para lograr retener el impuesto sin importar si la empresa es domiciliada o no, simplemente basarse en el servicio o producto que sea consumido en el territorio nacional para grabarse y así obtener mayor retorno fiscal.

Se recomienda a la Administración Tributaria incentivar la creación del Registro Simplificado de las empresas transnacionales para efectos de la cancelación del IGV, de no progresar la inscripción se insta ser aliados estratégicos a las entidades del sistema financiero con el fin de cumplir con su rol solidario constitucional.

Al llegarse a implementar las modificaciones se recomienda a SUNAT realizar un listado de las empresas digitales no domiciliadas que generan ingresos significativos, el listado debe ser actualizado de forma periódica del ejercicio fiscal.

Se recomienda a los futuros estudiantes en formación a profundizar el tema de la tributación digital ya que en Perú es incipiente al no estar regulados los servicios entre B2C y C2C.

REFERENCIAS

- Alarcón, M., Cieza, A. & Mena, J. (14 de febrero de 2022). Economía Digital y Tributación. *Revista Científica TecnoHumanismo*, 2(2), 64-97.
file:///C:/Users/HOLA/Downloads/Dialnet-EconomiaDigitalYTributacion-8326413.pdf
- Alvarez, L. (july 7, 2021). Digital trade and the remaking of the North American regional economy [El comercio digital y la transformación regional de la economía de América del Norte]. *Investigaciones Regionales*, 2021(50), 59–69. <https://doi.org/10.38191/iirr-jorr.21.011>
- Amar, A. & Grondona, V. (20 de octubre de 2021). Economía digital y tributación: el caso argentino en el marco de la experiencia internacional. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, 31-35.
<https://hdl.handle.net/11362/47355>
- Amasifuen, M. (14 de febrero de 2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, 1(1), 73-90.
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- Asamblea de Turquía. (2019, 21 de noviembre). *La Ley No 7193. Reforma de Ciertas Leyes y Decreto Ley núm. 375 ha sido promulgada como ley.*
Número de Circular 2019-45 25.11.2019.
file:///C:/Users/HOLA/Desktop/DESARROLLO%20DE%20TESIS/IFO%20RESULTADOS/TURQUIA.pdf
- Barreix, A., Bès, M., González, U., Pineda, E. & Riccardi, A. (mayo de 2022). Nueva Imposición Internacional Sobre Sociedades: desafíos, alternativas y recomendaciones para América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de*

Desarrollo, (1015), 76-80. <https://publications.iadb.org/es/nueva-imposicion-internacional-sobre-sociedades-desafios-alternativas-y-recomendaciones-para>

Basias, N. & Pollalis, Y. (2018). Quantitative and qualitative research in business & technology: Justifying a suitable research methodology [Investigación Cuantitativa y Cualitativa en Negocios y Tecnología: Justificando un Adecuado Metodología de Investigación]. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 1(7), 91-105. http://sibresearch.org/uploads/3/4/0/9/34097180/riber_7-s1_sp_h17-083_91-105.pdf

Becerra, D., Delgadillo, W. & Moreno, P. (21 de abril de 2021). Acciones fiscales en México en torno al cumplimiento de las acciones del Plan erosión de la base imponible y el traslado de beneficios de la OCDE. *Diagnóstico FACIL Empresarial Finanzas Auditoria Contabilidad Impuestos Legal*, (15), 23-32. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/522/5222280003/5222280003.pdf>

Becerra, G. [Consultores Contables México]. (2020, 18 de diciembre). *Curso Plataformas tecnológicas 2021 bloque 1/5 Calculadoras de Impuestos en Excel y Declaración SAT*. [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mXklwd1SN7o&t=3375s>

Bernal, O. & Mora, M. (26 de agosto de 2016). El Sistema Tributario colombiano, desarrollo y principios básicos. *Revista UNIMAR*, 34(2), 201-219. [file:///C:/Users/Acer/Downloads/Dialnet-EISistemaTributarioColombianoDesarrolloYPrincipios-8211160%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/Dialnet-EISistemaTributarioColombianoDesarrolloYPrincipios-8211160%20(2).pdf)

Blind, K. & Ramos, E. (octubre de 2020). Data portability effects on data-driven innovation of online platforms: Analyzing Spotify [Efectos de la portabilidad

