



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas
digitales en el Perú”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORAS:

Lluen Custodio, Yuliana Brisette (orcid.org/0000-0002-6830-9616)

Mora Hurtado, Celinda Stephany (orcid.org/0009-0000-3612-8514)

ASESORA:

Dra. 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

2024

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN, 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 la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú", cuyos autores son LLUEN CUSTODIO YULIANA BRISETTE, MORA HURTADO CELINDA STEPHANY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10%, 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, 26 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN DNI: 41837348 ORCID: 0000-0003-2560-7768	Firmado electrónicamente por: LDSUAREZS el 01- 07-2024 11:13:01

Código documento Trilce: TRI - 0774902



Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, LLUEN CUSTODIO YULIANA BRISETTE, MORA HURTADO CELINDA STEPHANY estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
CELINDA STEPHANY MORA HURTADO DNI: 77172021 ORCID: 0009-0000-3612-8514	Firmado electrónicamente por: CMORAH el 26-06- 2024 22:30:00
YULIANA BRISETTE LLUEN CUSTODIO DNI: 74371212 ORCID: 0000-0002-6830-9616	Firmado electrónicamente por: LCUSTODIOY el 26-06- 2024 23:12:11

Código documento Trilce: TRI - 0774901

DEDICATORIA

Primero y, ante todo, a Dios, por darme la fuerza y la sabiduría para superar cada desafío que encontré en este viaje académico. A mis padres, Manuel Lluen y Yuli Custodio, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi ejemplo de perseverancia, ambos me han demostrado que con esfuerzo todo es posible. A mis hermanos, Arnaldo y Eliel, por ser mis confidentes y por estar siempre dispuestos a ayudarme en los momentos difíciles. A una persona muy especial, Brayan, por su paciencia y constante aliento, su apoyo ha sido crucial para alcanzar este logro. A mi compañera de tesis, por ser una compañera excepcional, esta meta es reflejo del esfuerzo que ambas hemos puesto en cada etapa del proceso.

Yuliana

Primero, doy gracias a Dios por ser mi guía constante, por darme la fortaleza y la sabiduría para alcanzar mis metas. A mi querida madre, cuyo amor incondicional y sacrificios han sido la base de todo lo que soy. A mis hermanos, por su apoyo y por ser mi fuente de inspiración. A mi novio, por su paciencia, comprensión y por creer en mí incluso cuando dudaba de mí misma. Y finalmente, a mi compañera tesista, con quien compartí desafíos y éxitos, cuya amistad y colaboración han sido indispensables en esta aventura académica. A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Celinda

AGRADECIMIENTO

Ante todo, nuestra más sincera gratitud a Dios, por ser la guía constante en este viaje de aprendizaje y por brindarnos la sabiduría necesaria para superar cada desafío.

A la universidad, que ha sido el escenario de nuestro crecimiento intelectual, le extendemos el agradecimiento por abrirnos las puertas del conocimiento y por ofrecernos las herramientas necesarias para construir un futuro prometedor.

A cada uno de los docentes, cuyas enseñanzas han sido pilares fundamentales en nuestra formación académica y personal.

Un reconocimiento especial merece nuestra asesora de tesis, quien generosamente compartió su tiempo y sabiduría, enriqueciendo así este trabajo con su valiosa perspectiva.

Por último, pero no menos importante, a los futuros lectores de este trabajo, esperamos que encuentren en él una fuente de inspiración y conocimiento que les sea de utilidad en sus propias búsquedas académicas.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	
Declaratoria de autenticidad del asesor	ii
Declaratoria de originalidad de las autoras	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	11
III. RESULTADOS	15
IV. DISCUSIÓN	40
V. CONCLUSIONES	44
VI. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	52

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Ingresos por sectores de la economía digital, en el período 2021</i>	18
Tabla 2. <i>Tributación digital en naciones latinas</i>	21
Tabla 3. <i>Tributación digital en naciones europeas</i>	22
Tabla 4. <i>Recaudación potencial del IGV en millones de dólares en el Perú</i>	27
Tabla 5. <i>Recaudación potencial en porcentajes del PBI en el Perú</i>	27

Índice de figuras

Figura 1. <i>Servicios gravados por plataformas digitales a nivel mundial</i>	16
Figura 2. <i>Número de usuarios que operan en el mundo, en el período 2021</i>	16
Figura 3. <i>Ingresos de la economía digital por sectores, en el período 2021</i>	18
Figura 4. <i>Servicios digitales gravados en naciones latinas y europeas</i>	20
Figura 5. <i>Situación impositiva del gravamen general a las ventas en el Perú</i>	24
Figura 6. <i>Situación impositiva del gravamen a la renta en el Perú</i>	25
Figura 7. <i>Países que implementaron en el establecimiento permanente</i>	25
Figura 8. <i>Recaudación potencial sobre bienes y servicios en el Perú, período 2018 al 2020</i>	28
Figura 9. <i>Países que establecen tasas de retención fiscales en transacciones digitales</i>	30
Figura 10. <i>Elementos que activan la obligación tributaria en las plataformas digitales</i>	36
Figura 11. <i>Métodos de retención para incrementar la recaudación fiscal en el país</i>	38

Resumen

La investigación se alinea al Objetivo de Desarrollo Sostenible N°08. Tuvo como objetivo general, analizar la tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú, teniendo como tipo de investigación aplicada. La población estuvo conformada por la documentación relacionada con la recaudación fiscal en el Perú bajo el contexto de las plataformas digitales y por seis expertos en el área contable. En cuanto a los resultados se tiene que, la tributación digital está presente en diversas naciones latinas y europeas, con variabilidad en sus tasas impositivas e imponiendo requisitos de registro para proveedores. Sin embargo, en Perú existen vacíos legales que necesitan ser abordados para una regulación efectiva, como la necesidad de actualizar su legislación para abordar las operaciones B2C y C2C. Según estudios, el Perú ha dejado de recaudar aproximadamente 113 millones de dólares de IGV en el 2020 debido a la falta de adaptación de sus leyes a la economía digital. Por ello, se ha sugerido distintos mecanismos para iniciar la recaudación de este impuesto indirecto en el país con el propósito de obtener un marco más inclusivo y efectivo, reconociendo así el papel significativo de la economía digital en el escenario fiscal actual.

Palabras clave: *Tributación digital, Economía digital, Leyes, Gravamen.*

Abstract

The research is aligned with the Sustainable Development Goal N°08. Its general objective was to analyze digital taxation and tax collection of digital platforms in Peru, having as type of applied research. The population consisted of documentation related to tax collection in Peru in the context of digital platforms and six experts in the accounting area. The results show that digital taxation is present in several Latin American and European countries, with variability in their tax rates and imposing registration requirements for suppliers. However, in Peru there are legal gaps that need to be addressed for effective regulation, such as the need to update its legislation to address B2C and C2C transactions. According to studies, Peru has failed to collect approximately US\$113 million of IGV in 2020 due to the lack of adaptation of its laws to the digital economy. Therefore, different mechanisms have been suggested to initiate the collection of this indirect tax in the country with the purpose of obtaining a more inclusive and effective framework, thus recognizing the significant role of the digital economy in the current tax scenario.

Keywords: *Digital taxation, Digital economy, Laws, Taxation.*

I. INTRODUCCIÓN

La tributación digital emerge como un tema crucial en la economía moderna, especialmente en Perú, donde la recaudación fiscal de plataformas digitales representa un desafío y una oportunidad. El objetivo de investigar este fenómeno es comprender cómo la tributación digital puede ser optimizada para asegurar una contribución justa y eficiente al fisco, alineándose con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N°08, que promueve el crecimiento económico inclusivo y sostenible. En donde se busca proponer soluciones que equilibren la innovación tecnológica con la responsabilidad fiscal, contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

En el ámbito internacional, se señala que en la actualidad existe un considerable número de usuarios registrados en diversas plataformas digitales, lo cual impacta la economía global debido a la falta de tributación digital por parte de los usuarios. Esto se evidencia en el año 2017, cuando el comercio electrónico a nivel mundial experimentó un aumento del 13%, alcanzando un total de 29 billones de dólares, lo que representa el 36% del PIB mundial (Quimbayo, 2021).

Además, se menciona que, en el año 2019, en un intento por regular el comercio electrónico, Colombia consideró la idea de implementar una regulación tributaria que impondría un gravamen a las transacciones realizadas en plataformas digitales. Esta propuesta se planteó dentro de una reforma tributaria y tenía como objetivo establecer un impuesto al consumo del 4% sobre el préstamo de servicios por medio de plataformas; sin embargo, el gobierno nacional optó por prevenir sanciones o reglamentos por parte de la OMC (Quimbayo, 2021).

Faúndez (2018) indica que las nuevas tecnologías han impulsado a las empresas multinacionales a crear modelos de negocio innovadores, como la venta de servicios o bienes digitales. En países como España, las autoridades fiscales sostienen que estas empresas podrían tener una presencia fiscal en cualquier lugar donde realicen transacciones electrónicas. Esta situación plantea un desafío significativo en cuanto a la forma en que se grava fiscalmente estas actividades digitales, ya que pueden evadir los sistemas tradicionales de impuestos, lo que genera preocupaciones sobre la equidad y la eficacia del sistema tributario.

A nivel nacional, la imposición de un gravamen sobre el consumo de servicios digitales se enfrenta a obstáculos insuperables. Para los consumidores finales, carece de sentido pagar el IGV, ya que no pueden recuperarlo posteriormente como crédito fiscal, a diferencia de las empresas. En el Perú, el dilema se centra en las operaciones B2C, donde el incentivo para el cumplimiento tributario es prácticamente nulo (Sotomayor y Valverde, 2019).

Las plataformas digitales se han convertido en un fenómeno cultural y de entretenimiento, ha atraído a una impresionante cantidad de usuarios que han encontrado una vía para expresar su creatividad y asimismo generando ingresos significativos. Sin embargo, la ausencia de una tributación efectiva en estas actividades digitales está teniendo un impacto considerable tanto en la capacidad de recaudación de nuestro país como en el fortalecimiento de las finanzas del gobierno nacional. Por lo tanto, la falta de tributación en las actividades realizadas en plataformas digitales, no solo afecta a la equidad fiscal, sino que también afecta los esfuerzos de recaudación de impuestos para financiar los servicios públicos.

Debido a ello surgió la siguiente interrogante ¿Cuál es el efecto de la tributación digital en la recaudación fiscal con respecto a las plataformas digitales en el Perú?

Por tal razón, el presente estudio se justificó por su destacada importancia en el contexto social, ya que tiene como propósito ofrecer resultados que puedan generar ventajas para el Estado y el enfoque se centró en proponer una estrategia para gravar los impuestos en las plataformas digitales, esto alineado con las normativas tributarias a nivel internacional. Tal planteamiento tiene el potencial de incrementar los ingresos gubernamentales, con la finalidad de financiar la realización de más proyectos de infraestructura pública, en última instancia, beneficiando exclusivamente a los contribuyentes.

Asimismo, su justificación se respaldó mediante una aplicación práctica, ya que contribuye a la adquisición de un mayor entendimiento en lo que respecta a la tributación en plataformas digitales en el país, en concordancia con los variados objetivos delineados por la OCDE. Esto es particularmente relevante dado que varios países de América Latina ya han implementado legislaciones fiscales similares, generando ingresos significativos para el beneficio nacional.

El presente trabajo se justificó por su valor teórico, porque busca ampliar el discernimiento en la repercusión de la economía digital y así establecer una base sólida para investigaciones futuras. Como también se justificó de manera metodológica, ya que el análisis documental permite recopilar y analizar los datos numéricos de manera efectiva, garantizando así la fiabilidad de los resultados.

Se planteó como objetivo general: Analizar la tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú. Y como objetivos específicos: Evaluar la tributación digital que se aplica en las plataformas digitales a nivel internacional, Analizar la recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú, Diseñar estrategias de recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú.

Se tiene como antecedente que, en la era digital, se ha reconocido la importancia de que las empresas multinacionales que generan ingresos en un país, incluso si carecen de una presencia física permanente, contribuyan de manera justa al sistema tributario. Un estudio realizado en México concluyó que estas empresas tienen la responsabilidad de aportar el 15 % de sus ingresos mediante el gravamen de la renta en el país donde se promueve el origen de riqueza. Esto subraya la necesidad de que los negocios en línea cumplan con la obligación de tributar y pagar gravámenes en la nación en el cual generan valor, teniendo como objetivo una fiscalización de tributos de forma equitativa y adecuada (Haro et al., 2022).

Además, otro antecedente importante en el ámbito internacional, es la evidencia de que los rápidos avances tecnológicos han influido en la economía, ya que esto le da hincapié a lo que se comprende como economía digital. En México, durante el año 2021, las ventas en línea constituyeron el 9% del comercio minorista, experimentando un impresionante aumento del 81% con respecto al año anterior, alcanzando un valor de 316 millones de pesos. Esto refleja un aumento significativo en las compañías activas en esta industria, es necesario que quienes brindan servicios mediante sus plataformas se integren al sistema tributario mediante el Régimen de Incorporación Fiscal (Hernández et al., 2021).

Como también, se resalta que las empresas extranjeras que lideran las plataformas digitales más populares en México tuvieron que registrarse en el Registro Federal de Contribuyentes sólo cuando se volvió un requisito obligatorio para seguir

operando en el país. No obstante, algunas compañías ya habían tomado la iniciativa de registrarse mucho antes de que esta obligación fiscal entrará en vigor. En la actualidad, el Servicio de Administración Tributaria publica frecuentemente en el Diario Oficial de la Federación una lista que incluye a las compañías de servicios digitales que están registradas como contribuyentes (Hernández et al., 2021).

Vega et al. (2022) realizan un estudio en el ámbito nacional, donde mencionan que los servicios en línea ofrecidos por plataformas de empresas extranjeras plantean desafíos para las autoridades fiscales de cada nación, y esto también se aplica a Perú. La legislación peruana sobre el Impuesto a la Renta contiene disposiciones, sin embargo, se requieren aclaraciones adicionales para una mejor comprensión.

Asimismo, resaltan que una posible opción sería implementar la detención de gravámenes por medio de los entes financieros, aunque hasta el momento ningún país ha demostrado que este sea el método adecuado. Los especialistas consideran que, en Perú, la retención a través de las entidades financieras podría ser una opción más efectiva para gravar estos servicios digitales (Vega et al., 2022).

Carvajalino y Hernández (2023) realizaron una investigación de cómo se recauda el gravamen sobre la renta de los influencers no residentes que tienen una presencia económica importante en la economía digital de Colombia. Se reveló que los métodos convencionales para evitar la evasión fiscal no son efectivos y, de hecho, promueven la ilegalidad en el ámbito tributario; asimismo, mencionan que los marcos impositivos existentes tienen dificultades para gravar adecuadamente la economía digital, este escenario tiene un efecto negativo en el progreso socioeconómico del país, ya que obstaculiza el progreso al no poder invertir adecuadamente los recursos fiscales generados a través de los impuestos.

Alarcón et al. (2022) sintetizan que, si no se llevan a cabo las reformas legislativas necesarias en el estatuto del gravamen general a las ventas, el Perú podría enfrentar una pérdida fiscal que representaría aproximadamente el 0.06% del Producto Interno Bruto, lo que equivale a alrededor de 113 millones de dólares en el año 2021. Esta pérdida no solo se debe a la expansión del sector digital, sino también a la posibilidad de que empresas de sectores tradicionales busquen

mudarse al ámbito digital y operar desde el extranjero. Esto podría causar un daño significativo para el progreso de la economía digital local.

Con respecto a las bases teóricas, según lo establecido en la Norma II del Código Tributario (2013), se define el término "Tributo" como una categoría que engloba tres elementos principales: impuestos, tasas y contribuciones, estas son de carácter obligatorio para los contribuyentes. Cabe resaltar que los impuestos son aquellos que no surgen de una prestación directa por parte del estado al contribuyente.

De acuerdo a la OCDE (2015) la tributación digital surge debido a la disminución de la base impositiva y el desplazamiento de beneficios hacia jurisdicciones con bajos impuestos y poca actividad económica. Para abordar este problema, se creó el Grupo de Expertos sobre la Fiscalidad de la Economía Digital (GEFED).

Es esencial destacar en primer lugar que es un tributo. Según lo señalan Ludeña et al. (2019) la tributación se refiere al proceso mediante el cual el Estado y sus organismos gubernamentales, obtienen dinero de los ciudadanos y empresas para financiar sus responsabilidades públicas.

Alarcón et al. (2022) menciona que la tributación digital es el crecimiento de la influencia en la economía, dando lugar a nuevas formas de vender productos y ofrecer servicios, esto conlleva a la conducción de la recaudación fiscal.

La primera dimensión abordada es el impacto digital. Donde en los servicios gravados por plataformas digitales, se revela una variedad de modelos de negocio entre los actores principales del ecosistema digital. TikTok y Netflix sobresalen como plataformas que generan ingresos a través de diversos canales, como publicidad, colaboraciones con marcas, servicios premium y la venta de productos virtuales (Jiménez y Podestá, 2021).

La digitalización habilita a las empresas a participar de manera remota en actividades económicas, como ventas en línea o publicidad, sin tener presencia física en el país. Según un informe de la Comisión Europea de marzo de 2018, las empresas digitales pagan en promedio, un 9,5% de impuestos, en contraste con el 23,2% que pagan las empresas tradicionales (Khandelwal, 2020).

Asimismo, Budzinski et al. (2021) señalan que el impacto de la era digital ha desencadenado una competencia entre diversas plataformas digitales; según su investigación, sostienen que YouTube y Netflix están inmersos en una fuerte competencia, especialmente por las generaciones más jóvenes.

UNCTAD (2021), menciona que en el período 2019, aproximadamente 1,500 millones de personas, o el 27% de la población mayor de 15 años, realizaron compras en línea. Esto marcó un aumento del 7% respecto al año anterior. En el ámbito de América Latina y el Caribe, se estima que, en promedio, el 21% de su población efectuó compras en línea durante ese año.

