

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Carrera de **DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

“LA NECESIDAD DE REGULAR LA TRIBUTACIÓN  
DE LAS PERSONAS JURÍDICAS NO  
DOMICILIADAS QUE BRINDAN SERVICIOS  
DIGITALES EN EL PERÚ”

Tesis para optar al título profesional de:

**Abogada**

**Autor:**

Sayuri Brizeth Fernandez Garcia

**Asesor:**

Mg. Rodrigo Olano Romero

<https://orcid.org/00000-0003-1577-9574>

Trujillo - Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Roger Augusto Lara Algendones</b>	<b>41479750</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>Edwin Adolfo Morocco Colque</b>	<b>70254225</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>Ana Maria Araujo Huerta</b>	<b>44240694</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### REPORTE DE SIMILITUDES

---

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

#### FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

## **DEDICATORIA**

A mis padres, que siempre me han apoyado e impulsado a lograr todas mis metas.

A mi mamá Nelly y mi papá José, quienes son unos de los motivos principales para poder alcanzar esta nueva meta en mi vida académica.

A Carlos Hora, quien es mi compañero incondicional y me apoya en todos los objetivos que me planteo.

A mi mascota Lulú, quien continúa siendo mi acompañante incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis compañeros, docentes y asesor de tesis, por las enseñanzas y orientación brindada para poder terminar de forma satisfactoria este trabajo.

## Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
<b>1.1.    Realidad problemática</b>	<b>10</b>
<b>1.2.    Formulación del problema</b>	<b>26</b>
<b>1.3.    Objetivos</b>	<b>26</b>
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	45
REFERENCIAS	54
ANEXOS	61

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Opinión de especialistas entrevistados respecto al objetivo I.....	31
TABLA 2: Opinión de especialistas entrevistados respecto al objetivo III.....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Países sudamericanos hispanohablantes que gravan servicios digitales por no domiciliados.....32

## RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo general el medir el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú, para tal cumplimiento se utilizarán las legislaciones extranjeras sobre la regulación del impuesto al valor agregado y sobre el impuesto a la renta, además de emplear doctrina tanto de autores nacionales como extranjero.

La metodología a utilizar es descriptiva, básica y cualitativa con diseño no experimental transversal, se utilizó a su vez técnicas de análisis sobre las legislaciones extranjeras respecto al tema, así como el análisis doctrinal, con el uso de los instrumentos de ficha de resumen y cuadros comparativos. De ello se obtuvo como resultado que es necesario que se produzca la regulación de los servicios digitales brindados por no domiciliados, con los argumentos que se expondrán en el desarrollo de la presente tesis, ya que uno de los temas que ha captado la atención en el ámbito tributario mundial son estos servicios, dentro de los que se encuentra el ya conocido streaming, entre otros.

**PALABRAS CLAVES:** Sujetos no domiciliados, servicios digitales, impuesto general a las ventas, economía digital.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Desde el origen de la pandemia por el COVID19 en el año 2020 realizar actividades sin el uso de la tecnología se ha vuelto inviable, ya que comprar alimentos básicos hasta llevar estudios de post grado se hacen por medio de la red y la virtualidad, siendo claro que el mundo actual ha experimentado diversos cambios gracias a esta, dando origen a la nueva economía digital, la que es el resultado de los avances tecnológicos de la información. Es por eso, que a medida que las nuevas tendencias digitales se desarrollan y con ello nuevas formas de obtener ganancias económicas, se hace necesario que la autoridad fiscal encuentre las formas idóneas de estar a la par con esta, buscando que todas las actividades que generen ingresos monetarios para una persona natural como una persona jurídica por los medios digitales se encuentren gravadas por el impuesto adecuado.

Uno de los temas que ha captado la atención en el ámbito tributario mundial, son los servicios prestados por personas jurídicas no domiciliadas, los cuáles son conocidos como servicios digitales, entre los que se encuentra el famoso *streaming*<sup>1</sup>, ofrecido por plataformas como Netflix, Amazon Prime, Disney +, entre otros.

La aparición de estas plataformas y el impacto que está teniendo la tecnología en la vida humana ha provocado el nacimiento de la economía digital, la cual es definida por Javier

---

<sup>1</sup> Contenido de medios, en vivo o grabado que se puede acceder en tiempo real mediante computadoras o aparatos móviles que cuenten con internet.

Illescas (2019), como la producción económica total derivada de una serie de entradas digitales amplias, las cuales incluyen las competencias digitales tales como los equipos de software, hardware y equipos de comunicaciones, además de los bienes y servicios digitales intermedios utilizados en la producción, los que son los fundamentos de la economía digital.

Por su parte Cabrera (2017), indica que con la apertura de los mercados y la fuerte penetración de la globalización en todas sus dimensiones, se ha hecho posible el empleo de las estructuras digitales con el fin de ofrecer bienes y servicios a cualquier parte del mundo a través de la red, haciendo hincapié que la economía digital no solo pertenece a un determinado sector económico, sino que se encuentra dentro de todos los ámbitos del comercio.

Siguiendo lo establecido por Cabrera (2017), el comercio digital se divide en tres sectores; en primer lugar, se encuentra el Business- to- Business (B2B), el cual aborda los negocios digitales entre empresas; el segundo, es el Business- to- Customer (B2C), el cual consiste en operaciones digitales entre una empresa y un cliente; y, finalmente, tenemos al Customer- to- Customer, el cual se refiere a las plataformas de mercado en la que los clientes interactúan de forma directa.