- de datos en la innovación basada en datos de las plataformas en línea: análisis de Spotify]. *Telecommunications Policy*, 44(9), 102026. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030859612030118X>
- Budzinski, O., Gaenssle, S. & Lindstädt, N. (August 23, 2021). The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets [La batalla de YouTube, TV y Netflix: un análisis de la competencia en los mercados de medios audiovisuales]. *SN Business & Economics*, 1(9), 1-26. <https://link.springer.com/article/10.1007/s43546-021-00122-0>
- Bulut, O. & Miynat, M. (September 15, 2017). Problems Experienced In Taxing Of Electronic Commerce [Problemas Experimentados en la Tributación del Comercio Electrónico]. *Varazdin Development and Entrepreneurship Agency (VADEA)*, 23(1), 470-478. <https://www.proquest.com/openview/4622b2da09450a13083ca2d87b0f178d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2033472>
- Cannas, F., Pellegrini, D. & Vecchio, C. (2018). Policy note: A New Legal Framework Towards a Definitive EU VAT System: Online Hosting Platforms and E-Books Reveal Unsolved Problems on the Horizon [Nota de política: Un nuevo marco legal hacia un sistema de IVA de la UE definitivo: las plataformas de alojamiento en línea y los libros electrónicos revelan problemas no resueltos en el horizonte]. *Intertax*, 46(8/9), 690-698. <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Intertax/46.8/TAXI2018072>
- Carrigues. (junio de 2017). Plan De Acción Beps: Una Reflexión Obligada. *Fundación Impuestos y Competitividad*, 21-40. <https://www.fundacionic.com/wp-content/uploads/2017/06/LIBRO-PLAN->

DE-ACCION-BEPS.pdf

Cebeci, U., Ince, O. & Turkcan, H. (October 11, 2019). Understanding the intention to use Netflix: An extended technology acceptance model approach [Comprender la intención de usar Netflix: una versión extendida Enfoque del modelo de aceptación de tecnología]. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 152.

<https://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/8771>

Chavarría, Z. (24 de junio 2020). Tributación Durante la Pandemia. *Universidad de Lima*. <https://www.ulima.edu.pe/entrevista/zully-chevarria-arrieta-24-06-2020>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (UNCTAD, 2019). *Informe de la Economía Digital creación y captura de valor: Repercusión para los países en desarrollo*. Naciones Unidas. https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_es.pdf

Constitución Política del Perú. (1993, 29 de diciembre). *Congreso Constituyente Democrático*. Diario Oficial El Peruano. <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0001/1-constitucion-politica-del-peru-1.pdf>

Cunningham, S. & Scarlata, A. (July 17, 2020). <? covid19?> New forms of internationalisation? The impact of Netflix in Australia [¿Nuevas formas de internacionalización? El impacto de Netflix en Australia]. *Media International Australia*, 177(1), 149-164. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1329878X20941173>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (DIAN, 2022). *Prestadores de servicios desde el exterior-gravados con el impuesto sobre las ventas-IVA-*

en Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
<https://www.dian.gov.co/Paginas/Prestadores-de-servicios-desde-el-exterior.aspx>

Ertz, M. (noviembre de 2020). Collaborative consumption, a buzzword that has gone conceptual: Three shades of the sharing economy [Consumo colaborativo, una palabra de moda: Tres matrices de la economía colaborativa]. *Oikonomics*, 14(14), 1-14.
https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/_recursos/documents/14/mertz_Oikonomics14_eng.pdf

Faúndez, A. (14 de enero de 2018). El problema del concepto actual de establecimiento permanente en los convenios de doble tributación internacional frente a los nuevos desafíos fiscales en la economía digital. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 7(1), 155-173.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchdt/v7n1/0719-2584-rchdt-7-01-00155.pdf>

Faúndez, A., Vidal, A., Olguín, A. & Molina, F. (30 de junio de 2021). Tributación en la economía digital: Propuestas impulsadas por la OCDE y el impacto frente a los principios rectores de todo sistema tributario. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 10(1), 9-28.
<https://www.scielo.cl/pdf/rchdt/v10n1/0719-2584-rchdt-10-1-00009.pdf>

Ferrel N. & Torres, A. (28 de septiembre de 2020). COVID 19 - ¿Por qué no empezamos a tributar? *Journal of Management & Business Studies*, 2(1).
<https://doi.org/10.32457/jmabs.v2i1.525>

García, W. (2020). *Plataformas digitales 2020*. Ediciones Fiscales ISEF.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=P3rtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=Recaudaci%C3%B3n+fiscal+de+las+plataformas+digitales&ots=s>

yHXRokNmW&sig=W78Zajy_vpTuSyN39YwAOzEPSXg#v=onepage&q=Re
caudaci%C3%B3n%20fiscal%20de%20las%20plataformas%20digitales&f=
false

Gómez, J. & Morán, D. (2020). Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, (215), 41-44.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46301/1/S2000696_es.pdf

González, D. (August 25, 2020). Alternatives To Tax The Digital Economy [Alternativas para gravar la economía digital]. *Inter American Center of Tax Administrations*. <https://www.ciat.org/alternatives-to-tax-the-digital-economy/?lang=en>

Haidar, J. & PLA, J. (marzo de 2021). ASPO (Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio) y plataformas de reparto en la CABA. Sus impactos en las dinámicas de trabajo y los trabajadores. *Revistas Científicas Argentinas*, 21(36), 80-100.
<https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/36%20DD%20Haidar%20y%20PLA.pdf>