Las plataformas en línea son relevantes, con una capitalización de mercado superior a los 100 millones de dólares en el 2017, llegando a más de 7 billones de dólares. En 2019, alcanzaron 4,39 mil millones, además, el 95% de las empresas de la OCDE operan con redes de conectividad veloz. Se calcula que la economía digital representa entre el 4.5% y el 15.5% del PBI global (Harpaz, 2021).

Como segunda dimensión se tiene a los sectores de la economía digital, esta abarca una estructura económica, fundamentada en tecnologías digitales y la utilización de medios digitales diversos. Aunque comúnmente se confunde con el comercio electrónico (Singh, 2017).

En el marco de la economía digital, se destaca un sector vital conocido como los medios digitales, estos engloban diversas formas de comunicación en plataformas en línea, sin importar su origen (Moreano, 2018).

El segundo sector a considerar es el comercio electrónico, el cual involucra la comercialización de productos y servicios por medio de plataformas, conectando a una red de compradores y vendedores a nivel global (Jiménez et al., 2021).

Bulut y Miynat (2017) sintetizan que es esencial llevar a cabo investigaciones sobre el comercio electrónico para lograr una eficiencia tributaria. Asimismo, destacan la necesidad de prevenir la doble imposición y establecer un sistema tributario justo mediante acuerdos a las bases impositivas de dichos países.

El Fintech, es el tercer y último sector dentro de la economía digital, el cual engloba aquellas compañías y servicios que hacen uso de la tecnología para potenciar y

simplificar las operaciones financieras. Esto abarca desde aplicaciones de pago móvil, préstamos en línea, inversiones automatizadas, hasta el uso de criptomonedas. Estas innovaciones tecnológicas están transformando el ámbito financiero, proporcionando soluciones más accesibles (Barrera, 2021).

Como tercera y última dimensión se tiene a la tributación digital en otros países. Esta se refiere a la imposición de cargas sobre las transacciones económicas realizadas en el entorno virtual. Grava las ventas en línea y otros servicios que operan en el mundo virtual (Álvarez, 2021).

Álamo y Lagos (2015) destacan la importancia de la tributación digital al subrayar que garantiza una imposición justa y adecuada de las actividades económicas en línea. Además, si no se grava de manera efectiva esta nueva forma de negocio en línea, podría tener un impacto negativo en los ingresos gubernamentales.

En países de América Latina, como Colombia, se han implementado medidas fiscales. Por ejemplo, la Reforma Tributaria de 2016 con la Ley N°1819, Colombia comenzó a aplicar un gravamen del 19%. Además, se estableció la asignación de las plataformas digitales prestadas desde el extranjero dentro de Colombia, con el fin de recaudar impuestos sobre estas transacciones (Pava, 2018).

Asimismo, se tiene el estudio de Zapata (2023) donde menciona que Colombia ha estado aplicando la imposición de tributos en plataformas digitales desde que fue aprobada en el 2017. Esta medida busca gravar las obligaciones tributarias establecidas en el país para las diversas transacciones digitales, como el streaming de contenidos, publicidad, películas, podcasts y otros similares. Se ha planteado que algunas de estas plataformas deberán afrontar un nuevo impuesto, y que buscan reglamentar los artículos de la reforma tributaria en el 2022, lo cual el incremento será del 3% de los ingresos brutos que generan en dicho país.

Por otro lado, el estado mexicano aprobó una reforma en relación a la economía digital, la cual establece que el impuesto sobre la renta se aplica a esta economía, dado a que las plataformas digitales actúan como intermediarias en la comercialización de bienes o servicios llevada a cabo por residentes del país. Este impuesto se recauda a través de cualquier plataforma utilizada para llevar a cabo

dichas transacciones con el IVA correspondiente, así como ser remitido a los ingresos de fuente mexicana (Covarrubias y Skatt, 2020).

Si bien es cierto que el entorno digital no reconoce fronteras, lo que ha llevado a una amplia adopción de diversas plataformas, la legislación chilena no es ajena a esta tendencia. En este contexto, los servicios digitales estarán sujetos a una tasa del 3 o 5% (impuesto sobre los ingresos y no sobre las utilidades). La recaudación se dirigirá al fisco del país donde se solicita el servicio, y el saldo se trasladará a la empresa que presta dicho servicio (Blume, 2018).

Cannas et al. (2018) señala que la regulación fiscal en naciones europeas como Francia, Italia, España y otras, han introducido de forma independiente un impuesto específico en el ámbito de servicios en línea, con la aplicación de una tasa del 3%. Este impuesto se ha diseñado para abordar el desafío de la falta de tributación.

La política tributaria europea, resulta intrigante ya que el sistema fiscal de la India se ha convertido en una economía digital de un billón de dólares para el 2024. A inicios del 2017, ha implementado el Impuesto sobre Bienes y Servicios, con una tasa del 18%, aplicándose tanto a empresas locales y extranjeras (González, 2020).

Por otra parte, Kostovska et al. (2020) mencionan que cuatro naciones de la Unión Europea, incluyendo Alemania, Italia, Francia y Bélgica, han implementado impuestos específicos a plataformas digitales como Netflix. Estos gravámenes, son influenciados por estrategias previas aplicadas a actores audiovisuales, ajustándose a la trayectoria y persiguiendo objetivos económicos.

Por consiguiente, se tiene a la segunda variable, el cual se denomina recaudación fiscal, este se origina a lo largo del tiempo, la configuración del IVA ha experimentado diversas transformaciones. Inicialmente, se estableció como un impuesto con el objetivo principal de incrementar la recaudación fiscal para fortalecer o restablecer el nivel de ingresos del estado (CEPAL, 2006).

La recaudación fiscal hace referencia al procedimiento a través del cual el gobierno de una nación adquiere recursos económicos al recaudar impuestos de parte de sus ciudadanos o entidades. Estos recursos se destinan a financiar variedad de actividades públicas (Saavedra y Delgado, 2020).

Como primera dimensión se tiene la fiscalidad en plataformas digitales, la cual se refiere a la regulación y recaudación de impuestos en transacciones y actividades económicas en línea. Su propósito es garantizar que las grandes empresas cumplan con su cuota justa de obligaciones fiscales, sin importar el país en el que desarrollen sus operaciones económicas (Jabalera, 2021)

Dentro de los impuestos, se tiene el gravamen a las ventas, siendo abonado únicamente el consumidor final. Tal impuesto es de alcance global, variando las tasas entre un 5% y un 25%, en el caso de Canadá es del 15% mientras que en Francia alcanza el 20%. En la región de América Latina, naciones como Chile, Uruguay y Argentina tienen tasas más elevadas, mientras que otros, como Brasil, Panamá y México presentan tasas más bajas (Ángulo, 2018).

Por otro lado, se indica que se vuelve más complicado el proceso de recaudación de gravámenes, dado a que, en numerosas ocasiones, estas transacciones económicas se llevan a cabo directamente entre una empresa extranjera y un individuo, quien normalmente no está sujeto a la retención de estos impuestos, lo que dificulta la tarea de recaudarlos (Olbert y Spengel, 2019).

Medrano (2018) da a conocer otro impuesto, el gravamen a la renta, que es un tributo que las personas y compañías pagan sobre sus ganancias e ingresos. Es esencial porque establece cuáles ingresos están sujetos a gravamen. En el contexto de las empresas, este impuesto se aplica a las ganancias obtenidas al vender activos fijos, como maquinaria.

Por otra parte, se señala que esto se vuelve especialmente complicado cuando se trata de gravámenes directos, como el impuesto a la renta. La complejidad de este tema se origina en el hecho de que las operaciones económicas en el entorno digital no dependen necesariamente de la presencia física de empresas en jurisdicciones extranjeras (Lema, 2022).

Jiménez (2021) sintetiza que, dentro del ámbito de la fiscalidad digital, se incluye el concepto de establecimiento permanente, este se refiere a una presencia constante en un país a través de operaciones en línea. En la fiscalidad internacional, es crucial para determinar si una empresa debe tributar en un país por sus ingresos digitales.

Para evitar esto, se sugiere establecer nuevos sistemas y requisitos formales de informes ante las autoridades fiscales, especialmente en el comercio electrónico; con el fin de garantizar una tributación digital justa y equitativa (Jiménez, 2021).

En cuanto a la segunda dimensión, que es la recaudación potencial. Esto abarca el campo de los servicios digitales en diferentes naciones, además se explora la recaudación en naciones que todavía no gravan los servicios digitales; asimismo, recalca que tiene un impacto en los ingresos fiscales como la actividad económica que cumplen con sus obligaciones tributarias (Jiménez y Podestá, 2021).

En la lista de países que comenzaron a aplicar el IVA a empresas digitales, destaca el caso de Chile, que logró recaudar casi 120 millones de dólares en ingresos durante los siete primeros meses. Esto representa cerca del 0,04% de su PBI. No obstante, es importante tener en cuenta que esta cifra corresponde a los primeros meses de implementación del IVA. Cuando se disponga de la recaudación de un año, es probable que este indicador se acerque al 0,08% del PBI. En Costa Rica, la aplicación del IVA a servicios digitales generó un recaudo de 1,7 millones de dólares en el primer mes, mientras que en Ecuador se recaudaron 2,4 millones de dólares en el primer mes y medio de implementación (Jiménez y Podestá, 2021).

Como última dimensión se encuentran a los agentes de retención a nivel internacional. En este sentido, se citó a Amar y Grondona (2021), quienes indican que los agentes de retención en servicios digitales son entidades encargadas de recaudar y remitir impuestos en transacciones en línea como plataformas digitales, pagadores de b/s, o instituciones financieras intermediarias. En diversos países, se aplican impuestos a transacciones digitales, para pagar el impuesto o estar sujetas a retenciones en los pagos.

Las tasas de retención varían significativamente de un país a otro, y estas pueden oscilar entre el 0,4% y el 30% de los ingresos brutos generados en cada transacción digital. La amplia gama de tasas refleja la diversidad de enfoques fiscales en el contexto digital. Algunos países optan por una base impositiva amplia, gravando transacciones vinculadas con b/s digitales, mientras que, en otros, la retención se aplica únicamente a servicios específicos (Amar y Grondona, 2021).

II. METODOLOGÍA

En relación con el tipo, enfoque y diseño de la investigación, se caracterizó por ser de naturaleza aplicada. Esta característica implica llevar a cabo estudios originales con el fin de obtener nuevos conocimientos, pero con un enfoque principal en lograr un objetivo o propósito práctico específico, asimismo se realiza con la intención de descubrir cómo los hallazgos de la investigación básica pueden ser aplicados en la práctica, o para encontrar nuevos enfoques que ayuden a alcanzar metas específicas ya establecidas (OECD, 2018).

Dentro del contexto de este estudio, se optó por un enfoque mixto. Estos combinan datos numéricos y descriptivos para entender mejor un problema de investigación, permitiendo aprovechar lo mejor de los enfoques cuantitativos y cualitativos, superando sus limitaciones individuales y enriqueciendo la comprensión del tema. Al juntar diferentes formas de recopilar y analizar datos, se obtiene una visión más completa del asunto estudiado (Barreto y Lezcano, 2023).

En relación al diseño de la investigación, se empleó un enfoque no experimental. En este enfoque, las variables no son manipuladas ni alteradas por parte del analista; en su lugar, el educando aplicará técnicas y herramientas para observar los fenómenos en su contexto natural antes de someterlos a un análisis detallado. Este tipo de diseño permite una comprensión más profunda de los fenómenos, ya que se estudian en su entorno real, lo que brinda una perspectiva más auténtica y con mayor relevancia (Leatherdale, 2019).

Finalmente, en el alcance del estudio se optó por definir el nivel descriptivo – propositivo. En los estudios descriptivos se busca obtener una visión amplia de un problema de investigación, identificando variables y formulando hipótesis, asimismo se enfocan en recopilar información detallada y describir minuciosamente los aspectos investigados, buscando responder preguntas claves. Por otro lado, los estudios propositivos van más allá al no solo describir hechos, sino también proponer soluciones y recomendaciones para abordar los desafíos identificados en la investigación (Martínez, 2018).

En el marco del presente estudio se tuvo como variable independiente a la tributación digital, este hace alusión a la imposición de impuestos en actividades

económicas en línea, teniendo como objetivo principal el garantizar la equidad fiscal, asegurando que empresas y personas que operan en el entorno digital paguen impuestos de manera similar a las empresas físicas (Álvarez, 2021).

Asimismo, se tiene la definición operacional, el cual se optó por medir a través de los sectores de la economía digital, tomando en cuenta el impacto digital. Además, se analizó mediante comparaciones fiscales entre diversos países.

En virtud de esto, la primera dimensión se centra en el impacto digital y sus indicadores incluyen las plataformas digitales y usuarios que operan en el país. La segunda dimensión se enfoca en los sectores de la economía digital, con indicadores que abarcan los medios digitales, el comercio electrónico y el Fintech. Y la tercera dimensión se orienta en la tributación digital en otros países, y sus indicadores comprenden la tributación fiscal en naciones latinas y europeas. Cabe mencionar que se tomó en cuenta la escala nominal.

En cuanto a la variable dependiente, que es la recaudación fiscal, se define conceptualmente como el procedimiento por el cual el gobierno obtiene ingresos a través de la imposición de impuestos a ciudadanos y entidades. Estos fondos se utilizan para financiar actividades y servicios públicos, como educación, seguridad, infraestructura y otros (Saavedra y Delgado, 2020).

Con respecto a la definición operacional, se llevó a cabo evaluando el potencial de recaudación en términos porcentuales. Se identificaron tres dimensiones: la primera dimensión fue la fiscalidad en plataformas digitales con indicadores como el gravamen a las ventas, el gravamen a la renta y el establecimiento permanente. La segunda dimensión abarca la recaudación potencial, con indicadores que incluyen la recaudación potencial del IVA en diferentes países, la recaudación potencial en porcentajes del PBI y, la recaudación potencial sobre bienes y servicios. La tercera dimensión se relaciona con los agentes de retención a nivel internacional, teniendo como indicador a las tasas de retención sobre los servicios digitales. Finalmente se empleó la escala nominal (Anexo 1).

La población estuvo integrada por la documentación relacionada con la recaudación fiscal en el Perú bajo el contexto de las plataformas digitales, con el objetivo de

comprender cómo los usuarios de estos servicios generan y proporcionan datos que podrían ser empleados por las autoridades fiscales para verificar el acatamiento de sus responsabilidades tributarias. Adicionalmente, la población estará conformado por expertos tributarios de la provincia de Chiclayo

Los criterios de inclusión se situaron en base a seis expertos en la parte contable, y que tengan discernimiento y experiencia en el ámbito tributario. En cuanto a los criterios de exclusión, se tuvo en cuenta a expertos que se encuentran en el área de finanzas y/o auditoría.

La muestra estuvo conformada por la documentación que comprende la base legal, tales como leyes, resoluciones y otras normativas relacionadas con el efecto de las plataformas digitales en el sistema tributario. Asimismo, la muestra estuvo representada por cuatro (6) especialistas en el área contable a quienes se les realizó la entrevista. Cabe señalar que se empleó un muestreo no probabilístico, dado a que se eligió la muestra de manera intencional.

La unidad de análisis comprendió el estudio del análisis documental y la entrevista desarrollada a expertos, en relación a la tributación digital.

En cuanto a las técnicas se empleó la técnica de análisis documental con la finalidad de revisar y evaluar la información relevante. Además, se utilizó la técnica de entrevista, la cual fue estructurada con expertos en tributación digital, donde se llegó a obtener perspectivas enriquecedoras; estos dos enfoques combinados garantizan una sólida base de datos para la investigación.

Asimismo, se implementaron instrumentos esenciales de adquisición de datos, como es la guía de observación de campo para captar información en tiempo real y una guía de entrevista para obtener perspectivas en profundidad de profesionales en el ámbito de la tributación digital.

El instrumento de la guía de entrevista, se sometió a un proceso de validación realizado por tres especialistas en el ámbito tributario. Este proceso aseguró que las preguntas formuladas sean apropiadas para obtener una visión profunda de la tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas digitales (Anexo 2).

Profesionales tributarios	Resultado de la validación
Elespuru Saavedra María del Socorro	Aceptable
Guevara Llatas Leydi	Aceptable
Vite Querebalú Julissa Milagros	Aceptable

El método de análisis se basó principalmente en la obtención de datos significativos a partir de fuentes de carácter académico, tales como revistas especializadas, artículos de investigación y libros electrónicos. Estos recursos se encuentran disponibles en la plataforma de la biblioteca virtual MyLOFT, que ofrece acceso a una amplia gama de publicaciones académicas actualizadas y pertinentes en el ámbito de la tributación digital.

En cuanto a las entrevistas con los cuatro especialistas en contabilidad, se recurrió a herramientas esenciales como Microsoft Excel y Microsoft Word. A través del uso de Excel, se llevó a cabo un proceso de ordenamiento de los datos. Además, Microsoft Word se empleó con el fin de registrar y contextualizar las observaciones.

En los aspectos éticos de esta investigación se prioriza en gran medida el principio de la confidencialidad, dado a que se garantizó que la identidad de los participantes se mantenga anónima, fortaleciendo así la confianza y la privacidad de quienes colaboraron en el presente estudio.

Al mismo tiempo, se mantuvo el criterio de la objetividad al presentar imparcialmente los datos y la información recopilada en el análisis de documentos, basándose en hechos reales.

La originalidad fue un elemento sobresaliente, ya que se destacó por su carácter innovador y no se fomentó la copia o plagio de otras fuentes, con la finalidad de respetar la propiedad intelectual.

Por último, se siguió el principio de veracidad, asegurando y respaldando que la información se comunique de manera precisa sin distorsiones ni exageraciones, respaldando la credibilidad de la investigación mediante el consentimiento informado de los entrevistados, quienes autorizaron la divulgación de sus respuestas (Anexo 3, 4 y 5).