Cores (2018) señala que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico- en adelante OCDE-, ha desarrollado una serie de lineamientos y recomendaciones sobre la actividad comercial electrónica, teniendo como fin el de proteger al consumidor y promover mejores procesos por parte de estas plataformas, proponiendo regularizar estas actividades, gravándolas y aplicando nuevas disposiciones tributarias.

Dado el auge de la economía digital, la Unión Europea (2018) planteó dos alternativas para gravar los ingresos obtenidos por la prestación de servicios digitales; la primera es la creación de un impuesto a los servicios digitales, el cual sería solo un impuesto temporal, mientras no exista un consenso global sobre el tema, en el cual se plantea que se grave con el 3% los ingresos procedentes de las prestación de servicios digitales, no siendo necesario que el proveedor de estos tenga un establecimiento físico en el país donde presta sus servicios, planteándose así que el sujeto pasivo del impuesto sea la entidad prestadora del servicio, mientras que el acreedor tributario sería el Estado donde se encuentre el usuario que contrata este servicio

Por su parte, la OCDE- señaló dos propuestas para la recaudación de impuestos de estos negocios, en base a dos pilares; el pilar I o también llamado enfoque unificado, busca otorgar a los Estados la potestad de gravar la renta obtenida por una determinada empresa que brinda servicios digitales, a pesar de que esta no cuente con presencia física dentro de su jurisdicción, mediante la introducción de nuevas reglas de nexos, así como un método de reparto de potestades tributarias entre países, Por otro lado, Pilar II o propuesta global anti-erosión o también conocido como Plan GloBe, plantea la creación de un impuesto mínimo global del 15% , el cual ayudaría a los países a la recaudación de los impuestos originados por esta actividad empresarial. (OCDE, 2019)

Si bien en países europeos ya se ha dado un avance notable sobre la regulación de impuestos a las plataformas digitales, en el continente sudamericano también se ha implementado recientemente la regulación sobre esta materia, como son en los países de Chile, Argentina, y Uruguay se ha legislado ya sobre este tema, las mismas que serán analizadas en la sección de discusión de este trabajo de investigación; sin embargo para dar un breve alcance de ello

se tiene que en Chile se aprobó en 2018 el Proyecto de Ley de Modernización Tributaria, el cual incluyó un impuesto específico a los servicios digitales que son prestados por no domiciliados y usados por personas naturales, se determinó que la tasa que gravaría este impuesto sería el de 10% a todas las ganancias provenientes de los servicios digitales; sin embargo, el 23 de agosto de 2019 se realizó una reforma tributaria, en la cual se determinó cobrar el 19% como impuesto al valor agregado a las plataformas digitales como Netflix y Spotify.

En Uruguay, la legislación sobre la materia tributaria es una de las más avanzadas, ya que en este país además de gravar con el IGV a las rentas obtenidas por prestación de servicios digitales de las empresas no domiciliadas, también se gravan las ganancias con el impuesto a la renta, estableciéndose en 2018 que las rentas de no domiciliados que tienen como origen los servicios prestados por internet mediante las plataformas digitales, serían consideradas como rentas de fuente uruguaya, siendo el 22% la tasa impositiva del IVA y 12% la tasa de impuesto a la renta.

En Argentina, la tasa del impuesto del valor agregado es del 21% además se estableció que cuando los pagos se hacen por entidades argentinas que faciliten o administren pagos al exterior, deberán actuar como agente de percepción y determinación del impuesto, a diferencia de la ley peruana, en el caso del IVA también se grava la utilización de un servicio digital cuando el usuario sea una persona natural sin negocio.

Según lo expuesto, es aceptable pensar en el por qué aún en Perú no se encuentra regulada esta materia, si a pesar de que según DATUM (2020) al realizar una encuesta a los ciudadanos peruanos, se obtuvo como resultado que el 52% de los peruanos ya utilizaba el servicio de streaming, el cual creció de forma exponencial a raíz del confinamiento originado

por el COVID 19, es por esto que se puede observar que las ganancias para empresas como Netflix, Spotify, Disney + , entre otros, se ha visto incrementada; sin embargo, actualmente aún no se ha encontrado la forma ideal para la recaudación tanto del impuesto a la renta como el impuesto general a las ventas.

Por su parte, un estudio de PriceWaterhouseCoopers (PWC) (2021), determinó que los ingresos de las plataformas de streaming en el Perú en el año 2020 fueron de US\$54 millones, cifra que se duplicaría en 2025, llegando a alcanzar los US\$108 millones al año.

Aun cuando Perú fue el pionero en la región en otorgar una definición a servicios digitales en el año 2004, el cual se encuentra recogido en el reglamento de la ley del impuesto a la renta como todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del Internet o cualquier otra red, caracterizado por ser esencialmente automático y no ser viable en ausencia de tecnología de la información, además de establecerse un listado no taxativo de los que son considerados como servicios digitales para la legislación tributaria peruana, listado que, vale mencionar, se encuentra obsoleto en la época actual, a pesar de ello no se ha buscado regular la recaudación de impuestos cuando estas empresas prestan sus servicios digitales a personas naturales domiciliadas que no realizan actividad empresarial.