Harpaz, A. (January 1, 2021). Taxation of the Digital Economy: Adapting a Twentieth-Century Tax System to a Twenty-First-Century Economy [Fiscalidad de la Economía Digital: Adaptando un Sistema Tributario del Siglo XX a una Economía del Siglo XXI]. *Yale Journal of International Law*, 46(1), 57–101.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3593936

Huaylla, N. & Ríos, F. (marzo de 2022). Evolución y estado actual del trabajo

- desarrollado en el marco de la OCDE respecto a la tributación de la economía digital. *Advocatus*, (042), 179-186. <https://doi.org/10.26439/advocatus2022.n042.5750>
- Izquierdo, J. & Pesudo, J. (June 2, 2021). The technological giants conquer the audiovisual. The case of Amazon Prime Video [Los gigantes tecnológicos conquistan el audiovisual. El caso de Amazon Prime Video]. *Open Area*, 21 (3), 367-385. <https://doi.org/10.5209/arab.76193>
- Jiménez, J. & Podestá, A. (2 de abril de 2021). Tributación Indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina. *Centro Interamericano de Administración tributaria- CIAT*, 47-53. <https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>
- Jiménez, P. (2021). The changes and challenges posed by the taxation of the digital economy in the international context [Los cambios y desafíos que plantea la fiscalidad de la economía digital en el contexto internacional]. *Transnational Law Notebooks*, 13 (2), 289-328. <https://doi.org/10.20318/cdt.2021.6258>
- Khandelwal, R. (March 23, 2020). Digital Taxation-A Virtual Reality [Fiscalidad Digital-Una Realidad Virtual]. *The Contemporary Tax Journal*, 9(1), 5. https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1147&context=sjsu_mstjournal
- Kostovska, I., Raats, T. & Donders, K. (6 de junio de 2020). The rise of the 'Netflix tax' and what it means for sustaining European audiovisual markets. Innovation [El auge de la "tasa Netflix" y lo que significa para el sostenimiento de los mercados audiovisuales europeos]. *The European Journal of Social Science Research*, 33(4), 423-441. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13511610.2020.1774354>

- Leatherdale, S. (July 2, 2019). Natural experiment methodology for research: a review of how different methods can support real-world research [Metodología de experimentos naturales para la investigación: una revisión de como los diferentes métodos pueden apoyar la investigación del mundo real]. *International Journal of Social Research Methodology*, 22(1), 19-35. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13645579.2018.1488449>
- Legislación Consolidada. (2023, 17 de diciembre). *Ley Española No 58/2003 58/2003. Texto Consolidado*. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2003/BOE-A-2003-23186-consolidado.pdf>
- LOVAT (2018). Información sobre el IVA. <https://vatcompliance.co/es/informacion-sobre-el-iva/>
- Meléndez, O. (2021). La tributación en la economía digital en Guatemala. *Revista Auctoritas Prudentium*, (24), 1-6. <file:///C:/Users/HOLA/Downloads/Dialnet-LaTributacionEnLaEconomiaDigitalEnGuatemala-7801565.pdf>
- OECD/GBM/CIAT/BID. (2021), Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe. *OECD, Paris*. <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/document/Kit-de-herramientas-de-IVA-digital-para-Latinoamerica-y-el-Caribe-aspectos-destacados-y-principales-recomendaciones.pdf>
- Olbert, M. & Spengel, C. (April 20, 2017). International taxation in the digital economy: challenge accepted [Fiscalidad Internacional en la Economía Digital: ¿Desafío aceptado?]. *World tax journal*, 9(1), 3-46. <https://taxjournal.eu/wp-content/uploads/2018/04/22-23-International-Taxation-in-the-Digital-Economy-Challenge-Accepted.pdf>
- Olbert, M. & Spengel, C. (April 8, 2019). Taxation in the digital economy—Recent

- policy developments and the question of value creation [Fiscalidad en la economía digital: desarrollos políticos recientes y la cuestión de la creación de valor]. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, 19(010). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3368092
- Olifirov, A., Makoveichuk, K. & Petrenko, S. (2019). Transformation of business models in the digital economy [Transformación de modelos de negocio en la economía digital]. *International Journal of Open Information Technologies*, 7(4), 85-91. <http://injoit.ru/index.php/j1/article/view/725/699>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (OCDE, 2021). *Proyecto sobre Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios (BEPS) de la OCDE y el G20 Enfoque de dos pilares para abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía*. Secretario General de la OCDE. <https://www.oecd.org/tax/beps/puntos-destacados-enfoque-de-dos-pilares-para-abordar-los-desafios-fiscales-derivados-de-la-digitalizacion-de-la-economia-octubre-2021.pdf>
- Proyecto Ley 6181-2020/CR. (2020). *Ley que facilita la recaudación de Impuesto General de las Ventas (IGV) generado por los servicios brindados a través de plataformas digitales*. https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL06181-20200910.pdf
- Quimbayo, P. (25 de noviembre de 2021). Tributación directa de los servicios digitales: propuestas y expectativas. *Revista De Derecho Fiscal*, (20), 297–394. <https://doi.org/10.18601/16926722.n20.09>
- Ramírez, J. (23 de noviembre de 2018). Alcance de los mecanismos para el recaudo del IVA en las prestaciones transfronteriza de servicios. *Revista de*