III. RESULTADOS

Este estudio se centró en analizar exhaustivamente la tributación digital y la recaudación fiscal en el contexto de las plataformas digitales en el Perú, con el objetivo principal de explorar las implicaciones legales, económicas y sociales de los mecanismos de tributación y su impacto en la recaudación fiscal. La adquisición de datos se realizó utilizando la técnica de análisis documental; además, se realizaron entrevistas estructuradas con expertos en tributación para obtener perspectivas enriquecedoras. Para ello, se implementaron dos instrumentos específicos, como la guía de análisis documental y una guía de entrevista.

El resultado principal es que la tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales representan un campo de creciente importancia si se aplicaría en el Perú, especialmente considerando el acelerado progreso de la inteligencia artificial y su potencial para transformar estos procesos. Actualmente, el país enfrenta desafíos significativos en esta área, como la necesidad de actualizar su legislación para abordar las operaciones B2C y C2C, así como la implementación de mecanismos efectivos para la recaudación de impuestos indirectos en transacciones digitales. Según estudios recientes, el Perú dejó de recaudar alrededor de 113 millones de dólares de IGV en el año 2020 debido a la falta de adaptación de sus leyes a la economía digital.

1. Tributación digital que se aplica en las plataformas digitales a nivel internacional.

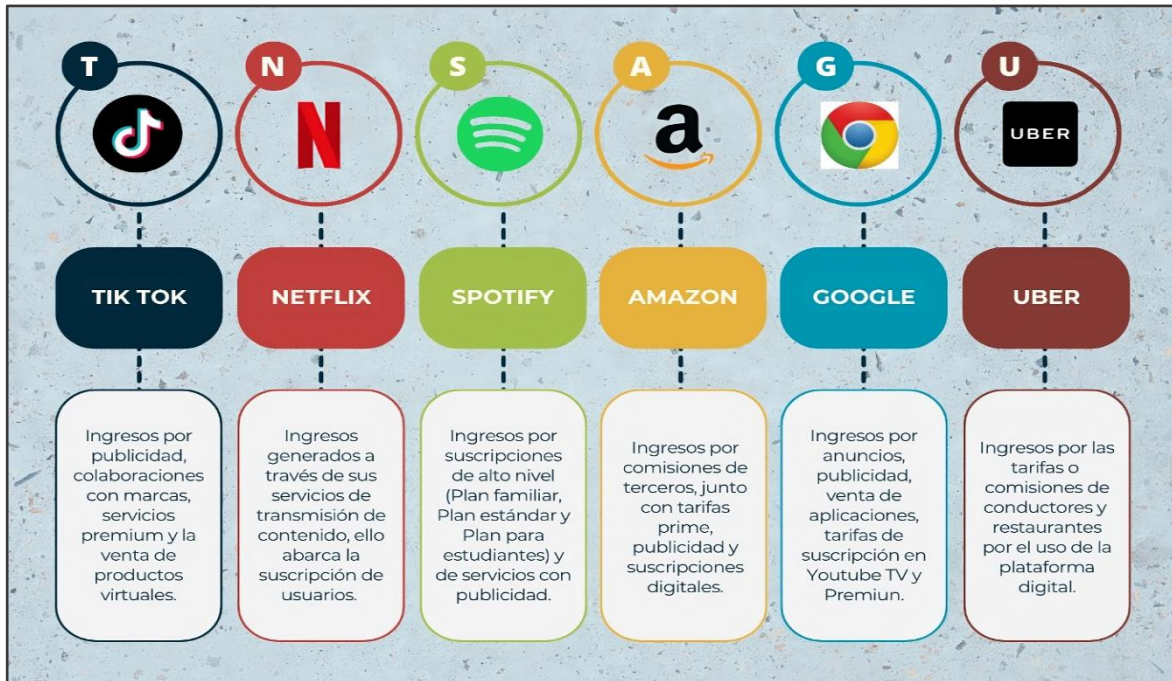
Se realizó un análisis documental para recopilar información, el cual incluyó la consulta de organismos como el CIAT, UNCTAD, CEPAL, así como la revisión de publicaciones científicas accesibles en la biblioteca virtual de la respectiva institución académica. Este enfoque riguroso permitió obtener los siguientes resultados detallados:

Dimensión 1: Impacto digital

Con el propósito de respaldar la dimensión previamente mencionada, se desglosó la información en dos indicadores: los servicios gravados por plataformas digitales a nivel mundial y el número de usuarios que operan en el mundo.

Figura 1

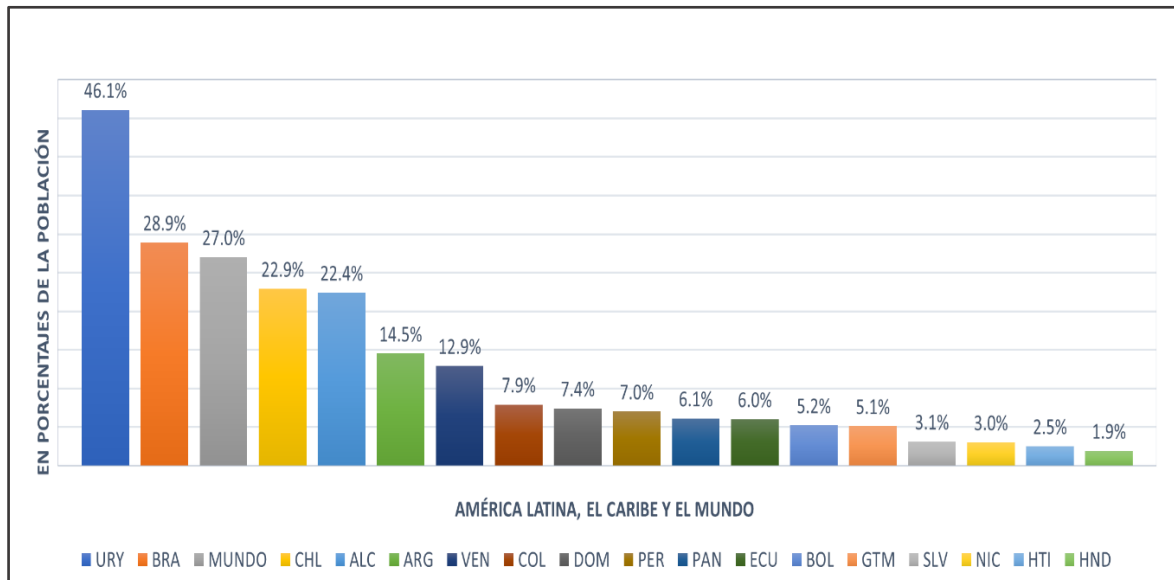
Servicios gravados por plataformas digitales a nivel mundial



Nota: Esta figura ilustra los servicios gravados por plataformas digitales a nivel global, según los datos obtenidos de Jiménez y Podestá (2021); Budzinski et al. (2021).

Figura 2

Número de usuarios que operan en el mundo, en el período 2021



Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD,2021); Harpaz (2021).

Interpretación:

Al analizar la Figura 1 que presenta los servicios gravados por plataformas digitales, se revela una diversidad de modelos de negocio entre los principales actores del ecosistema digital. Tales plataformas se destacan por generar ingresos a través de múltiples canales, como publicidad, colaboraciones con marcas, servicios premium, venta de productos virtuales, entre otros.

Netflix se distingue por sus ingresos generados a través de sus servicios de transmisión de contenido, mientras que Spotify se basa en suscripciones premium y servicios publicitarios. Actores como Amazon, Google y Uber también figuran como importantes, obteniendo ingresos de diversos servicios digitales. Se destaca que tanto Netflix como TikTok emergen como las plataformas más utilizadas, lo que subraya su prominencia en el panorama digital actual.

Según los datos presentados en la Figura 2, en el periodo 2021, aproximadamente 1,500 millones de personas, equivalentes al 27% de la población mundial de personas mayores de 15 años, realizaron compras en línea en el período 2019. La adopción de las transacciones digitales, manifestada en los porcentajes, refleja una interacción compleja de factores que delimitan las tendencias de consumo en línea a nivel global y regional. Países como Uruguay y Brasil emergen como líderes regionales debido a sus economías sólidas y una infraestructura digital avanzada, lo que facilita la participación en este tipo de operaciones.

En contraste, naciones con infraestructuras menos desarrolladas, como algunas en América Latina y la baja participación de países como El Salvador, Nicaragua, Haití y Honduras, enfrentan desafíos para la adopción del comercio electrónico. Además, la confianza en las transacciones en línea, influida por la cultura de consumo juega un papel fundamental porque afecta directamente la disposición de los consumidores para efectuar compras por Internet.

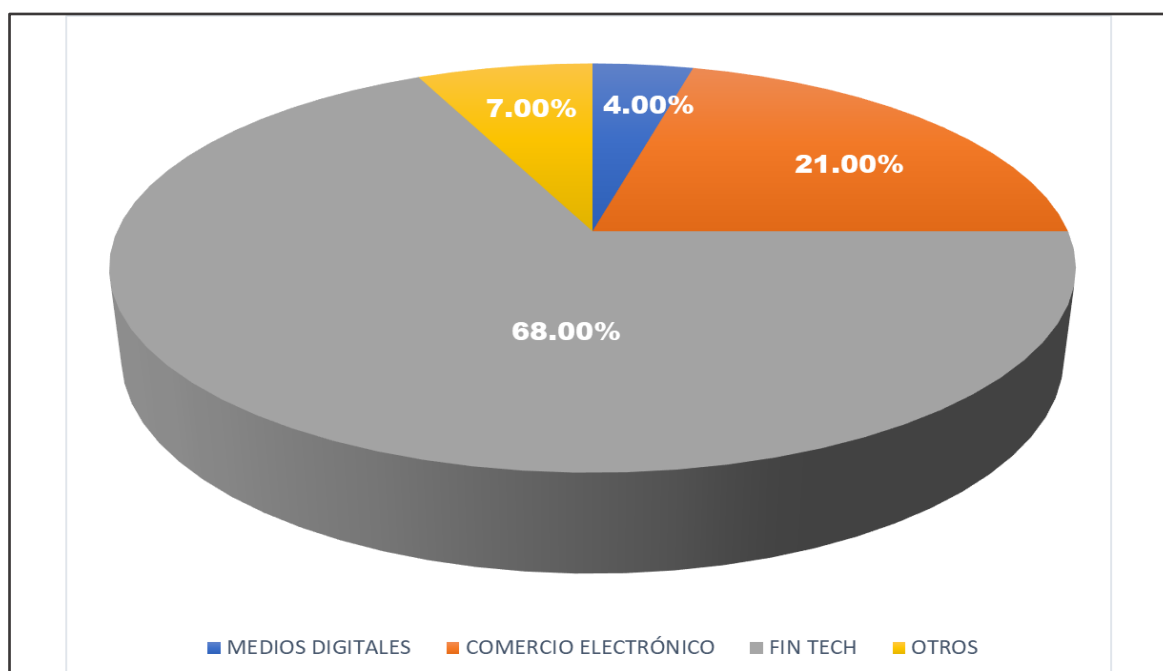
Esto revela la necesidad de políticas tributarias adaptables para abordar la diversidad de actividades digitales. Tal hallazgo resalta la importancia de fortalecer la confianza de los consumidores en las transacciones en línea, especialmente en áreas con infraestructuras menos desarrolladas, como un medio esencial para promover la inclusión digital y el crecimiento económico sostenible a nivel mundial.

Dimensión 2: Sectores de la economía digital

La dimensión planteada se sustenta en un análisis de tres sectores: Medios digitales, el Comercio electrónico y Fintech.

Figura 3

Ingresos de la economía digital por sectores, en el período 2021



Nota: Los ingresos presentados reflejan el desglose de la economía digital por sectores, proporcionando una visión integral en porcentajes.

Fuente: Moreano (2018); Barrera et al. (2021); Jiménez y Podestá (2021).

Tabla 1

Ingresos por sectores de la economía digital, en el período 2021

SECTORES	América Central	América del Sur	Caribe	México	América Latina y el Caribe		
					Millones de USD	% PBI	% en el mundo
Medios digitales	665	9319	447	4376	14807	0.3	5.1
Comercio Electrónico	3027	49347	1732	21209	75315	1.7	2.8
Fin Tech	17209	162827	8473	54186	242695	5.5	3.6
Otros	930	18136	586	6929	26581	0.6	0.6
TOTAL	21831	239629	11238	86700	359398	8.1	9.4

Nota: Los datos presentados en esta tabla detalla la estimación de ingresos por sectores de la economía digital en subregiones. La información proviene de los estudios realizados por Jiménez (2021); Jiménez y Podestá (2021).

Interpretación:

Al observar la Figura 3, se revela una distribución significativa de los ingresos entre los sectores de Fintech, comercio electrónico y medios digitales. Se destaca que FinTech, enfocado en los pagos digitales, es la principal fuente de ingresos, representando alrededor de dos tercios del total en promedio regional. Le sigue el comercio electrónico, que constituye una quinta parte de los ingresos digitales, y los medios digitales, que representan una proporción menor.

Cabe mencionar que, existen limitaciones significativas para medir con precisión los ingresos de la economía digital, debido a la naturaleza dinámica y en constante evolución de este sector. A pesar de estas restricciones, se han realizado cálculos para ofrecer una perspectiva general sobre cómo se distribuyen los ingresos por sectores dentro de la economía digital en América Latina y el Caribe.

La Tabla 1 muestra la estimación de ingresos de la economía digital en esta región, destacando un crecimiento anual proyectado del 28%, alcanzando los \$359,4 millones, lo que representa el 8,1% del PIB regional. Este crecimiento subraya la relevancia de la economía digital en el progreso económico de la región.

Entre los diversos sectores, el sector de tecnologías financieras, es decir, el FinTech es el que más resalta. Este sector ha experimentado un crecimiento sustancial, captando una porción significativa del mercado digital. La expansión del sector ha facilitado el acceso a servicios financieros y ha mejorado la inclusión financiera en muchas subregiones, reflejando su crucial papel en la economía digital. Su contribución al PIB es notablemente mayor en comparación con otros sectores, lo que subraya su impacto y potencial de crecimiento.

El comercio electrónico y los medios digitales también han mostrado un desempeño sólido, el cual ha sido impulsado por transformaciones en los hábitos de consumo y una creciente adopción de tecnologías digitales, mientras que el sector de medios digitales ha visto un aumento en el consumo de contenidos digitales.

Estos hallazgos, reflejan que la falta de un marco fiscal específico para dichos sectores en Perú representa un desafío significativo. A nivel de América Latina, la estimación para los Fintech ha experimentado un notable incremento en sus ingresos, subrayando la importancia de una regulación tributaria adecuada. En

Perú, la ausencia de una tributación clara para estas empresas genera incertidumbre, pierde a su vez potenciales ingresos fiscales que podrían destinarse a servicios públicos y desarrollo económico. La carencia de regulación específica también fomenta la informalidad y afecta la competencia justa en el mercado.

Dimensión 3: Tributación digital en otros países

Para respaldar la dimensión en cuestión, se llevó a cabo un análisis detallado entre dos indicadores específicos: la tributación digital en naciones latinas y europeas. Estos indicadores proporcionan una perspectiva comparativa sobre los enfoques tributarios adoptados, como se mostrará a continuación:

Figura 4

Servicios digitales gravados en naciones latinas y europeas



Nota: El gráfico muestra los servicios digitales sujetos a impuesto.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020)

Tabla 2*Tributación digital en nacional latinas*

Naciones Latinas	Año	Alícuota	Pautas para establecer la ubicación del consumo	Año de recaudación	Millones de USD
Argentina	2018	21%	Incluyen la información relacionada con la tarjeta SIM, la dirección de facturación del cliente y la dirección asociada a la cuenta bancaria.	2019	79.00
Colombia	2018	19%	Incluyen la ubicación de emisión de la tarjeta o cuenta bancaria, la dirección IP del dispositivo utilizado y el código país de la tarjeta SIM.	2019	77.00
Uruguay	2018	22%	Incluyen la dirección IP, la dirección de facturación del cliente y el lugar de emisión de los medios de pago electrónicos.	2019	18.40
Chile	2020	19%	Incluyen la dirección IP del dispositivo, el lugar donde se emitió o registró la tarjeta o medio de pago y el domicilio del comprador.	Jun-Dic 2020	119.60
Ecuador	2020	12%	Incluyen la dirección de facturación del cliente, la ubicación de la cuenta bancaria empleada para el pago y la dirección de facturación.	2021	19.00
México	2020	16%	Incluye el domicilio del cliente, los pagos realizados a través de un intermediario local, la dirección IP y el número de teléfono.	2020	304.00
Costa Rica	2020	13%	Incluye la dirección donde se presta el servicio, la ubicación de intermediarios si el proveedor final está domiciliado en el país, etc.	Set-Oct 2020	2.40

Nota: La información presentada en la tabla fue recopilada a partir de varios autores, cuyas referencias específicas pueden encontrarse detalladas en la sección de referencias bibliográficas.

Fuente: Alarcón et al. (2022); Quimbayo (2021); Pava (2018).

Tabla 3*Tributación digital en nacional europeas*

Naciones Europeas	Año	Ley	Alícuota	Pautas para establecer la ubicación del consumo
Francia	01/01/2015	La ley, en el artículo 259 C - CTF	20%	La determinación del lugar de consumo se basa en elementos claves, como la dirección actual del cliente, la dirección de facturación, la dirección IP, el número de teléfono, la ubicación de la línea fija del cliente y otros datos comerciales pertinentes que puedan afectar la transacción.
Italia	31/03/2015	Decr. Legislativo, n. 42, directiva 2000/31/EC	22%	
España	01/01/2015	Orden HAP / 460/2015	21%	

Nota: Los datos presentados en la tabla son el resultado de la síntesis de análisis realizados por varios autores, cuyas fuentes se encuentran detalladas en la sección de referencias. Fuente: Cannas et al. (2018); González (2020); Quimbayo (2021).