Como señala Villegas (2019) si bien en el ordenamiento peruano sobre materia tributaria vigente se contempla un tratamiento impositivo sobre ciertos servicios prestados por no domiciliados mediante la utilización de plataformas digitales, recientemente la administración tributaria ha identificado nuevos modelos de negocio de la economía digital que no se encontrarían dentro de la esfera impositiva de pago de tributos, ya sea por la ausencia de regulación sobre estos servicios, por el vacío legal sobre las normas vigentes o por la dificultad que significaría verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya

que en mayor parte estos servicios son prestados a personas naturales domiciliadas que no realizan algún tipo de actividad empresarial.

Sobre este punto, el Intendente nacional de estrategias y riesgos de SUNAT, De La Cruz, P. (2019), afirmó que los servicios prestados por plataformas digitales como Netflix y Spotify sí se encuentran gravados con el IGV; sin embargo, no existen los mecanismos idóneos para su recaudación.

Es por ello que esta investigación busca resolver la interrogante surgida ante esta nueva realidad y determinar si el Estado peruano está llevando a cabo los medios adecuados para adecuar la tributación a esta variable economía digital.

Siguiendo con lo establecido previamente por la Resolución Rectoral N° 90-2020-UPN-SAC, aprobada el 18 de marzo de 2020, este trabajo se encuentra dentro de la línea de investigación “Desarrollo sostenible y gestión empresarial”, encontrándose en la sub-línea correspondiente a “Persona jurídica, responsabilidad social empresarial (RSE). Sistemas integrados de gestión”.

Sobre los antecedentes de esta investigación, en el ámbito internacional, Otoya J. y Llamas C. (2017), en su tesis titulada “La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos” de la Pontificia Universidad Javeriana- Colombia, se plantearon como objetivo investigar de qué manera la economía digital representa un problema en la tributación y de qué manera se puede regular. En su trabajo de investigación, llegaron a la conclusión de que la evolución de la economía digital se encuentra en un ritmo más acelerado que la legislación tributario, no siendo posible encontrar la solución inmediata a los problemas fiscales por medio de conceptos clásicos del derecho tributario, siendo

necesario el desarrollo de soluciones a corto, mediano y largo plazo, para que con esto se pueda erradicar las dificultades de la imposición tributaria frente a la economía digital.

Merino, F (2020) en su tesis “Desafíos normativos para la tributación de la economía digital en Chile” de la Universidad de Chile, plantea como objetivo principal de su trabajo determinar si la normativa tributaria y sus incorporaciones, abarcan de manera total los desafíos impositivos asociados a la economía digital, llegando a concluir que debido a la equidad tributaria que debe existir entre la economía digital y la convencional, los legisladores chilenos tendrán que abarcar el fenómeno de la economía digital, ya sea por medio de la modificación del concepto dado al establecimiento permanente o generando otro concepto que lo abarque, además el autor menciona que una característica de la economía digital está referida a la movilidad de sus componentes y la importancia de los intangibles, permitiendo a estas empresas poner tener presencia comercial en distintos países, sin contar con un establecimiento físico, ya sea una sucursal u oficina.

Burítica, O. y Burítica, R. (2001), en su tesis “Implicaciones del Comercio Electrónico en la Tributación”, señalaron que en Colombia se incorporó la normativa referida al comercio electrónico, en base al modelo de la Naciones Unidas, otorgando seguridad jurídica a la actividad comercial realizada mediante el comercio electrónico, para lo cual fue necesario la regulación de la firma digital y mensaje de datos. Por otro lado, en cuanto al aspecto tributario llegaron a la conclusión de que la solución más aceptada es la creación de nuevos impuestos, agregando que para evitar la doble tributación, es determinante la celebración de tratados internacionales.

Pacheco, P. y Anabalón, J. (2018) en su tesis “Desafíos normativos para la tributación de la economía digital en Chile”, plantearon como objetivo principal de estudio identificar la suficiencia de las propuestas BEPS de OCDE y su aplicación práctica bajo la normativa chilena; a manera de conclusión, determinaron que en la legislación chilena no existe una definición clara sobre establecimiento permanente; sin embargo, estos se pueden hallar en los convenios de doble tributación celebrados por Chile. Otra conclusión relevante en la tesis de los autores es que señalan que en Chile no existe la obligatoriedad para las instituciones financieras sobre la recaudación de impuestos, debido a que deben ser los mismos contribuyentes que los declaren ante la autoridad fiscal.

Ruíz, C. (2020), en su tesis “Economía digital y tributación”, pretende analizar qué es la economía digital y cuáles son los problemas tributarios que esta plantea, debido a la presencia de activos intangibles, traslado de beneficios y la presencia no física de empresas transnacionales; a modo de conclusión indica que la Unión Europea reconoce que los avances tecnológicos inciden positivamente en la creación de puestos de trabajo; sin embargo, esto también ha demostrado que las leyes no se han adoptado al mundo digital, por lo que la brecha entre las leyes tributarias y la digitalización ha agravado los casos de evasión fiscal, por lo que España busca recaudar más impuestos, considerando la autora, que se tiene la idea errónea de que los con mayor poder económico deben pagar más, afirmando que se ha demostrado que una economía no soluciona sus problemas a base de la creación de más impuestos.