- Derecho Fiscal*, (13), 91-127.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/5678>
- Ramos, C. (21 de octubre de 2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Ramos, J. [Quantum Consultores]. (2021, 6 de agosto). *Webinar Gratuito: Tributación de los negocios digitales y planeamiento tributario internacional*. [Archivo de video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=c0DA7pyEnL8&t=3975s>
- Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta. (1994, setiembre). *Aprobado por el Decreto Supremo N°122-94-EF*. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/reglamento.html#>
- Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (1994, 29 de marzo). *Aprobado por el Decreto Supremo N°29-94-EF*. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/reglamento.html#>
- Roccaro, I. (junio de 2018). Desafíos que la Economía Digital presenta desde la Tributación Internacional. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*. 1(132), 2469-1607. <https://fce.uncuyo.edu.ar/upload/roccaro-desafios-que-la-economia-digital-presenta-desde-la-tributacion.pdf>
- Russo, K. (December, 2019). Superiority of the VAT to turnover tax as an indirect tax on digital services [Superioridad del IVA al Impuesto sobre el negocio como Impuesto Indirecto sobre los Servicios Digitales]. *National Tax Journal*, 72(4), 857-880.
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.17310/ntj.2019.4.10>

Sánchez, C. & Toledo, C. (1 de septiembre de 2019). Tributación de los ingresos generados por la Economía Digital. *Actualidad Jurídica Uría Menéndez*, (52), 27-35

<https://www.uria.com/documentos/publicaciones/6669/documento/art02.pdf?id=8953>

Servicios de Impuestos Internos, (SII, 2020). IVA a los Servicios Digitales. <https://www.sii.cl/vat/>

Singh, M. (2017). Taxation of digital economy: An Indian perspective [Tributación de la economía digital: una perspectiva india]. *Intertax*, 45(6/7), 467 – 481. <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Intertax/45.6/TAXI2017039>

Sotomayor, P. & Valverde, N. (19 de diciembre de 2019). La imposición al consumo en la era de los servicios digitales. *THEMIS Revista De Derecho*, (76), 29-40. <https://doi.org/10.18800/themis.201902.002>

Texto Único Ordenado de La Ley del Impuesto a la Renta. (2004, 8 de diciembre). *Aprobado por el Decreto Supremo N°179-2004-EF*. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/tuo.html#>

Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (1999, 15 de abril). *Aprobado por el Decreto Supremo N°055-99-EF*. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/tuo.html#>

Texto Único Ordenado del Código Tributario. (2013, 22 de junio). *Aprobado por el Decreto Supremo N°133-2013-EF*. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/index.html>

Tsindeliani, I., Burova, A., Migacheva, E., Anisina, K., Kopina, A. & Rodygina, V. (June 1, 2019). Main elements of taxation in the conditions of the development of digital economy [Principales elementos de tributacion en las condiciones del desarrollo de la economía digital]. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(5), 129+. <https://link.gale.com/apps/doc/A633137881/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=bf43b55b>

Vargas, P. (18 de marzo de 2022). La nueva fiscalidad de la economía digital: primer paso para una verdadera armonización fiscal internacional. *Cuadernos de derecho transnacional*, 14(1), 334-369. <https://doi.org/10.20318/cdt.2022.6688>

ANEXO A: Cuadro de Operacionalización de Variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--|---|---|-----------------------------------|--|--------------------|
| Tributación digital | Hace referencia a las actividades realizadas por plataformas mediante una red virtual de internet altamente tecnificada dentro de uno o varios países sin una presencia física. (Meléndez, 2021). | Se dará la medición mediante las características, tipos de la economía digitalizada y planteamientos internacionales, comparaciones fiscales de países. | Tributos | Contribución | Nominal |
| | | | | Tasas Impositivas | |
| | | | | Impuesto a la renta | |
| | | | | Impuesto general a las ventas (IGV) | |
| | | | Economía digital | Plataformas de streaming | |
| | | | | Aplicaciones colaborativas | |
| | | | | Apps de reparto | |
| | | | Tributación digital internacional | Tratamiento fiscal en países asiáticos | |
| | | | | Tratamiento impositivo países europeos | |
| Tratamiento Tributario países Latinos | | | | | |
| Recaudación fiscal de las plataformas electrónicas | Hace mención a la retención del tributo por la prestación o venta de productos a los consumidores finales (B2C) por plataformas web. (García, 2020) | Será medida a través de regulaciones internacionales, normativa vigente del IGV y LIR y sugerencias de la | Fiscalidad global | | Nominal |
| | | | | Lineamientos Planteados por la OCDE | |
| | | | | Establecimiento permanente | |
| | | | | Presencia digital | |
| | | | | Prácticas elusivas | |