Interpretación:

Al analizar la Tabla 2, que detalla las tasas impositivas aplicadas a los servicios digitales en naciones latinoamericanas, se evidencia una notable variabilidad tanto en las tasas impositivas como en las pautas utilizadas para determinar la ubicación del consumo y los requisitos de registro para los proveedores. Argentina, Colombia y Uruguay muestran tasas de impuestos más altas en comparación con otros países como Chile, Ecuador, México y Costa Rica. Por otro lado, Paraguay presenta la tasa más baja entre los países analizados.

En cuanto a la recaudación de estos impuestos varía considerablemente entre países, influenciada por factores como el tamaño de la economía y la eficiencia de la gestión fiscal, como se evidencia es el caso de México, que exhibe una recaudación sustancialmente más alta.

Por otro lado, la Tabla 3 describe la tributación digital en naciones europeas, allí se implementa un régimen especial de tributación indirecta para los servicios prestados por medios electrónicos. Este régimen implica la aplicación del gravamen

a sujetos que operan fuera del ámbito territorial de la normativa fiscal. Además, el impuesto se aplica en el lugar donde se encuentra el usuario final. Se ha establecido un umbral de 10,000 euros anuales para determinar si los proveedores deben tributar en su propio país. Si se supera este umbral, los proveedores están obligados a registrarse en los Estados Miembros, declarar y entregar el impuesto correspondiente, o pueden optar por el régimen de ventanilla única.

Un hallazgo significativo en la imposición de servicios digitales en la Unión Europea, es el régimen especial de tributación indirecta aplicado a través del gravamen. Este régimen, diseñado para adaptar la normativa fiscal a la economía digital y al comercio electrónico transfronterizo, se enfoca en aplicar el IGV en el lugar de consumo final. Esta estrategia tiene como objetivo evitar la elusión fiscal y garantizar una competencia justa entre proveedores locales y extranjeros.

Además, se establece un umbral para la tributación en el lugar de origen, lo que proporciona una medida de simplificación para los proveedores de servicios digitales con operaciones transfronterizas, al tiempo que mantiene la integridad del sistema tributario. Por último, la opción del régimen de ventanilla única (OSS) ofrece una solución para la gestión simplificada del IVA en múltiples Estados Miembros, reduciendo la carga administrativa para los proveedores de servicios digitales.

En definitiva, la tributación digital en naciones latinas y europeas presentan desafíos y complejidades significativas. Los hallazgos revelados en la variabilidad de las tasas impositivas, las pautas para determinar la ubicación del consumo y los requisitos de registro para los proveedores reflejan la diversidad de enfoques en la regulación de los servicios digitales.

Este panorama subraya la necesidad imperiosa de una mayor colaboración internacional para establecer regulaciones equitativas y efectivas en el ámbito de la tributación digital. Tal colaboración es crucial tanto para las entidades que operan en el mercado digital como para los formuladores de políticas, quienes buscan garantizar un entorno tributario justo y eficiente para fomentar el crecimiento y la equidad en la economía digital.

2. Recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú

Se llevó a cabo un análisis documental para recopilar información, el cual implicó la consulta de organismos relevantes como la CEPAL, así como la revisión minuciosa de leyes, regulaciones y disposiciones legales pertinentes; además, se examinaron detalladamente revistas científicas disponibles en la biblioteca virtual.

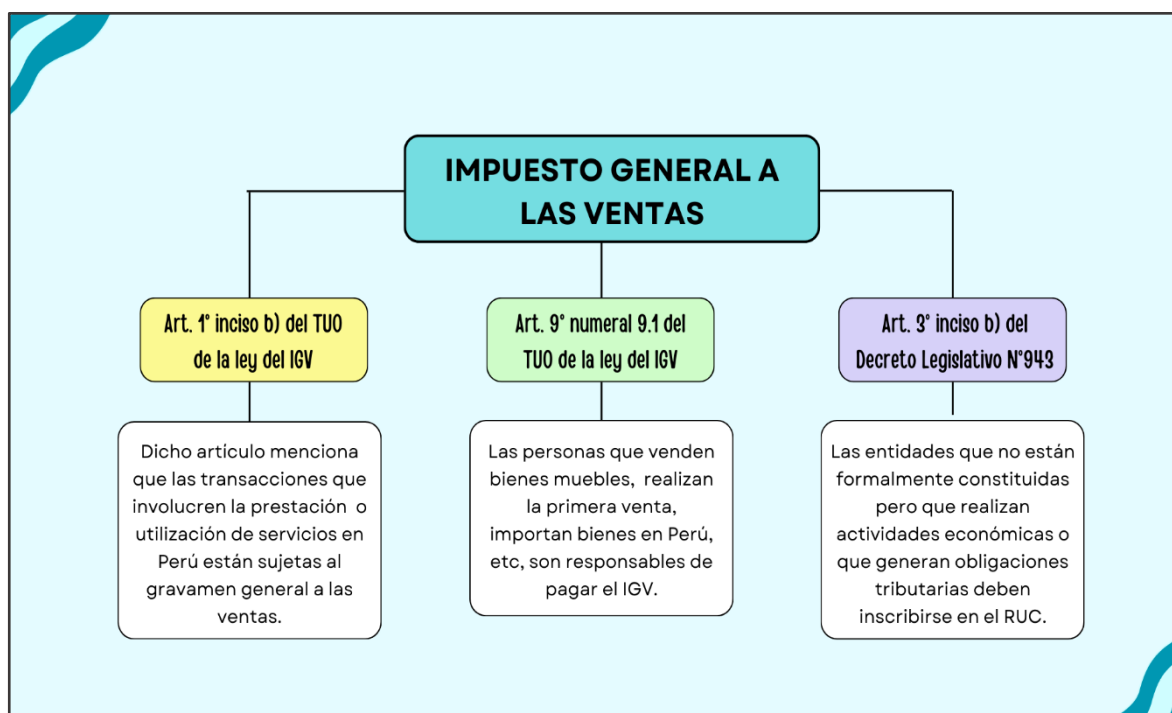
Este enfoque riguroso, que abarcó tanto fuentes académicas como legales, permitió obtener una visión integral y facilitó la elaboración de los resultados detallados que se presentan a continuación:

Dimensión 1: Fiscalidad en plataformas digitales

Para respaldar la dimensión mencionada, se tomaron en cuenta tres indicadores esenciales: el Gravamen General a las Ventas, el Gravamen a la Renta y el Establecimiento Permanente. Los resultados obtenidos en este análisis serán presentados a continuación:

Figura 5

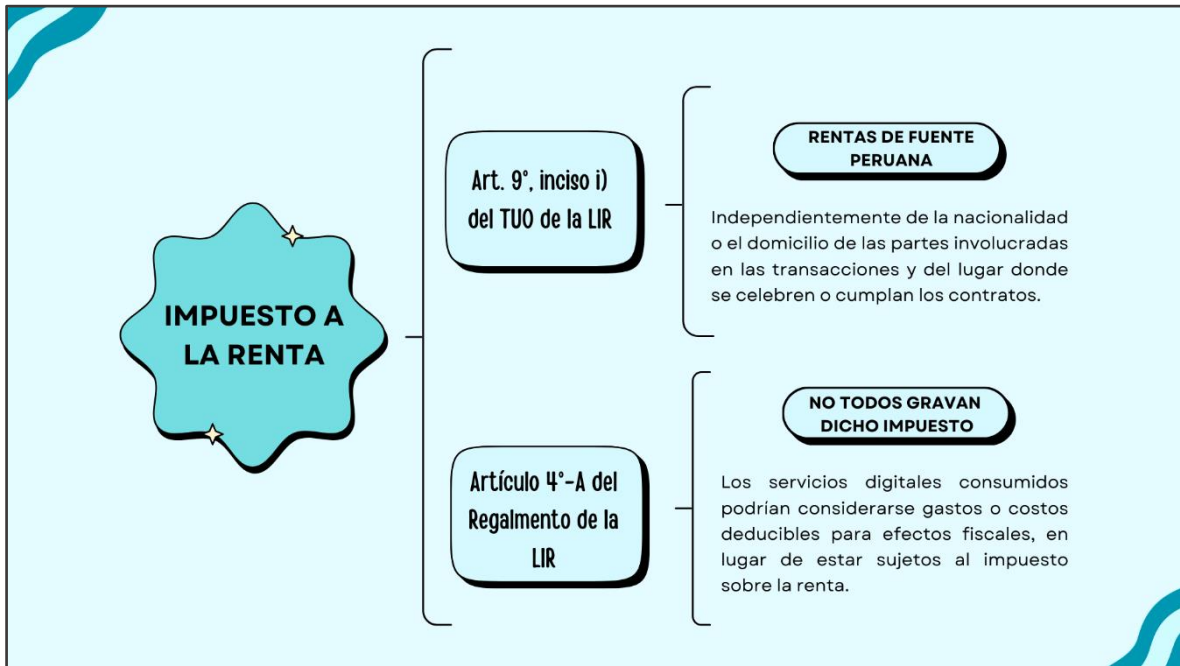
Situación impositiva del gravamen general a las ventas en el Perú



Fuente: Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1999); Ley del Registro Único de Contribuyentes (2003).

Figura 6

Situación impositiva del gravamen a la renta en el Perú



Fuente: Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (2004); Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta (1994).

Figura 7

Países que implementaron el establecimiento permanente



Fuente: Jiménez (2021).

Interpretación:

De acuerdo a la Figura 5, se puede visualizar que la normativa tributaria en Perú establece las bases para la tributación de actividades económicas en el país. Sin embargo, se denota la falta de disposiciones específicas sobre la tributación de los servicios digitales, esto limita la capacidad del país para recaudar impuestos de manera efectiva. Por ello, es necesario adaptar la legislación tributaria para incluir criterios claros sobre la identificación y gravamen de estos servicios, así como establecer mecanismos adecuados de registro, lo que garantizará una tributación equitativa y contribuirá a generar ingresos para el Estado.

El Art. 1 inciso b) del TUO de la Ley del IGV podría ampliarse para incluir la prestación de servicios digitales dentro de su alcance. Esto significaría que las empresas que ofrecen servicios digitales, como plataformas de transmisión de contenido estarían sujetas al Gravamen General a las Ventas en Perú.

Con respecto a la Figura 6 se destaca que, aunque el Art. 9° establece la tributación de los servicios digitales utilizados en Perú, el reglamento de LIR introduce excepciones para gravar estos servicios. Específicamente, se menciona el Artículo 4°-A del reglamento, que establece condiciones para gravar los servicios digitales, como su necesidad para la actividad económica del contribuyente o su uso para fines específicos mencionados en la ley. Es decir, a pesar de la tributación de los servicios digitales, el reglamento permite excepciones en ciertas circunstancias, donde estos servicios podrían considerarse como gastos deducibles en lugar de estar sujetos al impuesto sobre la renta.

En la Figura 7 muestra que, luego del pronunciamiento sobre el plan BEPS, se sugieren nuevos sistemas tomando en consideración el concepto de establecimiento permanente, con el fin de garantizar una tributación digital justa y equitativa. Países como Israel, India, Nigeria y Indonesia han sido pioneros en esta iniciativa. Según el Informe N.º 0055-2021-SUNAT/7T0000, las sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes de empresas extranjeras en Perú se consideran domiciliadas en el país para efectos fiscales. Esto significa que, a efectos fiscales, aunque la empresa matriz esté constituida en el extranjero,

cualquier operación o establecimiento que tenga en Perú se trata como si fuera una entidad local peruana.

Dimensión 2: Recaudación potencial

Aquí se han considerado tres indicadores: la Recaudación potencial del IVA, que refleja la tributación sobre transacciones en línea; la Recaudación en porcentaje del PBI, que proporciona una perspectiva de la contribución de la economía digital a la recaudación total; y la Recaudación sobre bienes y servicios.

Tabla 4

Recaudación potencial del IGV en millones de dólares en el Perú.

Plataformas digitales	Períodos		
	2018	2019	2020
Google	37.09	45.22	48.30
Netflix	14.15	18.30	21.63
Uber	13.00	13.09	10.31
Apple	10.23	13.11	15.43
Amazon	6.00	8.31	10.85
Spotify	4.38	5.20	5.39
Airbnb	1.46	1.89	1.12
Total	86.31	105.12	113.03

Nota: Este gráfico representa la pérdida de ingresos digitales en Perú.
Fuente: Jiménez y Podestá (2021).

Tabla 5

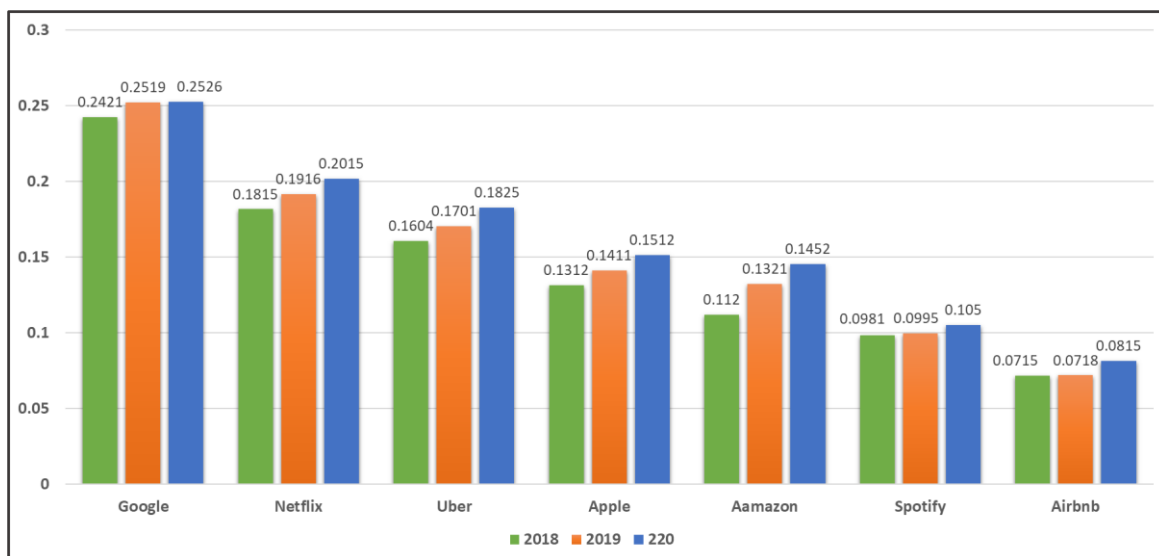
Recaudación potencial en porcentajes del PBI en el Perú.

Plataformas digitales	Períodos		
	2018	2019	2020
Google	0.016	0.020	0.025
Netflix	0.005	0.006	0.008
Uber	0.006	0.006	0.005
Apple	0.005	0.006	0.008
Amazon	0.003	0.004	0.006
Spotify	0.002	0.002	0.003
Airbnb	0.001	0.001	0.001
Total	0.038	0.045	0.056

Nota: Este gráfico muestra la pérdida de ingresos digitales en Perú.
Fuente: Jiménez y Podestá (2021).

Figura 8

Recaudación potencial sobre bienes y servicios en el Perú, periodo 2018 al 2020.



Nota: Este gráfico muestra la pérdida de ingresos digitales en Perú. Los resultados de este gráfico están expresados en porcentajes. Fuente: Jiménez y Podestá (2021); Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 20219)

Interpretación:

En los años recientes, la digitalización ha promovido un notorio aumento en diversos servicios en Perú, tales como el streaming, video, música, entre otros. Este crecimiento ha sido particularmente destacado, con un incremento del 80% solo en el año 2022. Como consecuencia, Perú ha ascendido hasta posicionarse como el sexto país con mayores ventas en línea. La preferencia por realizar compras a través de aplicaciones o sitios web ha ganado terreno entre los peruanos, como evidencia se tiene que el 80% de las personas realizan al menos una compra en línea semanalmente, equivalente al 52% de la población

Los datos recopilados ofrecen una visión completa de la pérdida de ingresos fiscales en Perú, especialmente en lo que respecta a las principales plataformas digitales. Según la Tabla 4, se estima que Perú ha dejado de recaudar alrededor de 86, 105 y 113 millones de dólares anuales durante los años 2018 a 2020. Este impacto negativo se traduce en una importante pérdida de ingresos fiscales debido a la falta de definición de este impuesto, lo que permite que las entidades extranjeras operen sin pagar impuestos y pone en desventaja a las compañías locales. Mientras que las entidades domiciliadas en Perú deben incluir el 18% de

impuesto indirecto en el costo de sus servicios, las empresas extranjeras no tienen esta obligación cuando operan fuera del territorio nacional.

La Tabla 5 proporciona una estimación sobre la contribución de estas plataformas en porcentajes del PBI. Google lidera el camino, seguido de cerca por Netflix, Uber y otros actores clave. Estos datos resaltan la importancia económica creciente de las plataformas digitales en el país, evidenciada por el aumento constante en los porcentajes de recaudación fiscal en relación con el PBI a lo largo de los años.

Asimismo, se presenta la Figura 8, el cual ofrece un análisis detallado de lo que se recaudaría sobre bienes y servicios digitales en el Perú si se ejecutarán los proyectos de ley. Una vez más, Google se destaca como el líder, seguido de cerca por Netflix. Este descubrimiento refuerza la influencia dominante de estas dos plataformas en el panorama económico digital peruano.

Existen diversos proyectos de ley, como el proyecto de ley N.º 2526 y el N.º 6181, donde plantean propuestas para no solo implementar el cobro de impuestos a las plataformas digitales, sino también evitar que este aumento se traslade directamente al precio final para los consumidores. Por ejemplo, Netflix, en sus políticas, ya contiene el gravamen, lo que sugiere que el precio no debería aumentar para los usuarios si se implementa este impuesto a las plataformas digitales. Esta medida busca equilibrar la necesidad de recaudación fiscal con la protección del poder adquisitivo de los consumidores finales, asegurando que no se vean afectados negativamente por el aumento de precios resultante de la aplicación de gravámenes adicionales a los servicios en línea.