A nivel nacional, Villanueva, L. (2013) en su tesis titulada “Efectos de la tributación en el comercio electrónico de Lima Metropolitana, periodo 2007-2012, se plantea como objetivo determinar si los efectos de la tributación influyen en el comercio electrónico en el país,

concluyendo que los tributos influyen en la emisión de comprobantes de pago de las empresas dedicadas al comercio electrónico.

Villegas, R. (2020), en su tesis “Imposición en el Perú a los servicios digitales prestados por empresas de aplicativos no domiciliadas: Los casos de Netflix y Airbnb, tuvo como objetivo determinar si en el ordenamiento jurídico tributario peruano, los nuevos modelos de economía digital prestados a personas naturales se encuentran gravados tanto por el impuesto a la renta como por el impuesto general a las ventas. Como conclusiones de este trabajo, la autora determina que los servicios prestados por Netflix y Airbnb, se encuentran dentro de la definición de servicios digitales inmersos en la normativa sobre el impuesto a la renta; sin embargo, menciona que las normas peruanas solo han previsto que habrá utilización económica de servicios digitales en el país cuando el usuario sea un sujeto que realice actividad empresarial; es decir, que sea perceptor de rentas de tercera categoría, lo cual excluye a los usuarios que son personas naturales sin negocio. Por otro lado, respecto al IGV, señala que para que se cumpla la utilización de servicios en la ley se señala que el usuario sea un sujeto del impuesto, excluyendo también la posibilidad de gravar los servicios digitales cuando son consumidos por personas naturales domiciliadas sin negocio, sugiriendo la modificación de las normas sobre el IGV, incorporando un hecho imponible independiente, el cual permitirá gravar el consumo de servicios digitales por personas naturales.

Ayala, K. y Cáceres, A. (2018) en su tesis titulada “Reforma tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017”, se aborda como objetivo de la investigación analizar las posibles reformas en la legislación tributaria peruana, orientadas a gravar los servicios digitales

remunerados de audio y video vía streaming usados por personas naturales domiciliadas en el Perú, concluyendo que la Administración Tributaria si tiene la posibilidad de aplicar el sistema de recaudación por medio de la ayuda de agentes solidarios, los cuales serían los encargados de la liquidación mensual de los impuestos, referente al IGV las autoras mencionas que este es un impuesto al consumo y la carga tributaria es trasladada a los consumidores finales, por lo que es importante que se modifique la ley del IGV para que incluyan nuevas opciones de servicios, que utiliza el internet para acceder al contenido.

En el ámbito local, Cruz, K. (2020) en su tesis “El impuesto a la renta peruano de servicios digitales prestados por no domiciliados a sujetos que no realizan actividad empresarial”, realizada en la Universidad Nacional de Trujillo, plantea como objetivo del estudio analizar la posibilidad de gravar con el impuesto a la renta en el Perú los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a sujetos que no realizan actividad empresarial, llegando a determinar que sí es posible que estas operaciones se encuentren gravadas, mediante una modificación a la legislación, en relación con el criterio de utilización económica, uso o consumo en el país, asimismo expresa que el criterio de conexión que faculta al Estado peruano a gravar las rentas provenientes de servicios digitales prestados por no domiciliados en el territorio peruano, tiene su fundamentación en el criterio de la fuente, mediante el cual el “uso del mercado” señala que serán de fuente peruana cuando el valor se haya generado en el Perú, es decir, cuando el usuario sea un peruano.

A efectos de un mejor entendimiento sobre el tema de tesis, se deberá de conocer a que se refiere con tributación de las personas jurídicas no domiciliadas; a partir de esta idea, se debe desglosar en primer lugar qué es una persona jurídica, es así que Balarezo, E. (2015), señala que este ente nace como resultado de una reunión de varias personas con un fin en común,

encontrándose conformada por tres elementos: la conducta humana, los valores y las normas; por otro lado, Arrascue, E. (2014), expresa que la persona jurídica tiene atribuida la capacidad jurídica y voluntad, independiente de sus representante, con un fin lícito que deberá ser logrado a través de la actuación del patrimonio.

A partir de estas dos definiciones, se puede entender a la persona jurídica como una organización de personas, con un fin en común, siendo titular tanto de derechos como de obligaciones, siendo la tributación una de sus obligaciones, la cual es definida por Ludeña, Y. et al (2019) como el sistema por el cual el Estado a través de los órganos de gobierno extrae las ganancias de los administrados para poder cumplir con las cargas públicas. A su vez, Macroconsult (2015) define a la tributación como la acción del Estado que obliga al ciudadano y a empresas a la entrega de cierta cantidad de dinero, el que servirá como financiamiento de las funciones y servicios públicos.

Entre las obligaciones que tiene un contribuyente se encuentran las de pagar el impuesto a la renta y la del pago al impuesto general a las ventas; el primero es un tributo de periodicidad anual, que grava los ingresos que obtiene un contribuyente, divididos en renta de capital, de trabajo y empresariales; Villegas, C. y López, B (2015), lo definen como un tributo que tiene como finalidad proveer al Estado de recursos económicos, que serán utilizados para el financiamiento de la atención de los servicios públicos elementales, gravando un porcentaje de los ingresos del contribuyente.