| | | | | | |
|--|--|---------------------------------|---------------------------------------|---|--|
| | | modificación de la ley del IGV. | Legislación fiscal peruana | Elementos del tributo digital | |
| | | | | Tratamiento fiscal B2B | |
| | | | | Tratamiento fiscal B2C | |
| | | | Regulación del IGV digital en el Perú | Agentes de retención del impuesto virtual | |

ANEXO B: Guía de entrevista

Entrevista

Entrevista para: Profesionales con amplia experiencia en el conocimiento de materia tributaria de economía digital

Objetivo: La entrevista planteada, en el presente cuestionario cuyo objetivo es recopilar información relevante para desarrollar el trabajo de investigación "Tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú".

1. ¿Cuáles son las prácticas elusivas del IGV procedente de la economía digital B2B y B2C?

2. ¿Qué opina que en Perú no se grave con el IGV a las operaciones procedentes de las plataformas digitales B2C

3. La OCDE y G20 han propuesto medidas en el pilar 1 y 2 de forma multilateral bajo un "Nexo" donde se asignará un porcentaje de la utilidad en base a la jurisdicción de mercado. ¿El Perú estaría en condiciones de modificar la legislación interna para acogerse al enfoque de los dos pilares? Sustente su respuesta

4. ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación

digital?

5. ¿El Perú debería de regular el IGV sobre las plataformas digitales mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países vecinos? Sustente su respuesta

6. ¿Quién cree usted que debe ser el sujeto retenedor del impuesto general a las ventas de las plataformas digitales B2C?

7. ¿Cuál sería el impacto del traslado del IGV para el consumidor final del comercio digital?

8. Tomando en cuenta la expansión de las plataformas streaming, ¿Considera usted que al implementar una reforma en la Ley de IGV para B2C, el Perú obtenga más recursos fiscales? Sustente su respuesta

9. En el año 2019 la SUNAT presentó una propuesta al MEF con el fin de recaudar el IGV de las plataformas digitales consumidas por personas sin negocio. Luego en el año 2020 mediante el proyecto Ley N°6181-2020-CR, este proyecto de ley estipula los mecanismos de una retención mediante tarjetas de crédito y débito, ¿Cuál cree que serían las ventajas y desventajas que sean las entidades financieras

las encargadas de retener y entregar el dinero al fisco?

10. ¿Según su conocimiento y experiencia que propondría para hacer que en el Perú se empiece a grabar las operaciones de servicios digitales con el Impuesto general a las ventas? ¿Según su conocimiento y experiencia que propondría para hacer que en el Perú empiece a gravar las operaciones de servicios digitales con el Impuesto general a las ventas prestados entre (B2C, C2C)?

ANEXO C: Matriz instrumental

Matriz instrumental

Título: “Tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú”

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | PREGUNTAS | Instrumento |
|--|----------------------------|-------------------------------------|--|---|
| Recaudación fiscal de las plataformas electrónicas | Fiscalidad global | Lineamientos Planteados por la OCDE | La OCDE y G20 han propuesto medidas en el pilar 1 y 2 de forma multilateral bajo un “Nexo” donde se asignará un porcentaje de la utilidad en base a la jurisdicción de mercado. ¿El Perú estaría en condiciones de modificar la legislación interna para acogerse al enfoque de los dos pilares? Sustente su respuesta | Guía de entrevista y análisis de artículos científicos indexados en una base de datos |
| | | Establecimiento permanente | ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? | |
| | | Presencia digital | ¿El Perú debería de regular el IGV sobre las plataformas digitales mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países vecinos? Sustente su respuesta | |
| | | Prácticas elusivas | ¿Cuáles son las prácticas elusivas del IGV procedente de la economía digital? | |
| | Legislación fiscal Peruana | Elementos del tributo digital | ¿Quién cree usted que debe ser el sujeto retenedor del impuesto general a las ventas de las plataformas digitales B2C? | |