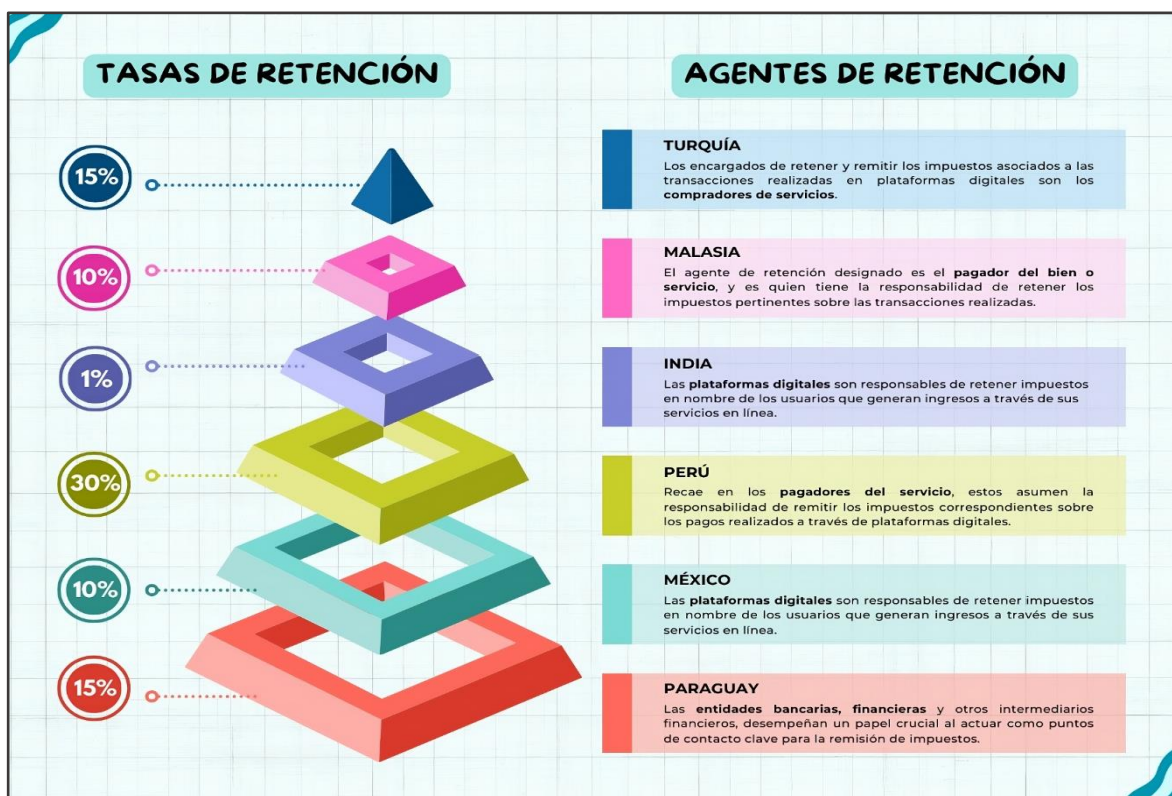
Este hallazgo revela la complejidad de la implementación de gravámenes sobre servicios digitales y la importancia de considerar tanto los aspectos fiscales como el impacto en los consumidores finales al diseñar políticas tributarias en este sector. Si bien la aplicación de impuestos a las plataformas digitales puede ser necesaria para garantizar una tributación equitativa y justa, es crucial encontrar formas de evitar que este aumento de costos se traslade directamente a los consumidores. En este sentido, los proyectos de ley representan un intento de abordar estos desafíos y encontrar un equilibrio entre la recaudación fiscal y la protección del poder adquisitivo de los usuarios en el ámbito de la economía digital.

Dimensión 3: Agentes de retención

La dimensión mencionada fue respaldada por un indicador, siendo este las tasas de retención sobre los servicios digitales, como se muestra a continuación:

Figura 9

Países que establecen tasas de retención fiscales en transacciones digitales



Nota: Las tasas de retención están expresadas en porcentajes.

Fuente: Amar y Grondona (2021).

Interpretación:

Según la Figura 9, en Perú se ha dado un paso importante al incluir los pagos realizados al exterior por servicios digitales entre empresas dentro del concepto de ingresos de origen peruano. Esto significa que dichos pagos están sujetos a una tasa impositiva del 30%, y esta cantidad debe ser retenida por el pagador correspondiente. Sin embargo, es crucial destacar que estas disposiciones no se aplican a las operaciones entre empresa y consumidor (B2C). Esta exclusión representa una problemática significativa, ya que una gran parte de las transacciones digitales son B2C, lo que permite a muchas plataformas digitales extranjeras operar sin tributar en Perú. Esto no solo genera una pérdida

considerable de ingresos fiscales, sino que también crea una desventaja competitiva para las empresas locales, que sí están sujetas a impuestos. Por lo tanto, es esencial considerar futuras reformas que incluyan la tributación de las transacciones B2C para lograr una recaudación más equitativa y efectiva.

Por otro lado, en Paraguay y Turquía, se aplica una tasa de retención del 15%, donde son los compradores de servicios quienes están encargados de retener los impuestos. Por otro lado, en México y Malasia, con tasas del 10%, son las propias plataformas digitales las que asumen este rol de retención.

Este panorama resalta la necesidad imperante de una mayor cooperación y la importancia fundamental de establecer estándares comunes. Estos hallazgos señalan la urgencia de abordar de manera efectiva los desafíos fiscales inherentes a la economía digital en un contexto global, enfatizando la necesidad de acciones concertadas para garantizar una tributación equitativa en el entorno digital.

Resultados de la entrevista ejecutada:

Se llevaron a cabo entrevistas con 6 especialistas en tributación, quienes proporcionaron información pertinente y consistente sobre la segunda variable de investigación, la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú. Los resultados obtenidos se presentan de manera consolidada para cada pregunta:

Dimensión 1: Fiscalidad en plataformas digitales

Para abordar el indicador 1, se exploró la pregunta sobre los pasos iniciales para establecer un marco tributario efectivo en el contexto peruano, considerando la falta de un gravamen en las plataformas en línea. Los entrevistados coincidieron en la necesidad de un enfoque meticuloso que comience con una comprensión exhaustiva de las operaciones en plataformas digitales. Identificar la generación de ingresos y su posible categorización fiscal se destacó como un aspecto crucial. Asimismo, enfatizaron la importancia de diseñar la legislación con referencia a estándares internacionales, pero también adaptada al entorno local. Además, señalaron que la SUNAT debería buscar un equilibrio entre un sistema tributario justo y el estímulo al crecimiento económico.

En respuesta a otra pregunta sobre cómo funcionan los impuestos en las transacciones digitales en países donde no se aplica el Gravamen General a las Ventas, como Perú, los expertos señalaron que la estrategia adoptada en el país refleja un intento de adaptarse a la economía moderna. Esto implica mantener principios tributarios tradicionales mientras se abordan las particularidades de las transacciones digitales. Aunque tal impuesto no se implementa de manera uniforme, su aplicación en casos específicos, como la venta de bienes digitalizados por empresas no domiciliadas, indica un esfuerzo por lograr una equidad fiscal.

Además, la retención del gravamen a la renta sobre servicios en línea proporcionados por entidades no domiciliadas ejemplifica cómo Perú busca garantizar que la renta generada dentro de sus fronteras contribuya al sistema tributario. Este enfoque se percibe como progresivo y pragmático, demostrando una adaptación eficiente a los desafíos de la tributación digital en el país.

Para el indicador 2, se exploró la pregunta sobre la ausencia de gravamen a la renta en Perú para las operaciones en plataformas en línea. Los entrevistados resaltaron que la tributación digital en Perú refleja la necesidad de ajustar las políticas fiscales a la realidad de la economía moderna. La inclusión de operaciones digitales en el Impuesto a la Renta representa un avance hacia la captura de ingresos generados por empresas sin presencia física en el país. Sin embargo, la falta de un marco específico para la tributación digital puede dar lugar a pérdidas fiscales y competencia desleal. Las medidas en proceso buscan armonizar la carga tributaria y garantizar una contribución justa al desarrollo económico, lo cual es esencial para la sostenibilidad fiscal y la equidad en la era digital.

En el indicador 3, se indagó acerca de la perspectiva en relación al uso del concepto de "establecimiento permanente" para gravar las actividades digitales. Al interpretar las respuestas de los entrevistados, se destacó que la adaptación de este concepto en el contexto de la tributación digital plantea desafíos complejos y de importancia. Se reconoce la realidad de que las empresas pueden tener una presencia económica significativa en un país sin contar con una presencia física tradicional.

Este escenario desafía los principios tributarios establecidos y una demanda de un análisis meticuloso para garantizar que la imposición sea equitativa y justa. En este

sentido, la coordinación internacional emerge como un elemento crucial para evitar la doble imposición y promover un sistema tributario global coherente y transparente, capaz de adaptarse a la naturaleza cambiante de la economía global.

Asimismo, en el mismo indicador, se planteó la pregunta sobre los enfoques adecuados para gravar de manera efectiva las actividades y ganancias generadas en plataformas digitales, considerando la noción de "Establecimiento Permanente". La respuesta interpretada entre todos los expertos se destaca que la tributación digital es un campo complejo que requiere un enfoque equilibrado y coordinado. La adaptación del concepto de establecimiento permanente para abarcar la economía digital se percibe como crucial para asegurar una tributación justa.

No obstante, se enfatiza la necesidad de un consenso internacional para evitar conflictos legales. En el contexto peruano, se sugiere que la tributación de plataformas podría basarse en la presencia económica significativa, considerando umbrales de ingresos o usuarios. Además, se resalta la importancia de definir un "Establecimiento Permanente Digital" que refleje la realidad económica sin limitarse a la presencia física, adaptándose así a la naturaleza global de la economía digital.

Dimensión 2: Recaudación potencial

En el marco de la segunda dimensión, se trazó la pregunta inicial para el primer indicador acerca de las sugerencias para los gobiernos que aspiran mejorar la recaudación del IVA en transacciones en línea a través de plataformas digitales. En respuesta, los entrevistados subrayaron que la tributación digital es un campo dinámico que demanda adaptación y coordinación internacional para alcanzar efectividad. Se sugiere que propuestas como la estandarización de impuestos digitales y la participación de operadores de plataformas digitales en la recolección del IVA representan pasos importantes hacia la eficiencia y la equidad fiscal. Además, se destaca el potencial significativo de la tecnología blockchain para aumentar la transparencia y la eficacia en la gestión del gravamen general a las ventas. Estas medidas no solo podrían mejorar la recaudación, sino también asegurar una competencia justa en el mercado global.

En el contexto del segundo indicador, se planteó la pregunta sobre cómo pueden los países adaptar sus políticas fiscales a nivel mundial para maximizar la

recaudación en el contexto de los impuestos ya establecidos por plataformas digitales y su impacto en el PBI. La respuesta interpretada destaca que la tributación digital representa un desafío complejo y en constante evolución para los sistemas fiscales modernos. Se resalta la importancia de alinearse con las directrices de organizaciones como la OCDE como un paso fundamental para asegurar una recaudación fiscal justa y eficiente en este nuevo entorno.

Asimismo, se sugiere que la implementación de un impuesto mínimo global y la adaptación de las legislaciones nacionales son medidas clave para abordar la naturaleza única de las plataformas digitales y su impacto en la economía. Se ejemplifica el caso de Perú, donde el crecimiento económico impulsado por estas plataformas resalta la importancia de restaurar las políticas fiscales para manifestar la realidad económica actual y asegurar una contribución equitativa.

En cuanto al indicador 3, se diseñó la pregunta sobre la opinión respecto a si la recaudación potencial sobre bienes y servicios en plataformas digitales constituye una fuente de ingresos fiscales significativa en la economía actual. En respuesta, los entrevistados mencionaron que la tributación digital en Perú representa tanto un desafío como una oportunidad. Se destaca que la creciente importancia de las plataformas digitales resalta la necesidad de un marco tributario que pueda capturar eficientemente los ingresos generados por estos servicios.

Además, se sugiere que la adopción de estándares internacionales, como los de la OCDE, podría no solo aumentar los ingresos fiscales, sino también certificar una distribución más justa de la carga impositiva. Esto reflejaría adecuadamente la naturaleza cambiante de una economía cada vez más digitalizada, asegurando que Perú se mantenga al día con las prácticas fiscales globales y fomente un entorno de negocios justo y competitivo.

Dimensión 3: Agentes de retención

En relación con la dimensión 3, se exploró un único indicador que engloba dos preguntas. La primera cuestión abordó cómo se determinan las tasas de retención sobre los servicios digitales y qué factores se consideran en este proceso. Los entrevistados resaltaron que la tributación digital en Perú refleja una tendencia

global hacia la captación de ingresos fiscales a través de plataformas digitales, un sector en expansión que ofrece nuevas oportunidades para la recaudación. Se enfatizó que la implementación de un marco tributario alineado con estándares internacionales, como los de la OCDE, podría no solo aumentar los ingresos fiscales, sino también promover la equidad tributaria.

Asimismo, se subrayó la importancia de que este marco se adapte a la naturaleza dinámica de la economía digital y considere las particularidades de servicios digitales transfronterizos, como las tasas de retención aplicables a entidades no domiciliadas. En este contexto, se enfatizó que la tributación digital puede convertirse en un pilar de la estrategia fiscal del país, reflejando y respaldando el crecimiento económico en la era digital.

La segunda pregunta exploró cómo la aplicación de tasas de retención sobre los servicios digitales podría impactar tanto en la economía como en la recaudación fiscal en Perú. Los entrevistados indicaron que la tributación digital en el país refleja una tendencia global hacia la captación de ingresos fiscales de la economía en línea. Se destacó que la implementación de un marco tributario alineado con estándares internacionales, como los de la OCDE, podría no solo aumentar los ingresos fiscales, sino también promover la equidad tributaria.

Sin embargo, se subrayó la importancia de diseñar estas políticas de manera que fomenten la competencia justa y no obstaculicen la inversión ni la innovación. Se enfatizó que un sistema tributario bien equilibrado y adaptado a la realidad digital puede ser un pilar para el desarrollo económico sostenible y la justicia fiscal.

3. Estrategias de recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú

A comienzos de 2024, Perú registró 25.78 millones de personas utilizando internet, lo que equivale al 74.7% en la población. Este dato subraya la creciente inclusión digital en el país y ofrece una oportunidad sin precedentes para las marcas en el ámbito digital. Es crucial destacar que, dada la cantidad de usuarios conectados, resulta evidente la importancia de que las plataformas digitales contribuyan a la recaudación fiscal, considerando su notable impacto en la economía.

Las actividades más comunes en internet incluyen buscar información, usar redes sociales y escuchar música. Además, nueve de cada diez usuarios intensivos están bancarizados, utilizando principalmente cajeros automáticos, la banca móvil y la banca por internet. El 94% de los usuarios utiliza servicios de streaming de video, siendo YouTube, Netflix y Facebook las plataformas más populares. Por otra parte, el 90% escucha música en streaming, prefiriendo YouTube y Spotify.

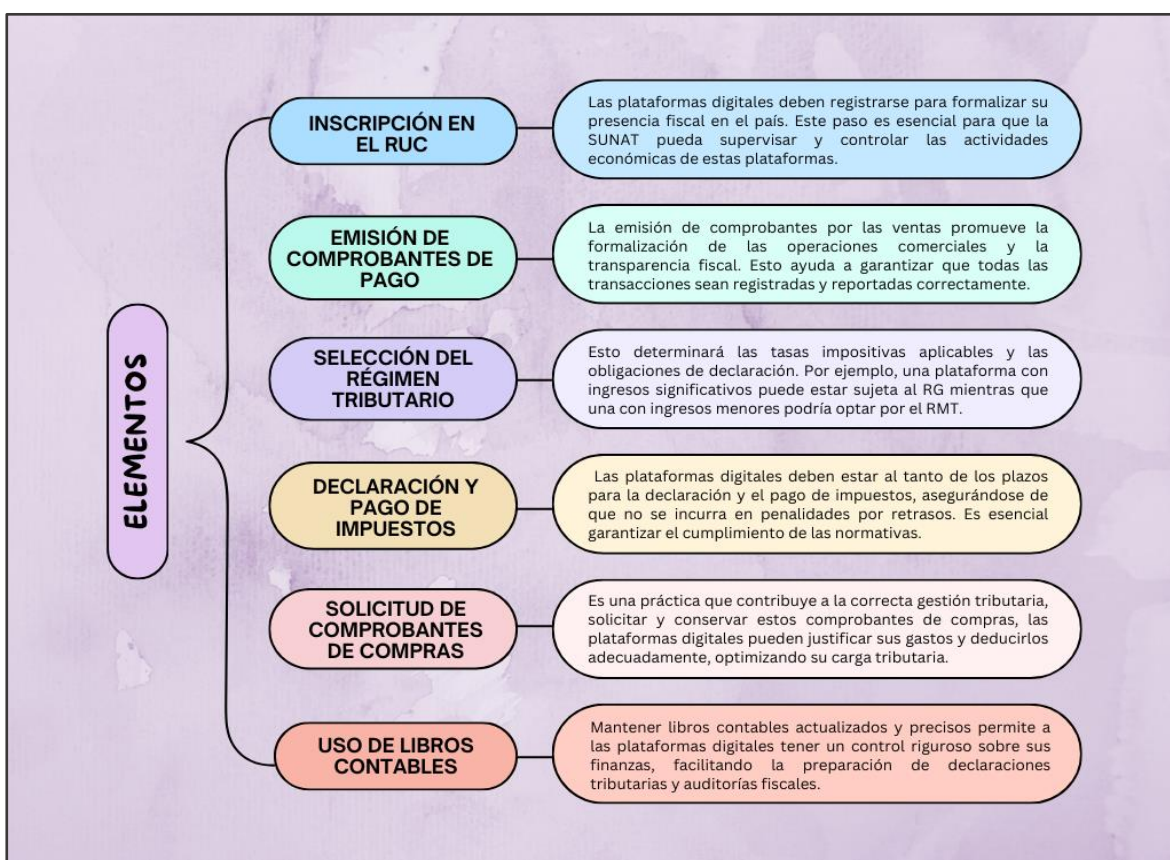
Se tiene como objetivo general: Proponer estrategias de recaudación fiscal para las plataformas digitales en el Perú.