Según Bravo, J. (2015), el impuesto a la renta es un tributo que se precipita sobre la renta como manifestación de riqueza, gravando el hecho de percibir o generar renta, que pueden provenir de fuentes pasivas (rentas de capital), activas (rentas de trabajo) o mixtas (actividad

empresarial). Este impuesto cuenta con tres criterios; el primero, es el de la renta- producto, el cual es el resultado periódico y neto, en donde el producto debe ser separable de la fuente, la que tiene que ser durable y puesta en explotación; el segundo, es el de flujo de riqueza, el que considera renta al total de la riqueza que proviene de operaciones con terceros, pudiendo ser un ingreso periódico, transitorio y accidental, diferenciándose del primer criterio en que la fuente no debe ser durable; y el tercer criterio es el de consumo más incremento patrimonial, en este no importa si la renta provienen de una fuente durable o de operaciones con terceros, si no que analiza si se ha incrementado el patrimonio y que fue lo que se consumió durante un período establecido. La legislación peruana en la ley del impuesto a la renta recoge parte de los tres criterios predominando el de renta-producto.

Siguiendo la línea de la tributación de las personas jurídicas, a efectos del pago del impuesto a la renta, tributarán de diferente manera si son considerados como domiciliadas o no domiciliados; sobre este punto, la ley del impuesto a la renta en el artículo 6 establece que están sujetas al impuesto la totalidad de las rentas gravadas que obtengan los contribuyentes domiciliados en el país, posteriormente en el artículo 7 del mismo cuerpo normativo se considera que se considera domiciliada una persona jurídica en el país cuando se haya constituido en territorio peruano, o cuando una empresa constituida en el exterior tenga una sucursal, agencia u otro establecimiento permanente situado en el Perú; por otro lado, las empresas jurídicas no domiciliadas son las que no cuentan con un establecimiento en el Perú. La diferencia entre estas dos radica en que la empresa jurídica domiciliada tributará respecto a sus rentas de fuente mundial; es decir, las rentas obtenidas tanto de fuente peruana como extranjeras; sin embargo, tal y como lo señala Fernández, I. (2016), las empresas que son consideradas como no domiciliadas solo deberán tributar respecto a sus rentas obtenidas de

fuentes peruana, las cuales son consideradas como tal al ser originadas en actividades civiles, comerciales, empresariales o de otro tipo, que son llevadas a cabo dentro del territorio peruano.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, en adelante SUNAT, (2014), refuerza esta posición al señalar que conforme a la normativa vigente, los sujetos no domiciliados en el país se encuentran gravados con el impuesto a la renta únicamente por sus rentas de fuente peruana, encontrándose la prestación de servicios digitales como una de las operaciones comerciales por las que puede obtener ingresos.

Si bien en el inciso e) del artículo 9 de la ley del impuesto a la renta se establece que cualquiera sea la nacionalidad o domicilio de las partes intervinientes en las actividades comerciales y el lugar de celebración del contrato, se considerarán de fuente peruana, tal y como se mencionó líneas arriba, las que se hayan realizado dentro del Perú; por lo que según lo establecido por Ledesma, G. (2020) para definir si estamos ante una renta de fuente peruana en el caso de los servicios, es necesario que la ejecución de este se realice dentro del territorio nacional, tomando como base la aplicación del principio territorial de la fuente, establecido como criterio de vinculación, por lo que, es necesario analizar la totalidad del servicio prestado y revisar si es ejecutado en el territorio nacional, para que se pueda someter a la jurisdicción tributaria peruana.

Respecto al impuesto general a las ventas, Luque, J. (2003) señala que este es un impuesto indirecto al consumo, aplicado sobre el valor agregado en cada una de las etapas de la cadena de producción y distribución de bienes y servicios; de acuerdo con la opinión de Chávez, M. (2014) este es un impuesto general al consumo de bienes y servicios, que tiene como

principio fundamental la neutralidad, así el empresario durante la cadena de comercialización no asume el costo económico por concepto de valor agregado. Ayala, K et al (2018) indican que para efecto del impuesto general a las ventas, a fin de determinar si el servicio prestado por un no domiciliado ha sido consumido o empleado en el Perú, deberá atenderse al lugar en el que se hace uso inmediato o el primer acto de disposición, debiendo ser necesario el análisis respecto a las condiciones contractuales que han acordado las partes.

En la Ley del Impuesto General a las Ventas, en su inciso b) del artículo 1 se señala que se considera operación gravada con este impuesto a la prestación o utilización de servicios en el país, en concordancia con el artículo 3 del mismo cuerpo legal, mismo que establece que el servicio será utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el Perú, no siendo relevante el lugar en que este fue pagado o se perciba la contraprestación, así como del lugar del contrato, asimismo en el artículo 9 se señala que son contribuyentes de este impuesto las personas naturales, personas jurídicas, sociedades conyugales, entre otras.

Respecto a los servicios digitales, son definidos por Miranda, S. (2018) como una especie de producto digital objeto de las operaciones de comercio electrónico, el cual tiene implícitamente una prestación de hacer, cuya ejecución no se encuentra circunscrita a un lugar físico permanente, a su vez, Miranda citando a Muñoz (2018), refiere que el servicio digital tiene que ser automático, por lo que la intervención humana es de carácter accesorio. Sobre la característica de automático de un servicio digital, la SUNAT (2008) señaló que para que sea considerado como tal debe requerir una mínima intervención humana y conforme a la segunda acepción de este término, automático es un mecanismo que funciona en todo o en parte por sí solo, debiendo ser esencialmente automatizado.