| | | |
|---------------------------------------|---|--|
| | | <p>Tratamiento Fiscal B2B</p> <p>En el año 2019 la SUNAT presentó una propuesta al MEF con el fin de recaudar el IGV de las plataformas digitales consumidas por personas sin negocio. Luego en el año 2020 mediante el proyecto Ley N°6181-2020-CR, este proyecto de ley estipula los mecanismos de una retención mediante tarjetas de crédito y débito, ¿Cuál cree que serían las ventajas y desventajas que sean las entidades financieras las encargadas de retener y entregar el dinero al fisco?</p> |
| | | <p>Tratamiento Fiscal B2C</p> <p>¿Qué opina que en Perú no se grabe con el IGV a las operaciones procedentes de las plataformas digitales B2C?</p> <p>Tomando en cuenta la expansión de las plataformas streaming, ¿Considera usted que al implementar una reforma en la Ley de IGV para B2C, el Perú obtenga más recursos fiscales? Sustente su respuesta</p> <p>¿Cuál sería el impacto del traslado del IGV para el consumidor final del comercio digital?</p> |
| Regulación del IGV digital en el Perú | Agentes de retención del impuesto digital | <p>¿Según su conocimiento y experiencia que propondría para hacer que en el Perú empiece a grabar las operaciones de servicios digitales con el Impuesto general a las ventas prestados entre (B2C, C2C)?</p> |

ANEXO D: Guía de análisis bibliográfico de revistas indexadas en una base de datos

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL BIBLIOGRÁFICO

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | DOCUMENTACIÓN A EVALUAR | PRETENDE MEDIR |
|---------------------|-----------------------------------|---|---|--|
| Tributación digital | Tributos | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución • Tasas Impositivas • Impuesto a la renta • Impuesto general a las ventas (IGV) | Indagación de información en Google académico, Dialnet: <ul style="list-style-type: none"> • Decreto Supremo N°133-2013-EF (2013). • Constitución política del Perú (1993). • LOVAT (2018). • González (2020). | Mediante las características, tipos de impuestos plasmados en los artículos científicos |
| | Economía digital | <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas de streaming • Aplicaciones colaborativas • Apps de reparto | Búsqueda de información en artículos científicos en base de datos indexados Scopus, EbscoHost: <ul style="list-style-type: none"> • Mena et al. (2022). • Becerra et al. (2021). • Jiménez y Podestá (2021). | Mediante los hallazgos que clasifican a las plataformas digitales |
| | Tributación digital internacional | <ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento fiscal en países asiáticos • Tratamiento impositivo países europeos • Tratamiento Tributario países Latinos | Recolección de información en revistas, libros y paginas confiables como Google académico, EbscoHost, plataforma del SAT: <ul style="list-style-type: none"> • Asamblea de Turquía (2019). • Gómez (2020). • Amar y Grondona (2021). • Harpaz (2021). | Mediante el análisis de las leyes tributarias sobre la tasa impositiva del IVA en cada país. |

| | | | | |
|--|----------------------------|--|---|--|
| Recaudación fiscal de las plataformas electrónicas | Fiscalidad global | <ul style="list-style-type: none"> • Lineamientos Planteados por la OCDE • Establecimiento permanente • Presencia digital • Prácticas elusivas | <p>Indagación en la acción 1 del plan BEPS del año 2015 de los retos y desafíos de la digitalización, Pilar 1 y 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2021). • Barreix et al. (2022). • Vargas (2022). • Faúndez et al. (2021) | <p>Mediante el análisis de las propuestas de las organizaciones que tratan o que regulan el impuesto a las plataformas digitales</p> |
| | Legislación fiscal peruana | <ul style="list-style-type: none"> • Elementos del tributo digital • Tratamiento fiscal B2B • Tratamiento fiscal B2C | <p>Búsqueda de información en leyes, revistas y periódicos confiables para la aprobación del IGV a las plataformas digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley Española 58/2003 (2003). • D.S. N°055-99-EF (1999). • D.S N°29-94-EF (1994). • D.S. 122-94-EF (1994). | <p>Los mecanismos propuestos en el proyecto Ley N°6181-2020-CR</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | <p>Regulación del IGV digital en el Perú</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Agentes de retención del impuesto virtual | <p>Propuesta de objetivos donde se dé a conocer que se debería considerar para la implementación de la retención del impuesto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • OECD/GBM/CIAT/BID (2021). • OECD (2018). • Servicio de Impuestos Internos (SII, 2022). | <p>Propuestas dadas por los diferentes organismos como la OCDE, G20, entre otros.</p> <hr/> <p>Los mecanismos propuestos en el proyecto Ley N°6181-2020-CR</p> |
|--|--|---|---|--|

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / **Mg:** Incio Ñañez, Plácido Eduardo

DNI: 16728418

Especialidad del validador: Magíster en Tributación

N° de años de Experiencia profesional: 22 años

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



05 de Julio del 2022

P. EDUARDO INCIO ÑAÑEZ
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
004 - 1972

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Recaudación fiscal de las plataformas electrónicas.