Y como objetivos específicos: Identificar los elementos que activan la obligación tributaria para las plataformas digitales en el país y Seleccionar los métodos de retención para incrementar la recaudación fiscal en el país.

3.1. Elementos que activan la obligación tributaria para las plataformas digitales en el país.

Figura 10

Elementos que activan la obligación tributaria en las plataformas digitales



Fuente: SUNAT (2020)

La figura 10 ilustra cada uno de los elementos esenciales cuyo cumplimiento es crucial para la exitosa integración de las plataformas digitales en el marco tributario peruano. Estos elementos no solo aseguran su transparencia y legitimidad en el mercado, sino que también fortalecen la economía formal al reducir la informalidad y aumentar la recaudación fiscal. Este fortalecimiento, a su vez, favorece al progreso económico y social de la nación al financiar servicios públicos esenciales y promover un entorno comercial más seguro y confiable.

Entonces, en Perú, las plataformas digitales deben cumplir con ciertas obligaciones tributarias para asegurar una contribución adecuada al sistema fiscal del país. Es fundamental establecer una definición clara para gravar los servicios en línea con el gravamen general a las ventas similar a la existente para la renta según lo establecido en el artículo 4^a-A del inciso b) del reglamento de la LIR.

En tal definición se puede decir: Se entiende por servicios digitales aquellos ofrecidos a través de plataformas electrónicas que faciliten la adquisición, uso o disfrute de bienes intangibles, tales como software, aplicaciones, contenido digital, servicios de intermediación en línea y publicidad en internet, entre otros, dichos servicios están sujetos a la obligación tributaria cuando son prestados por plataformas digitales a usuarios ubicados en el territorio peruano y será efectiva a partir del momento en que se realicen los cobros correspondientes a la suscripción, utilizando cualquier método de pago disponible.

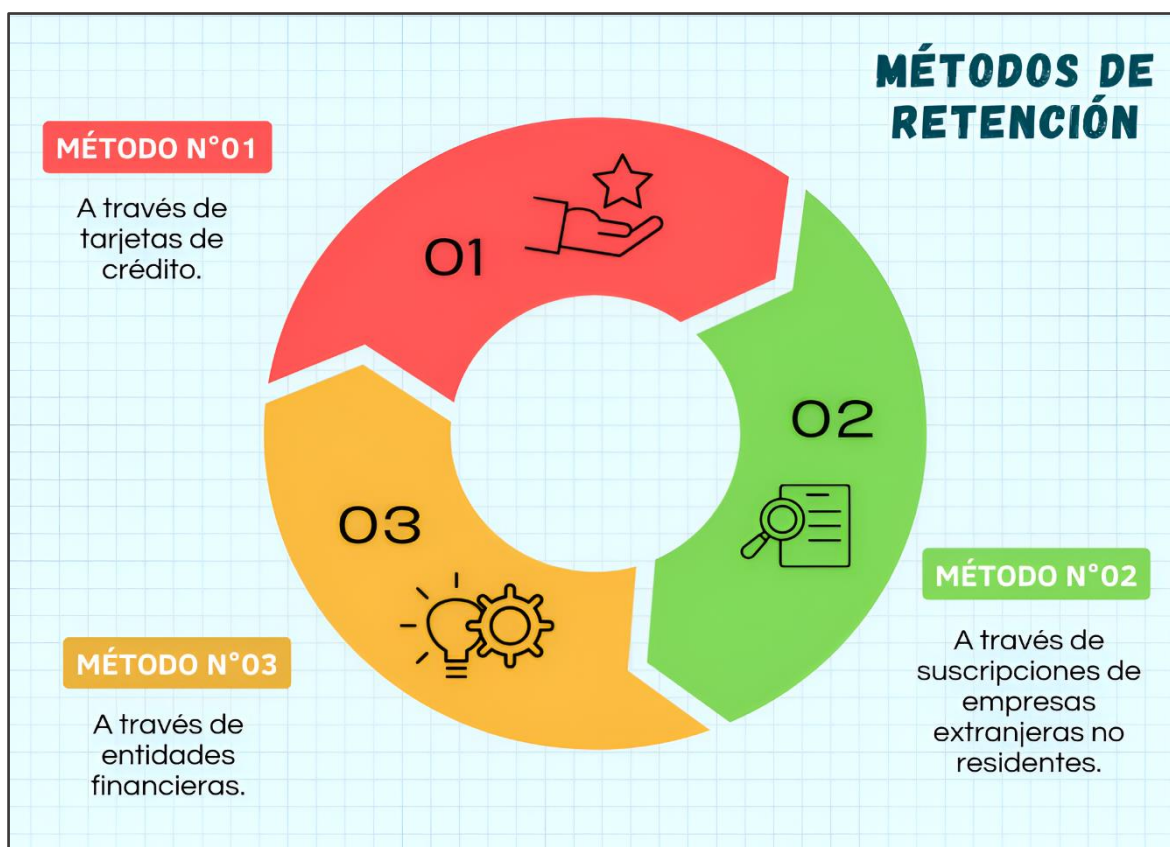
En consecuencia, con la incorporación de modificaciones en los artículos 4 y 9 del TUO de la Ley del IGV e ISC, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 055-99-EF, Perú iniciaría la imposición de gravámenes sobre los servicios digitales, fortaleciendo así su sistema impositivo.

3.2. Métodos de retención para incrementar la recaudación fiscal en el país.

Se propone modernizar el sistema tributario, siguiendo las propuestas de la SUNAT y alineándose con las prácticas internacionales. Cabe mencionar que, en el transcurso del tiempo han existido propuestas que no han sido aceptadas. Este rechazo resalta la necesidad de un análisis cuidadoso para desarrollar una solución justa y efectiva para todas las partes involucradas.

Figura 11

Métodos de retención para incrementar la recaudación fiscal en el país



Fuente: Los métodos de retención para Perú fueron ajustados teniendo en cuenta las sugerencias de los estudios realizados por los autores.

En la figura 11 se muestra los métodos de retención, donde la primera es la retención del IGV a través de tarjetas de crédito utilizadas para adquirir servicios digitales. Esta medida busca adaptarse a la economía digital y asegurar la recaudación tributaria de empresas que, aunque no estén físicamente presentes en Perú, generan ingresos a partir de consumidores peruanos.

Otra estrategia es la recaudación a través de suscripciones de empresas extranjeras no residentes. Las empresas que ofrecen servicios digitales desde el extranjero deberán suscribirse en el sistema fiscal peruano, lo que permitirá una recaudación eficiente y directa.

La tercera estrategia es la retención del impuesto por parte de entidades financieras. En caso de que las empresas extranjeras no cumplan con la suscripción, las entidades financieras locales actuarán como agentes de retención

del impuesto, deduciendo el impuesto correspondiente en las transacciones realizadas por los consumidores peruanos hacia las plataformas digitales extranjeras. Estas opciones se consideran factibles porque su implementación no implicaría costos significativos y aprovecharían la infraestructura existente.

Además, se sugiere que la SUNAT elabore y actualice regularmente una lista de las principales entidades extranjeras que ofrecen servicios a consumidores peruanos. Esta lista deberá ser actualizada cada tres meses y estar disponible en el sitio web informativo de la SUNAT, con el fin de mantener informadas a estas empresas y facilitar el acatamiento de sus responsabilidades tributarias.

En consecuencia, la normativa peruana del Decreto Legislativo N.º 816, que aprueba el CT, es necesario modificar el Art.10 para incluir una disposición que establezca que, en el caso de servicios proporcionados a través de plataformas digitales, la Administración Tributaria puede considerar a empresas no residentes como sujetos del impuesto cuando el destinatario del servicio digital sea una persona jurídica o natural exenta del impuesto general a las ventas. Estas empresas deben inscribirse en un régimen simplificado para retener, declarar y pagar el gravamen. En caso de no hacerlo, las entidades financieras deberán actuar como agentes de retención cuando el consumidor final abone estos servicios con tarjetas de débito o crédito.

IV. DISCUSIÓN

En el proceso de investigación para la validez interna, sobre la tributación de plataformas digitales, se ha encontrado con significativas limitaciones en cuanto a la disponibilidad de información específica y actualizada. Una de las principales dificultades radica en la escasez de legislación detallada que aborde directamente la fiscalidad de plataformas emergentes como TikTok. A pesar de que existen regulaciones generales sobre la tributación digital, estas a menudo no contemplan las particularidades y el modelo de negocio único de dichas plataformas, lo que resulta en un vacío legal y una falta de claridad para los contribuyentes y profesionales del área. Además, la rápida evolución de la economía digital supera con creces la velocidad a la que se actualizan las leyes fiscales, dejando a los investigadores y contadores tributarios con la tarea de interpretar normativas que no necesariamente reflejan las prácticas actuales del mercado.

Para abordar estas limitaciones, es fundamental que los investigadores y contadores tributarios se mantengan al tanto de las tendencias actuales y participen activamente en foros y discusiones sobre la materia. Asimismo, es crucial fomentar la colaboración entre los sectores público y privado para desarrollar un marco tributario que sea justo, eficiente y capaz de adaptarse a la dinámica del mercado digital.

En donde dicha situación ha afectado a los resultados del presente estudio, ya que las plataformas digitales operan más allá de las fronteras nacionales y, por ende, deben lidiar con una variedad de sistemas tributarios. Esto plantea desafíos adicionales en la investigación, dado a que se debe considerar no solo la legislación local, sino también las regulaciones internacionales y los tratados que afectan la tributación de estas entidades. Por ejemplo, en México, se han implementado reformas fiscales que introducen nuevas reglas aplicables en materia de Impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuesto sobre la Renta (ISR) para los prestadores de servicios digitales. Sin embargo, la información sobre cómo estas regulaciones se aplican a plataformas específicas como TikTok no siempre es clara o accesible.

Los resultados presentados en la presente tesis reflejan un análisis documental exhaustivo y meticuloso sobre la tributación digital y su impacto en la recaudación fiscal de las plataformas digitales en Perú. Este estudio se ha fundamentado en una

revisión profunda de la legislación vigente, informes de entidades gubernamentales, y publicaciones académicas relevantes, asegurando así la precisión y la relevancia de los hallazgos. La metodología aplicada ha permitido identificar las tendencias actuales, los desafíos y las oportunidades que la economía digital presenta para el sistema tributario peruano. Se ha puesto especial énfasis en la comparación de datos fiscales antes y después de la implementación de medidas tributarias específicas para plataformas digitales, lo que ha permitido evaluar de manera efectiva el impacto de dichas políticas.

En el contexto de la validez externa, la tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales en Perú representan un campo de creciente importancia. Con la evolución constante de la tecnología, la inteligencia artificial (IA) se está convirtiendo en una herramienta poderosa para optimizar estos procesos. A corto plazo, los resultados demuestran la relevancia de adaptarse a las innovaciones tecnológicas que permiten una mayor eficiencia y precisión en la gestión tributaria. La IA no solo mejora la capacidad de análisis de grandes volúmenes de datos, sino que también facilita la identificación de patrones que pueden señalar posibles inconsistencias o áreas de mejora en la recaudación fiscal.

Por lo tanto, es imperativo que las plataformas digitales en Perú reconozcan la importancia de estos desarrollos y se preparen para integrar soluciones de IA en sus sistemas tributarios. Esto no solo mejorará su cumplimiento fiscal, sino que también les permitirá anticiparse a los cambios regulatorios y adaptarse con mayor agilidad a las demandas del entorno económico y tecnológico.

El primer objetivo específico concierne a la tributación digital aplicada en las plataformas digitales a nivel internacional. Se evidenció que las tasas impositivas digitales en países latinoamericanos varían notablemente y que la recaudación también difiere considerablemente entre estos países. Por ejemplo, México muestra una recaudación más alta, reflejando su capacidad de gestión fiscal efectiva y el tamaño de su economía. En definitiva, la tributación digital en naciones latinas y europeas enfrenta desafíos y complejidades significativas. Los hallazgos destacan la variabilidad en las tasas impositivas, las pautas para determinar la ubicación del consumo y los requisitos de registro para los proveedores, lo que refleja la diversidad de enfoques en la regulación de los servicios digitales.

El estudio de Haro et al. (2022) mencionan que las empresas multinacionales que generan ingresos en un país, incluso si carecen de una presencia física permanente, deben contribuir de manera justa al sistema tributario, asimismo, estas empresas deben cumplir con la obligación de tributar y pagar gravámenes en la nación donde generan valor, con el objetivo de lograr una fiscalización equitativa de tributos. Dichos resultados se asemejan a los encontrados, ya que se evidenció un impacto negativo en la pérdida de ingresos fiscales debido a que muchas entidades extranjeras operan sin pagar impuestos y su justificación es la ausencia de una presencia física permanente. Esto se debe, en gran medida, a la falta de una definición clara de este impuesto en ciertos países, como es el caso de Perú.

Con respecto a la investigación de Hernández et al. (2021), mencionan que, en México, durante el año 2021, las ventas en línea constituyeron el 9% del comercio minorista, experimentando un impresionante aumento del 81% con respecto al año anterior, reflejando un aumento significativo en las compañías activas en esta industria, haciendo necesario que quienes brindan servicios mediante sus plataformas se integren al sistema tributario. Se encontraron semejanzas con los resultados obtenidos en este estudio, ya que se observó que el comercio electrónico y los medios digitales han mostrado un desempeño sólido, impulsado por transformaciones en los hábitos de consumo y una creciente adopción de tecnologías digitales, por lo que se debe fomentar la colaboración entre el sector privado y las autoridades fiscales para promover un entorno económico digital.

El segundo objetivo específico es analizar la recaudación fiscal en las plataformas digitales en Perú, donde se evidenció que, según las estimaciones investigadas, Perú ha sufrido una significativa pérdida de ingresos fiscales debido a la falta de una definición clara sobre la tributación de los servicios digitales. Se estima que Perú dejó de recaudar aproximadamente 86, 105 y 113 millones de dólares anuales entre 2018 y 2020, esta pérdida se debe a que las principales plataformas digitales extranjeras operan sin pagar impuestos.

Vega et al. (2022) señalaron que los servicios en línea ofrecidos por empresas extranjeras presentan desafíos fiscales, y aunque la legislación peruana incluye disposiciones sobre el IR en servicios digitales, se necesitan aclaraciones adicionales. Este estudio encontró resultados similares, indicando que el

reglamento de la LIR establece condiciones para gravar los servicios digitales, permitiendo excepciones donde estos pueden ser considerados como gastos deducibles en lugar de estar sujetos al impuesto, entonces esto conlleva a que existe la necesidad de una mayor claridad en la legislación fiscal para una aplicación equitativa en el ámbito digital.

Carvajalino y Hernández (2023) realizaron una investigación en Colombia y revelaron que los métodos para evitar la evasión fiscal son ineficaces y, de hecho, fomentan la ilegalidad en el ámbito tributario, asimismo mencionan que los marcos impositivos actuales tienen dificultades para gravar adecuadamente la economía digital, afectando negativamente el progreso socioeconómico del país al impedir una inversión adecuada de los recursos fiscales. Este escenario es comparable con los hallazgos en Perú, donde la falta de definición en la tributación digital resulta en una significativa pérdida de ingresos fiscales, permitiendo a las entidades extranjeras operar sin pagar impuestos, poniendo en desventaja a las compañías locales que sí están sujetas a estas obligaciones fiscales.

El tercer objetivo es diseñar estrategias de recaudación fiscal para las plataformas digitales en Perú. Se plantearon elementos que activan la obligación tributaria en estas plataformas, estableciendo bases sólidas para su presencia fiscal y garantizando transparencia, registro y reporte adecuado de las transacciones. Además, se presentaron métodos de retención: primero, a través de las tarjetas de crédito; segundo, la suscripción de empresas extranjeras no residentes al sistema fiscal peruano; y tercero, la retención del impuesto por entidades financieras en caso de incumplimiento de suscripción por parte de las empresas extranjeras.

De acuerdo al estudio de Alarcón et al. (2022) señalan que, sin reformas legislativas en el estatuto del gravamen general a las ventas, Perú enfrenta pérdidas debido a la expansión del sector digital y la migración de empresas tradicionales al ámbito digital operando desde el extranjero. Estos resultados coinciden con la propuesta de modificar la normativa peruana para incluir una disposición que permita a la Administración Tributaria tratar a las empresas no residentes como sujetos del impuesto cuando los servicios digitales sean proporcionados a personas jurídicas o naturales exentas del impuesto general a las ventas, estas empresas deberían inscribirse en un régimen simplificado para retener, declarar y pagar el gravamen.

V. CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general, se concluye que, la tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú están avanzando hacia un sistema más inclusivo y eficaz que reconoce la importancia de la economía digital en el panorama fiscal contemporáneo. Aunque aún existen desafíos, los esfuerzos realizados hasta la fecha son indicativos de un compromiso con la modernización y la justicia fiscal. Sin embargo, también ofrecen oportunidades para mejorar la recaudación fiscal mediante el uso de tecnologías que permiten una mayor trazabilidad y control de las operaciones.