Los servicios digitales también pueden ser definidos como aquellos que permiten la creación, proceso y almacenamiento de datos digitales proporcionados por los consumidores y suministrados en forma digital, permitiendo su interacción digital, por streaming o redes. (Castillo, 2018).

Alva, M. (2011) sobre los servicios digitales indica que un servicio es el cumplimiento de una prestación personal o empresarial, que tiene como fin la satisfacción de una necesidad social o económica en favor de otro y que si en esta se hace uso de herramientas electrónicas y del internet para poder cumplir con esta prestación, se estará ante un servicio digital.

El concepto de servicio digital ha sido desarrollado por el Reglamento de la Ley del Impuesto en la Renta, el cual en su artículo 4-A lo define como todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del internet o de cualquier adaptación de la tecnología, utilizada por internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes mediante accesos en línea, caracterizados por ser esencialmente automático y no ser viable en ausencia de tecnología de la información, cabe señalar que en este artículo se realiza un listado no taxativo de los que son considerados como servicios digitales para la legislación tributaria peruana.

Sobre el criterio de vinculación de los servicios digitales, el Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta estableció que este se utiliza económicamente en el país cuando es usado por un perceptor de rentas de tercera categoría, excluyendo de esta manera la prestación de este servicio a una persona natural domiciliada sin actividad empresarial.

La Administración Tributaria en su informe N°018-2008-SUNAT/2B0000, se pronunció respecto a los servicios digitales, mencionando que se caracterizan por: ser la prestación de

una persona a otra, este se deberá de prestarse a través del internet o de alguna adaptación tecnológica, debe prestarse mediante accesos en línea y debe ser esencialmente automático.

Como ya se ha mencionado en los párrafos precedentes, es imperiosa la necesidad de regular la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú, tanto en la legislación del impuesto a la renta, como en la del impuesto general a las ventas; sin embargo, en esta tesis se abordará únicamente lo concerniente a la inclusión y regulación de esta materia en la ley del Impuesto General a las Ventas.

Este trabajo encuentra su justificación en el incremento acelerado de los servicios digitales, lo cual origina la necesidad de analizar si la legislación tributaria se va adecuando a los avances tecnológicos.

Adicionalmente, este trabajo de investigación tiene un gran valor teórico dado que brinda herramientas descriptivas sobre la realidad problemática presentada, asimismo se hace un análisis sobre la normativa peruana vigente respecto del tema y cuál es la deficiencia que presenta.

Finalmente, esta investigación aporta conceptos importantes respecto a los servicios digitales prestados por no domiciliados, buscando demostrar que la legislación nacional requiere adaptarse a los cambios actuales, ya que si se incluyen estas operaciones para la recaudación de impuestos, el beneficio económico obtenido para el Estado peruano sería muy beneficioso.

## **1.2. Formulación del problema**

A partir de la realidad problemática para este trabajo de investigación, se ha planteado el siguiente problema de investigación: ¿Por qué es necesaria la regulación de la tributación a las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú?

## **1.3. Objetivos**

El objetivo general de este trabajo de investigación es medir el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú; y como objetivos específicos, i) señalar de qué manera beneficiaría la regulación de la prestación de servicios digitales de una empresa no domiciliada a una persona natural que no realiza actividad comercial, ii) determinar de qué manera impactan los servicios digitales en el sistema tributario y, iii) indicar si la retención es la vía adecuada para la recaudación de los impuestos para los no domiciliados que brindan servicios digitales en el Perú.

## **1.4. Hipótesis**

Las operaciones realizadas por los sujetos no domiciliados que brindan servicios digitales en el Perú prestados tanto a empresas como al consumidor final deben estar gravadas, ya que esto generaría una mayor e importante recaudación de impuestos; por otro lado, como hipótesis específicas se plantean las siguientes: i) la regulación de los servicios digitales brindados a personas naturales domiciliadas causan una mayor recaudación tributaria, ii) el impacto de los servicios digitales en el sistema tributario peruano; y, iii) las entidades bancarias como agentes de retención de los impuestos generados por las actividades empresariales de una persona jurídica no domiciliada que brinda servicios digitales en el Perú.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación; según el nivel es de naturaleza descriptiva, ya que tiene como fin indagar sobre la realidad presentada, realizando una presentación detallada y explicativa sobre esta, incorporando los componentes y variables referidos a la tributación de empresas jurídicas no domiciliadas y los servicios digitales.

Según el propósito es básica, debido a que se centra en aumentar los conocimientos teóricos respecto al tema, sin tener un interés directo en las consecuencias prácticas que pueda generar, con este estudio se busca realizar un análisis sobre el porqué se debe regular la tributación a personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales.

Por el enfoque, es cualitativa, ya que está orientada en el estudio y comprensión de fenómenos, basada en análisis, interpretación y argumentación sobre la realidad planteada del estudio.