MD= Muy en desacuerdo

D= desacuerdo

A= Acuerdo

MA= Muy de acuerdo

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | | | Relevancia ² | | | | Claridad ³ | | | | Sugerencias |
|----------|--|--------------------------|---|---|----|-------------------------|---|---|--------|-----------------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | M A | MD | D | A | MA | |
| | Fiscalidad global | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | La OCDE y G20 han propuesto medidas en el pilar 1 y 2 de forma multilateral bajo un “Nexo” donde se asignará un porcentaje de la utilidad en base a la jurisdicción de mercado. ¿El Perú estaría en condiciones de modificar la legislación interna para acogerse al enfoque de los dos pilares? Sustente su respuesta | | | | x | | | | x | | | | x | |
| 2 | ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? | | | | x | | | | x | | | | x | |
| 3 | ¿El Perú debería de regular el IGV sobre las plataformas digitales mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países vecinos? Sustente su respuesta | | | | x | | | | x | | | | x | |
| 4 | ¿Cuáles son las prácticas elusivas del IGV procedente de la economía digital? | | | | x | | | | x | | | | x | |
| | Legislación fiscal Peruana | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | ¿Quién cree usted que debe ser el sujeto retenedor del | | | | x | | | | x | | | | x | |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| | impuesto general a las ventas de las plataformas digitales B2C? | | | | | | | | | | | |
| 6 | En el año 2019 la SUNAT presentó una propuesta al MEF con el fin de recaudar el IGV de las plataformas digitales consumidas por personas sin negocio. Luego en el año 2020 mediante el proyecto Ley N°6181-2020-CR, este proyecto de ley estipula los mecanismos de una retención mediante tarjetas de crédito y débito, ¿Cuál cree que serían las ventajas y desventajas que sean las entidades financieras las encargadas de retener y entregar el dinero al fisco? | | | x | | | | x | | | | x |
| 7 | ¿Qué opina que en Perú no se grabe con el IGV a las operaciones procedentes de las plataformas digitales B2C? | | | x | | | | x | | | | x |
| 8 | Tomando en cuenta la expansión de las plataformas streaming, ¿Considera usted que al implementar una reforma en la Ley de IGV para B2C, el Perú obtenga más recursos fiscales? Sustente su respuesta | | | x | | | | x | | | | x |
| 9 | ¿Cuál sería el impacto del traslado del IGV para el consumidor final del comercio digital? | | | x | | | | x | | | | x |
| | Regulación del IGV digital en el Perú | | | | | | | | | | | |
| 10 | ¿Según su conocimiento y experiencia que propondría para hacer que en el Perú empiece a grabar las operaciones de servicios digitales con el Impuesto general a las ventas prestados entre (B2C, C2C)? | | | x | | | | x | | | | x |

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / **Mg:** Collantes Palomino, Hugo Yvan. **DNI:** 16734957

Especialidad del validador: Contador Público con Maestría en Tributación

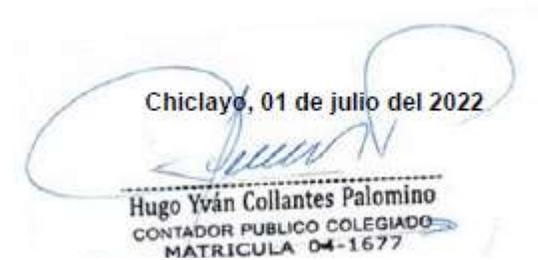
N° de años de Experiencia profesional: 23 años

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Chiclayo, 01 de julio del 2022
Hugo Yván Collantes Palomino
CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
MATRICULA 04-1677

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Recaudación fiscal de las plataformas electrónicas.

MD= Muy en desacuerdo

D= desacuerdo

A= Acuerdo

MA= Muy de acuerdo

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | | | Relevancia ² | | | | Claridad ³ | | | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|---|---|----|-------------------------|---|---|----|-----------------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | M D | D | A | MA | |
| | Fiscalidad global | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | La OCDE y G20 han propuesto medidas en el pilar 1 y 2 de forma multilateral bajo un “Nexo” donde se asignará un porcentaje de la utilidad en base a la jurisdicción de mercado. ¿El Perú estaría en condiciones de modificar la legislación interna para acogerse al enfoque de los dos pilares? Sustente su respuesta | | | | x | | | | x | | | | x | |
| 2 | ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? | | | | x | | | | x | | | | x | |
| 3 | ¿El Perú debería de regular el IGV sobre las plataformas digitales mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países vecinos? Sustente su respuesta | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 4 | ¿Cuáles son las prácticas elusivas del IGV procedente de la economía digital? | | | | X | | | | X | | | | X | |