Con respecto al primer objetivo específico, se determina que, aunque se han hecho avances significativos, aún queda un largo camino por recorrer para alcanzar una solución integral y cohesiva que satisfaga las demandas de la economía digital global. La tributación digital internacional en plataformas digitales representa un desafío complejo y multifacético. Sin embargo, la diversidad de enfoques fiscales entre países y regiones sugiere la necesidad de un marco más armonizado que pueda adaptarse a la naturaleza dinámica del comercio digital.

De acuerdo al segundo objetivo se determina que, la recaudación fiscal de las plataformas digitales en Perú muestra un panorama prometedor, pero requiere de un esfuerzo continuo para su optimización y justa aplicación, asimismo poseer una mejor identificación y seguimiento a las operaciones digitales permitirá una mayor eficiencia en la recolección de impuestos. Cabe mencionar que aún existen desafíos significativos, como la necesidad de actualizar constantemente la legislación para cerrar brechas que permitan la elusión fiscal y asegurar una competencia leal entre empresas nacionales y extranjeras.

Como última conclusión al tercer objetivo específico se tiene que al implementar las propuestas diseñadas favorecerá al progreso económico y social de la nación, dado a que se podrá financiar los servicios públicos y promover así un entorno comercial más seguro y confiable. En Perú, las plataformas digitales deben cumplir con ciertas obligaciones tributarias para asegurar una contribución adecuada, además la Administración Tributaria puede considerar a empresas no residentes como sujetos del impuesto cuando el destinatario del servicio digital sea una persona jurídica o natural exenta del impuesto general a las ventas.

VI. RECOMENDACIONES

En el contexto de la fiscalidad digital, es crucial que las autoridades estatales consideren la implementación de un impuesto indirecto del 18% a las operaciones B2C y C2C de plataformas digitales extranjeras, esto podría alinearse con las tendencias globales y los principios establecidos en el último consenso de la OCDE. Además, en cuanto al Impuesto a la Renta, adaptarse a las propuestas de la OCDE podría facilitar una mayor armonización fiscal y evitar la doble imposición. Estas medidas podrían contribuir a un sistema tributario más equitativo y eficiente que refleje la naturaleza transfronteriza de la economía digital.

Es crucial que las autoridades estatales consideren las prácticas y estándares internacionales, como los establecidos por la OCDE, por ello se recomienda que podrían incluir la adaptación de la legislación del IGV y del gravamen a la renta para reflejar mejor la economía digital, asegurando una tributación justa y eficiente para las plataformas. Además, se podría considerar la implementación de sistemas de declaración y pago de impuestos más ágiles y accesibles, que faciliten el cumplimiento tributario y promuevan la equidad fiscal.

Se recomienda que se enfatice aún más el Proyecto de Ley N°6181/2020-CR, dado a que propone cambios significativos en la legislación peruana para abordar estos desafíos, sugiriendo la modificación del Decreto Supremo N°055-EF-2013 para permitir la retención del IGV independientemente del domicilio de la empresa proveedora. Este enfoque se centra en el lugar de consumo del servicio o producto, lo que podría resultar en un aumento de la recaudación fiscal y una mayor equidad en la tributación de la economía digital.

Es importante que los futuros profesionales en contabilidad y tributación reciban una educación sólida en tributación digital para adaptarse a los cambios del mercado y contribuir al desarrollo económico de Perú, asimismo los futuros tesisistas deben profundizar en temas como tecnologías fiscales avanzadas y la adaptación de normas internacionales a la realidad local para enfrentar y mejorar el sistema tributario. Es crucial que se consideren regulaciones claras y justas para las transacciones B2C y C2C, asegurando así una competencia leal y la protección de los consumidores.

REFERENCIAS

- Álamo Cerrillo, Á. & Lagos Rodríguez, G. (2015). La economía digital y la posibilidad de fraude fiscal. *Revista Técnica Tributaria*, 1(108), 135-163. <https://www.revistatecnicatributaria.com/index.php/rtt/article/view/52>
- Alarcón Agreda, M., Cieza Pérez, A., & Mena Dávila, J., (2022). Economía digital y tributación. *Revista Tecno Humanismo*, (2), 38 – 63. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8326413.pdf>
- Alvarez Aros, E. L., Barragan, J. L., & Menendez, J. E. (2021). Comercio electrónico y estrategia de empresa a empresa (B2B): una revisión bibliométrica. *Revista Espacios*, 42(22). <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n22p03>
- Álvarez León, L. F. (2021). Digital trade and the remaking of the North American regional economy. *Investigations Regionals*, 2021(50), 59– 69. <https://doi.org/10.38191/iirr-jorr.21.011>
- Amar, A. & Grondona, V. (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>
- Angulo Guiza, U. G. (2018). Contabilidad financiera, correlacionado con NIIF. *Ediciones de la U*. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=8047>
- Barrera Rubaceti, N. A., Robledo Giraldo, S., & Zarela Sepulveda, M. (2021). Una revisión bibliográfica del Fintech y sus principales subáreas de estudio. *ECONÓMICAS CUC*, 43(1), 83–100. <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Econ.4>
- Barreto Ascano, J. & Lezcano Mencia, A. (2023). Análisis y fundamentación de los diseños de investigación: explorando los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos basados en Creswell & Creswell. *Revista UNIDA Científica*, 7(2), 110–117. <https://revistacientifica.unida.edu.py/publicaciones/index.php/cientifica/article/view/179>

- Blume, F. (2018). *Tributación de plataformas digitales*. La Tercera. <https://www.proquest.com/newspapers/tributación-de-plataformas-digitales/docview/2289608766/se-2>
- Budzinski, O., Gaenssle, S. & Lindstädt, N. (2021). The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets. *SN Business & Economics*, 1(9), 1-26. <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00122-0>
- Bulut, O. & Miynat, M. (2017). Problems Experienced In Taxing Of Electronic Commerce. *Varazdin Development and Entrepreneurship Agency (VADEA)*, 23(1), 470-478. <https://www.proquest.com/docview/2071305319?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- 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. *Intertax*, 46(8/9), 690-698. <https://doi.org/10.54648/taxi2018072>
- Carvajalano, C. & Hernández, S. (2023). Income and supplementary taxes for non-resident influencers with significant economic presence in the Colombian digital economy. *Aibi, Administration and Engineering Research Magazine*, 11(3), 156-169. <https://doi.org/10.15649/2346030X.3406>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2006). *Tributación en América Latina. En busca de una nueva agenda de reformas*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/777b5528-4778-493d-8e2c-ad1dfa80e79f/content>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ea7ed8d0-776b-496e-ad0d-1014a2142fda/content>
- Covarrubias, R., & Skatt. (2020). Economía digital – proyecto de ley de reforma presentado al congreso. *International Tax Review*.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/economía-digital-proyecto-de-ley-reforma/docview/2454046872/se-2>

- Faúndez, A. (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://doi.org/10.5354/0719-2584.2018.48223>
- González, D. (2020). *Alternatives To Tax The Digital Economy*. Inter American Center of Tax Administrations. <https://www.ciat.org/alternatives-to-tax-the-digital-economy/?lang=en>
- Haro Ruiz, M. Á., Rivera Lima, L. & Cruz Magallanes, A. G. (2022). Tax Power Challenges in Mexico Regarding Income Tax in the Digital Economy. *Revista Activos*, 20(2), 109-126. <https://doi.org/10.15332/25005278.8624>
- Harpaz, A. (2021). Taxation of the Digital Economy: Adapting a Twentieth-Century Tax System to a Twenty-First-Century Economy. *Yale Journal of International Law*, 46(1), 57–101. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=359393
- Hernández Castellanos, A., Mapén Franco, F. & Hernández Govea, L. (2021). Economía digital: Panorama de tributación de los ingresos en México. *Revista Científica de la UCSA*, 8 (2), 51-63. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.02.051>
- Jabalera Rodríguez, A. (2021). Desafíos fiscales de la digitalización: Análisis del Impuesto español sobre servicios digitales desde una perspectiva internacional y europea. *IUS ET VERITAS*, (63), 261-287. <https://doi.org/10.18800/iusetveritas.202102.014>
- Jiménez Cervantes, V., Martínez Prats, G., & Silva Hernández, F. (2021). Comercio electrónico como medio de estrategia para el impulso de productos artesanales. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (35). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi35.372>

- Jiménez Vargas, P. J. (2021). Los cambios y desafíos que plantea la fiscalidad de la economía digital en el contexto internacional. *Cuadernos De Derecho Transnacional*, 13(2), 289-328. <https://doi.org/10.20318/cdt.2021.6258>
- Jiménez, J. & Podestá, A. (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>
- Khandelwal, R. (2020). Digital Taxation-A Virtual Reality. *The Contemporary Tax Journal*, 9(1), 5. <https://doi.org/10.31979/2381-3679.2020.090105>
- Kostovska, I., Raats, T. & Donders, K. (2020). The rise of the 'Netflix tax' and what it means for sustaining European audiovisual markets. *Innovation. The European Journal of Social Science Research*, 33(4), 423-441. <https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1774354>
- Leatherdale, S. (2019). Natural experiment methodology for research: a review of how different methods can support real-world research. *International Journal of Social Research Methodology*, 22(1), 19-35. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1488449>
- Ludeña Rueda, Y. M., Martínez Ordóñez, R. G., & Feijoo Cisneros, M. E. (2019). Tributación y su interacción disciplinaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 286-298. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000200286&script=sci_arttext&lng=en
- Martínez Ruiz, H. (2018). Metodología de la investigación. Cengage Learning. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=6401>
- Medrano Cornejo, H. (2018). *Derecho tributario. Impuesto a la renta: aspectos significativos*. Fondo Editorial de la Pontificia universidad Católica del Perú. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=2265306&lang=es&site=ehost-live>
- Moreano, R. (2018). La evolución de los medios digitales pasa por el replanteamiento del modelo de negocio. *#PerDebate*, 2(1), 166–177. <https://doi.org/10.18272/pd.v2i0.1338>

- OCDE (2014). Informes finales de la acción 1: Cómo abordar los desafíos fiscales de la economía digital. <https://www.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>
- OECD (2018). Manual de Frascati 2015: *Guía para la recopilación y presentación de información sobre la investigación y el desarrollo experimental*. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, FECYT. <https://doi.org/10.1787/9789264310681-es>
- Olbert, M. & Spengel, C. (2019). Taxation in the digital economy—Recent 71 policy developments and the question of value creation. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, 19(010). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3368092>
- Pava Ramírez, J. (2018). Principio de destino: alcance de los mecanismos para el recaudo del IVA en las prestaciones transfronterizas de servicios. *Revista de Derecho Fiscal*, (13), 91-127. <https://doi.org/10.18601/16926722.n13.04>
- Quimbayo Díaz, P. A. (2021). Tributación directa de los servicios digitales: propuestas y expectativas. *Revista de derecho Fiscal*, (20), 297–394. Recuperado de <https://doi.org/10.18601/16926722.n20.09>
- 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#>
- Saavedra Sandoval, R., & Delgado Bardales, J. M. (2020). La recaudación tributaria municipal 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 720-737. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.109
- Singh, M. (2017). Taxation of digital economy: An Indian perspective. *Intertax*, 45(6/7), 467 – 481. <https://doi.org/10.54648/taxi2017039>
- Sotomayor Hernández, P., & Valverde Casas, N. (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). Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/index.html>

UNCTAD (2021), The UNCTAD B2C E-commerce Index 2020: Spotlight on Latin America and the Caribbean - UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No. 17 (TN/UNCTAD/ICT4D/17) <https://unctad.org/webflyer/unctad-b2c-e-commerce-index-2020-spotlight-latin-america-andcaribbean>

Vega Llanos, M. E., López Ramos, J. L., Delgado Pérez, D. J., & Zuñiga Castillo, A. J. (2022). Impuesto a la renta de los servicios digitales de plataformas de empresas no domiciliadas en Perú. *Revista Visión Contable*, (26), 32–50. <https://doi.org/10.24142/rvc.n26a3>

Zapata Quinchía, A. (2023). Colombia busca que América latina se una para gravar las plataformas digitales. *El Colombiano*. <https://www.proquest.com/newspapers/colombia-busca-que-américa-latina-se-una-para/docview/2843342593/se-2>

ANEXOS

ANEXO 01: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
TRIBUTACIÓN DIGITAL	Hace alusión a la imposición de impuestos en actividades económicas en línea, teniendo como objetivo principal el garantizar la equidad fiscal, asegurando que empresas y personas que operan en el entorno digital paguen impuestos de manera similar a las empresas físicas (Álvarez, 2021).	Se medirá a través de la comprensión de los sectores de la economía digital, tomando en cuenta el impacto digital. Además, se analizará mediante comparaciones fiscales entre diversos países.	Impacto digital	Servicios gravados por plataformas digitales que operan en el mundo.	Nominal
				Número de usuarios que operan en el mundo.	
			Sectores de la economía digital	Medios digitales	
				Comercio electrónico	
				Fin Tech	
			Tributación digital en otros países	Tributación digital en naciones latinas.	
Tributación digital en naciones europeas.					
RECAUDACIÓN FISCAL	Se refiere al proceso mediante el cual el gobierno obtiene ingresos a través de la imposición de impuestos a ciudadanos y entidades. Estos fondos se	La medición se llevará a cabo a través de la comprensión de la fiscalidad en plataformas digitales, así como a través de	Fiscalidad en plataformas digitales	Impuesto General a las Ventas.	Nominal
				Impuesto a la Renta.	
				Establecimiento permanente.	
			Recaudación potencial	Recaudación potencial del IVA en diferentes países.	

	<p>utilizan para financiar actividades y servicios públicos, como educación, seguridad y gastos gubernamentales necesarios (Saavedra y Delgado, 2010).</p>	<p>la evaluación del potencial de recaudación en términos porcentuales y por medio de la función del agente retenedor internacional.</p>		<p>Recaudación potencial en porcentajes del PBI.</p>	
			<p>Agentes de retención</p>	<p>Recaudación potencial sobre bienes y servicios.</p>	
				<p>Tasas de retención sobre los servicios digitales.</p>	

ANEXO 02: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

GUÍA DE ENTREVISTA

Entrevista para: Expertos con un amplio conocimiento en el área de tributación digital.

Objetivo: La entrevista planteada, en el presente cuestionario cuyo objetivo es recopilar información relevante para desarrollar el trabajo de investigación "Tributación digital y la recaudación fiscal en la plataforma digitales en el Perú"

1. Considerando que en Perú aún no se aplica un Impuesto General a las Ventas en plataformas digitales, ¿cuáles serían los primeros pasos para desarrollar un marco de tributación efectivo en este contexto?

2. ¿Puede explicar brevemente cómo funcionan los impuestos en las transacciones digitales en países donde no se aplica el Impuesto General a las Ventas, como Perú?

3. ¿Qué opina sobre la falta de Impuesto a la Renta en Perú para las operaciones en plataformas digitales?

4. ¿Cuál es su perspectiva en relación con la utilización del concepto de "establecimiento permanente" para gravar las actividades digitales?

5. ¿Cuáles serían los enfoques adecuados para gravar de manera efectiva las actividades y ganancias generadas en plataformas digitales, teniendo en cuenta la noción de "Establecimiento Permanente"?

6. ¿Qué recomendaciones tendría para los gobiernos que buscan mejorar la recaudación del IVA en las transacciones en línea a través de plataformas digitales?

7. ¿Cómo pueden los países adaptar sus políticas fiscales a nivel mundial para maximizar la recaudación en el contexto de los impuestos ya establecidos por plataformas digitales y su impacto en el PBI?

8. ¿Cuál es su opinión respecto a si la recaudación potencial sobre bienes y servicios en plataformas digitales constituye una fuente de ingresos fiscales significativa en la economía actual?

9. ¿Podría explicar cómo se determinan las tasas de retención sobre los servicios digitales y qué factores se consideran en este proceso?

10. ¿Cómo la aplicación de tasas de retención sobre los servicios digitales podría beneficiar o perjudicar tanto a la economía como a recaudación fiscal en Perú?

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
TRIBUTACIÓN DIGITAL	Impacto digital	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios gravados por plataformas digitales que operan en el país. • Número de usuarios que operan en el país. 	Recolección de datos proporcionados por revistas científicas y por una organización: <ul style="list-style-type: none"> • Jiménez y Podestá (2021) • Budzinski et al. (2021) • Harpaz (2021) • UNCTAD (2021) 	Mediante las plataformas digitales más utilizadas y la cantidad de usuarios que utilizan dichas plataformas.
	Sectores de la economía digital	<ul style="list-style-type: none"> • Medios digitales • Comercio electrónico • Fin Tech 	Búsqueda de datos en artículos científicos almacenados en bases de datos indexadas, así como a través del CIAT: <ul style="list-style-type: none"> • Moreano (2018) • Jiménez et al. (2021) • Barrera (2021) • Jiménez y Podestá (2021) 	Se medirá por medio de los ingresos de la economía digital según sectores.

	Tributación digital en otros países	<ul style="list-style-type: none"> • Tributación digital en naciones latinas. • Tributación digital en naciones europeas. 	<p>Recolección de información confiable en artículos científicos y por medio del CEPAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alarcón et al. (2022) • Quimbayo (2021) • Cannas et.al (2018) • González (2020) 	Mediante las tasas impositivas digitales que se aplican en los diferentes países.
--	-------------------------------------	---	--	---

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
RECAUDACIÓN FISCAL	Fiscalidad en plataformas digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Impuesto General a las Ventas. • Impuesto a la Renta. • Establecimiento permanente 	<p>Indagación de información en revistas científicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jiménez y Podestá (2021) • Angulo (2018) • Quimbayo (2021) • Jiménez (2021) 	Mediante la comparación internacional de dichos impuestos y por la tasa de cumplimiento fiscal que operan en plataformas digitales.