Por el diseño de la investigación es de tipo no experimental transversal; puesto que no se ha realizado manipulación de la variable independiente, adicional a ello se analizará, interpretará y argumentará sobre la base de una realidad que ya existe, a través del análisis de legislaciones extranjeras que ya han implementado la tributación a personas jurídicas no domiciliadas que prestan servicios digitales se demostrará que es necesario que esta modificación se efectúe en la legislación peruana, específicamente sobre el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo.

La población es la normativa jurídica comparada de los países de Argentina, Chile y Uruguay, los que han implementado esta actividad en su normativa tributaria.

Por otro lado, la muestra son: Ley 21.210, sobre el IGV de Chile, Ley 27.430, Ley que modifica la Ley del Impuesto al Valor Agregado de Argentina y La Ley del Impuesto al Valor Agregado en Uruguay.

En este trabajo se utiliza el método analítico deductivo, ya que se partió de la realidad problemática de forma general, para luego ir a lo específico, esto es la manera en la que se grava las actividades de los no domiciliados que brindan servicios digitales a personas naturales, a través de este se puede estudiar cuál es la normativa internacional respecto al tema, para luego abordar la normativa de alcance nacional.

El método en la ciencia jurídica utilizado es el sociológico, ya que frente a esta realidad problemática se busca que a futuro esta situación sea regulada, proponiendo que las personas jurídicas no domiciliadas que brinden servicios digitales en el Perú paguen impuestos al Estado peruano.

Las técnicas empleadas para este estudio son las siguientes:

- **Análisis de documentos:** Permitirá recopilar la información necesaria para el presente estudio, utilizando artículos académicos, publicaciones en revistas, doctrina de diferentes autores tanto nacionales como extranjeros, lo que sirve para tener un mejor entendimiento de la realidad problemática, marco teórico, resultados y conclusiones,
- **Análisis de legislación comparada:** Permitirá conocer cómo es la forma en que otros países regulan la tributación para este tipo de contribuyentes y cómo es la forma de recaudación de los impuestos que gravan sus actividades comerciales.

Los instrumentos metodológicos empleados para el desarrollo de este estudio son: fichas de resumen; para sintetizar la información recopilada sobre el tema de investigación sobre

documentos específicos que tengan como estudio central los conceptos utilizados para este estudio, lo cual permitirá un adecuado desarrollo del marco teórico; cuadro comparativo de legislaciones extranjera; esto permitirá tener un campo de estudio más amplio, pudiendo tomar en cuenta la forma de cómo se encuentra legislada la tributación de personas jurídicas que brindan servicios digitales en los países de Uruguay, Chile, y Argentina.

Las fuentes de información consideradas para poder desarrollar esta tesis son las bases de datos tales como Google Académico, Scielo, Dialnet y Redalyc, así como repositorios de universidades tanto nacionales como extranjeras. Adicionalmente, también se analizará la legislación comprada de otros países, las cuales serán obtenidas por las páginas oficiales del poder legislativo de Chile, Argentina y Uruguay. Por otro lado, los criterios para la selección de los instrumentos están en función a las técnicas de análisis de documentos, los que consisten en ficha resumen, análisis doctrinal y normativo, empleando para ello los cuadros comparativos de legislaciones internacionales.

El procesamiento y análisis de datos relacionados de la obtención de la población y objeto de estudio durante el desarrollo de este trabajo, tiene como objetivo la obtención de resultados de acuerdo con los objetivos planteados, a partir de los instrumentos de recolección de datos, los cuales serán presentados mediante procesadores de texto, como Word y Excel, a fin de elaborar el documento de investigación y textos procesados de artículos académicos e investigaciones.

Esta investigación toma como base el análisis doctrinal y normativo, por lo que no existe motivo de reserva de la información, facultando al acceso general de la integridad de esta.

Este trabajo se ha realizado respetando la autoría y derechos de autor correspondientes, en los documentos usados para el mejor entendimiento de los conceptos de esta tesis, así como

también se ha realizado un adecuado citado, de acorde a lo establecido por la Asociación Americana de Psicología (APA).

### **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

En este trabajo de investigación, se tiene como objetivo general el medir el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú. Los resultados obtenidos de esta investigación, después de realizar la recolección, procesamiento y análisis de la información, haciendo uso de la metodología e instrumentos adecuados son los que se presentarán a continuación, para dar a conocer la situación tributaria que tienen las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales, los que serán plasmados mediante fichas resumen, así como con cuadros comparativos, para analizar la situación del tema investigado en los países de Chile, Argentina y Uruguay:

**Objetivo general:** Medir el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú.

Debido al avance de la tecnología y a la pandemia originada por el COVID 19 la migración de las personas a los espacios digitales cada vez aumenta más, usando las plataformas digitales para distintas actividades, ya sea educación, trabajo o entretenimiento. Según cifras de OSIPTEL, en el 2021 el 87,7% de hogares peruanos cuentan con acceso a internet, lo que evidencia la migración actual a los entornos digitales. Por lo cual, no es novedad que muchos peruanos utilicen los medios digitales a fin de entretenerse, siendo el caso que de acuerdo con un estudio de Omnicom Media Group (OMG) el 67% de los peruanos usa Netflix, siendo este su principal proveedor de streaming.