| Legislación fiscal Peruana | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| 5 | ¿Quién cree usted que debe ser el sujeto retenedor del impuesto general a las ventas de las plataformas digitales B2C? | | | X | | | | X | | | | X |
| 6 | En el año 2019 la SUNAT presentó una propuesta al MEF con el fin de recaudar el IGV de las plataformas digitales consumidas por personas sin negocio. Luego en el año 2020 mediante el proyecto Ley N°6181-2020-CR, este proyecto de ley estipula los mecanismos de una retención mediante tarjetas de crédito y débito, ¿Cuál cree que serían las ventajas y desventajas que sean las entidades financieras las encargadas de retener y entregar el dinero al fisco? | | | X | | | | X | | | | X |
| 7 | ¿Qué opina que en Perú no se grabe con el IGV a las operaciones procedentes de las plataformas digitales B2C? | | | X | | | | X | | | | X |
| 8 | Tomando en cuenta la expansión de las plataformas streaming, ¿Considera usted que al implementar una reforma en la Ley de IGV para B2C, el Perú obtenga más recursos fiscales? Sustente su respuesta | | | X | | | | X | | | | X |
| 9 | ¿Cuál sería el impacto del traslado del IGV para el consumidor final del comercio digital? | | | X | | | | X | | | | X |

| Regulación del IGV digital en el Perú | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|--|
| 10 | ¿Según su conocimiento y experiencia que propondría para hacer que en el Perú empiece a grabar las operaciones de servicios digitales con el Impuesto general a las ventas prestados entre (B2C, C2C)? | | | X | | | | X | | | | X | |

Observaciones:

Ninguna

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: García Vera, Waldemar

DNI:16464113

Especialidad del validador: Contador Público Colegiado

N° de años de Experiencia profesional: 35 años

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



2 de Julio del 2022

Firma del Experto Informante.

Especialidad

ANEXO F: Entrevista al Mg. Ramos Ángeles, Jesús A.



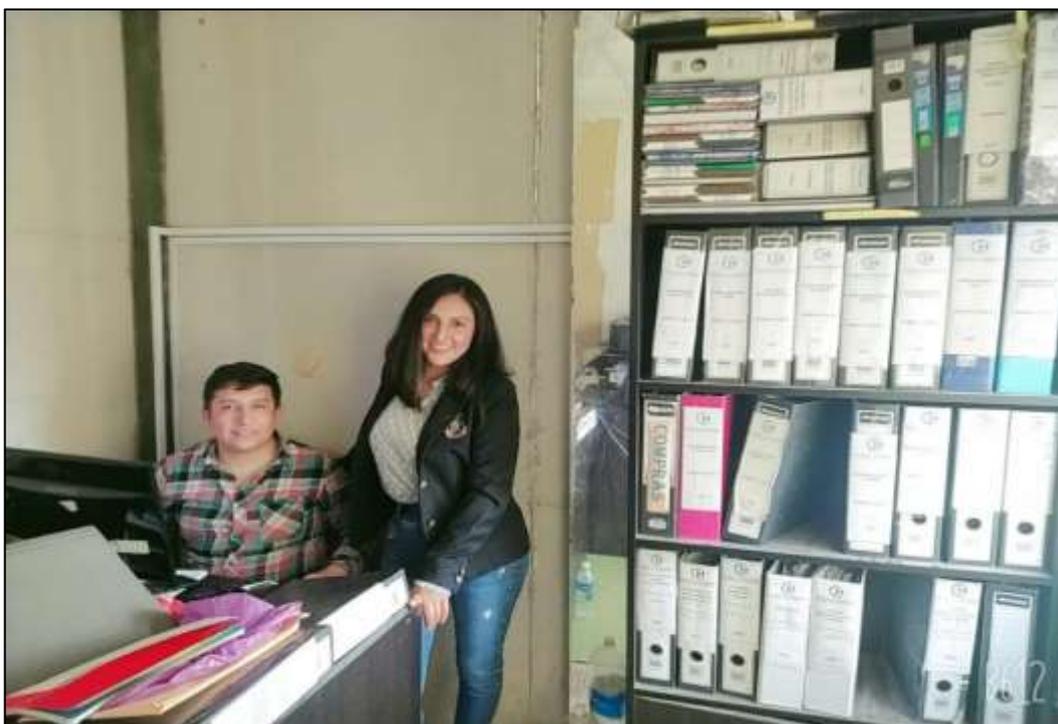
Entrevista al Mag. José Luis funcionario de la SUNAT y asesor tributario



Entrevista al Mag. Mendoza Ruggel, Hector funcionario de la SUNAT y asesor tributario



Entrevista Contador Colegiado. Quiroz Gerrero, James asesor tributario, con diplomado en tributación





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LILIANA DEL CARMEN SUAREZ SANTA CRUZ, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas electrónicas en el Perú", cuyos autores son MEDINA LOPEZ ADRIANA, SIMPERTIGUE REGALADO THALIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHICLAYO, 30 de Noviembre del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|---|
| LILIANA DEL CARMEN SUAREZ SANTA CRUZ DNI: 41837348 ORCID: 0000-0003-2560-7768 | Firmado electrónicamente por: LDSUAREZS el 12- 12-2022 16:45:43 |

Código documento Trilce: TRI - 0463856