	Recaudación potencial	<ul style="list-style-type: none"> • Recaudación potencial del IVA en diferentes países. • Recaudación potencial en porcentajes del PBI. • Recaudación potencial sobre bienes y servicios. 	Recolección de datos proporcionados por libros y por organizaciones internacionales: <ul style="list-style-type: none"> • Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2019) • Jiménez y Podestá (2021) 	Se medirá por la recaudación potencial del IVA e impuestos sobre los servicios digitales brindados en empresas internacionales.
	Agentes de retención	<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de retención sobre los servicios digitales. 	Búsqueda de datos en artículos científicos almacenados en bases de datos indexadas: <ul style="list-style-type: none"> • Amar y Grondona (2021) 	Comparando las tasas de impuestos retenidos en los pagos de transacciones digitales en cada país.

ANEXO 03: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez, usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de la guía de entrevista, la evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer tributario. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Julissa Milagros Vite Querebolú	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	8 años	
Institución donde labora:	Univ. César Vallejo.	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X).
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Entrevista de la Recaudación Fiscal en el ámbito digital.
Autoras:	Lluen Custodio Yuliana Brissette. Mora Hurtado Celinda Stephany.
Procedencia:	Chiclayo.
Administración:	
Tiempo de aplicación:	1 hora.
Ámbito de aplicación:	Plataformas digitales.
Significación:	Dimensiones e indicadores.

4. Soporte teórico



INVESTIGA
UCV

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Recaudación Fiscal	Fiscalidad en plataformas digitales.	Es la regulación y recaudación de impuestos en transacciones y actividades económicas en línea. Su propósito es garantizar que las grandes empresas cumplan con su cuota justa de obligaciones fiscales, sin importar el país en el que desarrollen sus operaciones económicas (Jabalera, 2021).
	Recaudación potencial.	Indica que muchas naciones todavía no gravan los servicios digitales, es aquí la ausencia de una recaudación potencial. Asimismo, recalca que la continua expansión de estos servicios sin una tributación adecuada socava la competencia justa y tiene un impacto creciente en los ingresos fiscales como también en la actividad económica de las empresas locales que cumplen con sus obligaciones tributarias (Jiménez y Podestá, 2021).
	Agentes de retención a nivel internacional.	Son entidades encargadas de recaudar y remitir impuestos en transacciones en línea. Estos agentes pueden ser plataformas digitales, pagadores de bienes o servicios, o instituciones financieras intermediarias. En diversos países, se aplican impuestos a transacciones digitales, y las empresas extranjeras pueden registrarse para pagar el impuesto o estar sujetas a retenciones en los pagos (Amar y Grondona, 2021).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la guía de entrevista de recaudación fiscal elaborado por las investigadoras en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Dimensiones del instrumento:

- **Primera dimensión:** Fiscalidad en plataformas digitales.
- **Objetivo de la dimensión:** Se pretende medir la comprensión y punto de vista del entrevistado respecto a la creación de un marco tributario para plataformas digitales en Perú. La intención es también analizar su opinión acerca de la ausencia de Impuesto a la Renta y examinar la viabilidad del concepto de "establecimiento permanente" en el ámbito tributario digital. Adicionalmente, se busca obtener ideas valiosas sobre enfoques eficaces para gravar actividades en este sector en crecimiento.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impuesto General a las Ventas	<ul style="list-style-type: none">• Considerando que en Perú aún no se aplica un Impuesto General a las Ventas en plataformas digitales, ¿cuáles serían los primeros pasos para desarrollar un marco de tributación efectivo en este contexto?• ¿Puede explicar brevemente cómo funcionan los impuestos en las transacciones digitales en países donde no se aplica el Impuesto General a las Ventas, como Perú?	4	4	4	
Impuesto a la Renta	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué opina sobre la falta de Impuesto a la Renta en Perú para las operaciones en plataformas digitales?	4	3	4	
Establecimiento permanente	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es su perspectiva en relación con la utilización del concepto de "establecimiento permanente" para gravar las actividades digitales?• ¿Cuáles serían los enfoques adecuados para gravar de manera efectiva las actividades y ganancias generadas en plataformas digitales, teniendo en cuenta la noción de "Establecimiento Permanente"?	4	4	3	



- **Segunda dimensión:** Recaudación potencial.
- **Objetivo de la dimensión:** Se busca medir la percepción del entrevistado acerca de estrategias para la recaudación del IVA en transacciones digitales. Asimismo, la comprensión sobre cómo los países pueden ajustar sus políticas fiscales para optimizar la recaudación, teniendo en cuenta la influencia de las plataformas digitales en el PBI. La última pregunta tiene como objetivo determinar si el entrevistado considera significativa la recaudación de bienes y servicios en plataformas digitales como fuente fiscal en la economía actual.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recaudación potencial del IVA en diferentes países.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué recomendaciones tendría para los gobiernos que buscan mejorar la recaudación del IVA en las transacciones en línea a través de plataformas digitales?	4	4	4	
Recaudación potencial en porcentajes del PBI.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cómo pueden los países adaptar sus políticas fiscales a nivel mundial para maximizar la recaudación en el contexto de los impuestos ya establecidos por plataformas digitales y su impacto en el PBI?	4	4	4	
Recaudación potencial sobre bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es su opinión respecto a si la recaudación potencial sobre bienes y servicios en plataformas digitales constituye una fuente de ingresos fiscales significativa en la economía actual?	4	4	4	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

- **Tercera dimensión:** Agentes de retención a nivel internacional.
- **Objetivo de la dimensión:** Se busca obtener detalles sobre cómo se determina las tasas de retención en servicios digitales a nivel global, analizando la comprensión del entrevistado sobre los elementos que influyen en este procedimiento. Además, se desea evaluar cómo la implementación de tasas de retención en servicios digitales podría afectar a la economía en el Perú, buscando comprender las perspectivas sobre posibles ventajas o desafíos asociados.

Indicador	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tasas de retención sobre los servicios digitales	<ul style="list-style-type: none">• ¿Podría explicar cómo se determinan las tasas de retención sobre los servicios digitales y qué factores se consideran en este proceso?• ¿Cómo la aplicación de tasas de retención sobre los servicios digitales podría beneficiar o perjudicar tanto a la economía como a recaudación fiscal en Perú?	4	4	4	



Julissa Vite
Mg. Julissa Almagro Vite Querebali
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT: 04 - 4891

Firma del evaluador
DNI



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez, usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de la guía de entrevista, la evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer tributario. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	<i>Maria del Socorro Oleiferu Saavedra</i>		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (x)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	<i>Docente</i>		
Institución donde labora:	<i>Universidad César Vallejo</i>		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (x)		
Experiencia en Investigación Psicométrica:			

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Entrevista de la Recaudación Fiscal en el ámbito digital.
Autoras:	Llueen Custodio Yuliana Brissette. Mora Hurtado Celinda Stephany.
Procedencia:	Chiclayo.
Administración:	
Tiempo de aplicación:	1 hora.
Ámbito de aplicación:	Plataformas digitales.
Significación:	Dimensiones e indicadores.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Recaudación Fiscal	Fiscalidad en plataformas digitales.	Es la regulación y recaudación de impuestos en transacciones y actividades económicas en línea. Su propósito es garantizar que las grandes empresas cumplan con su cuota justa de obligaciones fiscales, sin importar el país en el que desarrollen sus operaciones económicas (Jabalera, 2021).
	Recaudación potencial.	Indica que muchas naciones todavía no gravan los servicios digitales, es aquí la ausencia de una recaudación potencial. Asimismo, recalca que la continua expansión de estos servicios sin una tributación adecuada socava la competencia justa y tiene un impacto creciente en los ingresos fiscales como también en la actividad económica de las empresas locales que cumplen con sus obligaciones tributarias (Jiménez y Podestá, 2021).
	Agentes de retención a nivel internacional.	Son entidades encargadas de recaudar y remitir impuestos en transacciones en línea. Estos agentes pueden ser plataformas digitales, pagadores de bienes o servicios, o instituciones financieras intermediarias. En diversos países, se aplican impuestos a transacciones digitales, y las empresas extranjeras pueden registrarse para pagar el impuesto o estar sujetas a retenciones en los pagos (Amar y Grondona, 2021).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la guía de entrevista de recaudación fiscal elaborado por las investigadoras en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Dimensiones del instrumento:

- **Primera dimensión:** Fiscalidad en plataformas digitales.
- **Objetivo de la dimensión:** Se pretende medir la comprensión y punto de vista del entrevistado respecto a la creación de un marco tributario para plataformas digitales en Perú. La intención es también analizar su opinión acerca de la ausencia de Impuesto a la Renta y examinar la viabilidad del concepto de "establecimiento permanente" en el ámbito tributario digital. Adicionalmente, se busca obtener ideas valiosas sobre enfoques eficaces para gravar actividades en este sector en crecimiento.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impuesto General a las Ventas	<ul style="list-style-type: none">• Considerando que en Perú aún no se aplica un Impuesto General a las Ventas en plataformas digitales, ¿cuáles serían los primeros pasos para desarrollar un marco de tributación efectivo en este contexto?• ¿Puede explicar brevemente cómo funcionan los impuestos en las transacciones digitales en países donde no se aplica el Impuesto General a las Ventas, como Perú?	4	4	4	
Impuesto a la Renta	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué opina sobre la falta de Impuesto a la Renta en Perú para las operaciones en plataformas digitales?	4	4	4	
Establecimiento permanente	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es su perspectiva en relación con la utilización del concepto de "establecimiento permanente" para gravar las actividades digitales?• ¿Cuáles serían los enfoques adecuados para gravar de manera efectiva las actividades y ganancias generadas en plataformas digitales, teniendo en cuenta la noción de "Establecimiento Permanente"?	4	4	4	



- **Segunda dimensión:** Recaudación potencial.
- **Objetivo de la dimensión:** Se busca medir la percepción del entrevistado acerca de estrategias para la recaudación del IVA en transacciones digitales. Asimismo, la comprensión sobre cómo los países pueden ajustar sus políticas fiscales para optimizar la recaudación, teniendo en cuenta la influencia de las plataformas digitales en el PBI. La última pregunta tiene como objetivo determinar si el entrevistado considera significativa la recaudación de bienes y servicios en plataformas digitales como fuente fiscal en la economía actual.


Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recaudación potencial del IVA en diferentes países.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué recomendaciones tendría para los gobiernos que buscan mejorar la recaudación del IVA en las transacciones en línea a través de plataformas digitales?	4	4	4	
Recaudación potencial en porcentajes del PBI.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cómo pueden los países adaptar sus políticas fiscales a nivel mundial para maximizar la recaudación en el contexto de los impuestos ya establecidos por plataformas digitales y su impacto en el PBI?	4	4	4	
Recaudación potencial sobre bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es su opinión respecto a si la recaudación potencial sobre bienes y servicios en plataformas digitales constituye una fuente de ingresos fiscales significativa en la economía actual?	4	4	4	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

- **Tercera dimensión:** Agentes de retención a nivel internacional.
- **Objetivo de la dimensión:** Se busca obtener detalles sobre cómo se determina las tasas de retención en servicios digitales a nivel global, analizando la comprensión del entrevistado sobre los elementos que influyen en este procedimiento. Además, se desea evaluar cómo la implementación de tasas de retención en servicios digitales podría afectar a la economía en el Perú, buscando comprender las perspectivas sobre posibles ventajas o desafíos asociados.

Indicador	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tasas de retención sobre los servicios digitales	<ul style="list-style-type: none">• ¿Podría explicar cómo se determinan las tasas de retención sobre los servicios digitales y qué factores se consideran en este proceso?• ¿Cómo la aplicación de tasas de retención sobre los servicios digitales podría beneficiar o perjudicar tanto a la economía como a recaudación fiscal en Perú?	4	4	4.	


Firma del evaluador
DNI 02877795

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez, usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de la guía de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer tributario. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Leidy Yocora Flores	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:		
Institución donde labora:	WORLD LAB PERU SAC	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica:		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Entrevista de la Recaudación Fiscal en el ámbito digital.
Autoras:	Llue Custodio Yuliana Brisette. Mora Hurtado Celinda Stephany.
Procedencia:	Chiclayo.
Administración:	
Tiempo de aplicación:	1 hora.
Ámbito de aplicación:	Plataformas digitales.
Significación:	Dimensiones e indicadores.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Recaudación Fiscal	Fiscalidad en plataformas digitales.	Es la regulación y recaudación de impuestos en transacciones y actividades económicas en línea. Su propósito es garantizar que las grandes empresas cumplan con su cuota justa de obligaciones fiscales, sin importar el país en el que desarrollen sus operaciones económicas (Jabalera, 2021).
	Recaudación potencial.	Indica que muchas naciones todavía no gravan los servicios digitales, es aquí la ausencia de una recaudación potencial. Asimismo, recalca que la continua expansión de estos servicios sin una tributación adecuada socava la competencia justa y tiene un impacto creciente en los ingresos fiscales como también en la actividad económica de las empresas locales que cumplen con sus obligaciones tributarias (Jiménez y Podestá, 2021).
	Agentes de retención a nivel internacional.	Son entidades encargadas de recaudar y remitir impuestos en transacciones en línea. Estos agentes pueden ser plataformas digitales, pagadores de bienes o servicios, o instituciones financieras intermediarias. En diversos países, se aplican impuestos a transacciones digitales, y las empresas extranjeras pueden registrarse para pagar el impuesto o estar sujetas a retenciones en los pagos (Amar y Grondona, 2021).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la guía de entrevista de recaudación fiscal elaborado por las investigadoras en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Dimensiones del instrumento:

- **Primera dimensión:** Fiscalidad en plataformas digitales.
- **Objetivo de la dimensión:** Se pretende medir la comprensión y punto de vista del entrevistado respecto a la creación de un marco tributario para plataformas digitales en Perú. La intención es también analizar su opinión acerca de la ausencia de Impuesto a la Renta y examinar la viabilidad del concepto de "establecimiento permanente" en el ámbito tributario digital. Adicionalmente, se busca obtener ideas valiosas sobre enfoques eficaces para gravar actividades en este sector en crecimiento.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impuesto General a las Ventas	<ul style="list-style-type: none">• Considerando que en Perú aún no se aplica un Impuesto General a las Ventas en plataformas digitales, ¿cuáles serían los primeros pasos para desarrollar un marco de tributación efectivo en este contexto?• ¿Puede explicar brevemente cómo funcionan los impuestos en las transacciones digitales en países donde no se aplica el Impuesto General a las Ventas, como Perú?	4	4	4	
Impuesto a la Renta	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué opina sobre la falta de Impuesto a la Renta en Perú para las operaciones en plataformas digitales?	4	4	4	
Establecimiento permanente	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es su perspectiva en relación con la utilización del concepto de "establecimiento permanente" para gravar las actividades digitales?• ¿Cuáles serían los enfoques adecuados para gravar de manera efectiva las actividades y ganancias generadas en plataformas digitales, teniendo en cuenta la noción de "Establecimiento Permanente"?	4	4	3	



- **Segunda dimensión:** Recaudación potencial.
- **Objetivo de la dimensión:** Se busca medir la percepción del entrevistado acerca de estrategias para la recaudación del IVA en transacciones digitales. Asimismo, la comprensión sobre cómo los países pueden ajustar sus políticas fiscales para optimizar la recaudación, teniendo en cuenta la influencia de las plataformas digitales en el PBI. La última pregunta tiene como objetivo determinar si el entrevistado considera significativa la recaudación de bienes y servicios en plataformas digitales como fuente fiscal en la economía actual.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recaudación potencial del IVA en diferentes países.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué recomendaciones tendría para los gobiernos que buscan mejorar la recaudación del IVA en las transacciones en línea a través de plataformas digitales?	4	4	4	
Recaudación potencial en porcentajes del PBI.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cómo pueden los países adaptar sus políticas fiscales a nivel mundial para maximizar la recaudación en el contexto de los impuestos ya establecidos por plataformas digitales y su impacto en el PBI?	4	4	4	
Recaudación potencial sobre bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es su opinión respecto a si la recaudación potencial sobre bienes y servicios en plataformas digitales constituye una fuente de ingresos fiscales significativa en la economía actual?	4	4	4	



- **Tercera dimensión:** Agentes de retención a nivel internacional.
- **Objetivo de la dimensión:** Se busca obtener detalles sobre cómo se determina las tasas de retención en servicios digitales a nivel global, analizando la comprensión del entrevistado sobre los elementos que influyen en este procedimiento. Además, se desea evaluar cómo la implementación de tasas de retención en servicios digitales podría afectar a la economía en el Perú, buscando comprender las perspectivas sobre posibles ventajas o desafíos asociados.

Indicador	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tasas de retención sobre los servicios digitales	• ¿Podría explicar cómo se determinan las tasas de retención sobre los servicios digitales y qué factores se consideran en este proceso?	4	4	3	
	• ¿Cómo la aplicación de tasas de retención sobre los servicios digitales podría beneficiar o perjudicar tanto a la economía como a recaudación fiscal en Perú?	4	3	4	

Firma del evaluador

DNI 46207079

ANEXO 04: CONSENTIMIENTO INFORMADO UCV

Título de la investigación: “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú”

Investigadores:

Lluen Custodio Yuliana Brisette.
Mora Hurtado Celinda Stephany.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú”, cuyo objetivo es analizar la tributación digital y la recaudación fiscal de las plataformas digitales en el Perú. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pre grado de la carrera profesional de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La ausencia de una tributación efectiva en las actividades digitales está teniendo un impacto considerable tanto en la capacidad de recaudación de nuestro país como en el fortalecimiento de las finanzas del gobierno nacional.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas digitales en el Perú”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente de contabilidad. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los investigadores:
Lluen Custodio Yuliana Brisette.

Email: lcustodioy@ucvvirtual.edu.pe

Mora Hurtado Celinda Stephany.

Email: cmorah@ucvvirtual.edu.pe

y con el Docente asesor: Dra. Liliana Suárez Santa Cruz.

Email: ldsuareszs@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación, autorizo participar en la investigación antes mencionada.



Mora Hurtado Celinda Stephany.



Lluen Custodio Yuliana Brisette

Fecha y hora: 24 de abril de 2024 a las 5:00 pm.