El crecimiento de la utilización de estos servicios digitales claramente impacta en la economía de los países, y por ende, en sus sistemas tributarios, es por ello que en Perú para los legisladores peruanos esta situación no ha pasado por alto, es por ello que el 10 de septiembre de 2020 el Grupo Parlamentario Somos Perú presentó el proyecto de ley titulado: “Ley que facilita la recaudación del impuesto general a las ventas (IGV) generado por los servicios digitales brindados a través de plataformas digitales, el cual a continuación será analizado.

<b>PERÚ</b>	
<b>Proyecto de Ley</b>	
<b>Ley que facilita la recaudación del impuesto general a las ventas (IGV) generado por los servicios digitales brindados a través de plataformas digitales</b>	
<b>Fecha de presentación</b>	10 de septiembre de 2020
<b>Modificación planteada</b>	<p><b>Ley del Impuesto General a las ventas</b></p> <p><b>Artículo 4.- La obligación tributaria se origina</b></p> <p>h) En la utilización de servicios contratados o provistos mediante plataformas digitales de audio, video u otro contenido similar, prestados por proveedores no domiciliados y que serán utilizados por personas naturales y jurídicas, en la fecha en la cual se realicen los cargos correspondientes a la suscripción mediante cualquier medio de pago correspondiente a entidades financieras.</p>

	<p><b>Artículo 9.- Sujetos del impuesto:</b></p> <p>9.4 Son sujetos del impuesto en calidad de contribuyentesm las personas naturales y las personas jurídicas cuando sean usuarios o servicios contratados o provistos mediante plataformas digitales de audio, video u otro contenido similar, por los cuales se pague una suscripción mensual, anual o de otra pericidadad menor y que estos sean prestados por proveedores no domiciliados en el país.</p> <p><b>Código Tributario</b></p> <p><b>Artículo 10.- Agentes de retención o percepción</b></p> <p>(...)</p> <p>Asimismo, en el caso de los servicios contratados o provistos mediante plataformas digitales de audio, video u otro contenido similar, la Administración Tributaria podrá designar como agente de retención a las entidades financieras a través de las cuales se realice el pago de dichos servicios.</p>
--	---

Como se puede observar, en el proyecto de ley se planteaba modificar el TUO de la Ley del IGV así como el Código Tributario, el cual se encontraba motivado por el incremento del empleo de las plataformas digitales por parte de los peruanos, siendo ya una realidad que las personas opten por servicios brindados mediante estas más plataformas, dejando de lado la forma tradicional en cómo se recibían estos servicios, por lo que con la modificación a los artículos señalados se buscaba precisar que los servicios de streaming se encuentran

gravados por el impuesto general a las ventas, planteándose como método de recaudación la retención.

Si bien esta iniciativa legislativa no prosperó y el proyecto de ley fue archivado, es evidente que en Perú se tiene en claro que las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú deben de pagar impuestos, por lo que ya se está buscando la forma en cómo se debe de recaudar estos impuestos, siendo este proyecto de ley un claro ejemplo, el cuál impactaría en la recaudación de los impuestos, punto que será desarrollado en el siguiente objetivo.

**1er Objetivo Específico:** Señalar de qué manera beneficiaría la regulación de la prestación de servicios digitales de una empresa no domiciliada a una persona natural que no realiza actividad comercial

Según el Comité de Comercio Exterior (2021), debido al avance tecnológico se ha impulsado la creación de nuevos modelos de negocios, siendo las plataformas digitales de video y música los casos más exitosos, ante este hecho es importante reconocer que la economía digital posee un importante crecimiento, con un potencial recaudatorio grande, estimándose que al no encontrarse regulado la tributación para estos contribuyentes, se deja de percibir entre US\$25 millones y US\$ 44 millones, según lo manifestado por Claudia Suárez, jefa de SUNAT (2019), estimándose al cambio S/150 millones anuales, , utilizando como propuesta principal para la cobranza, la vía de retención por medio de la tarjeta de crédito del usuario al pagar los servicios.

Tabla 1

*Opinión de especialistas entrevistados respecto al objetivo 1*

---

**Walter Noriega**

Sería un ingreso importante, estimándose entre 100 a 300 millones de soles al año.

**Galo Díaz**

Las estimaciones dadas son de 150 a 200 millones de soles al año, lo cual beneficiaría de gran manera a la recaudación de impuestos por parte del Estado Peruano.

**Edyth Pérez**

La recaudación tributaria genera un gran soporte económico al país, SUNAT tiene identificadas a un aproximado de 40 empresas de servicios digitales que operan en el país, por lo que si se realiza la regulación adecuada, significaría un ingreso importante para el fisco.

**Carlos Arenas**

Al día de hoy, las plataformas digitales son generadoras de riquezas, por tanto, si no se regulan estos ingresos, causarían inestabilidad en los puntos de equilibrio de la economía.

Tomando en cuenta que en el 2022 la recaudación tributaria del Gobierno Central sumó 157,768 millones de soles y estimando que por recaudación de impuestos a plataformas digitales, tanto impuesto a la renta como igv, se hubiera recaudado S/150 millones anuales, la recaudación hubiera sido de S/157,918 millones, significando un incremento del 0.09%.

**2do Objetivo Específico:** Determinar de qué manera impactan los servicios digitales en el sistema tributario en países de América del Sur.

Los servicios digitales impactan en la economía de los distintos países, es por esto que se busca gravar lo obtenido en la prestación de estos servicios por personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú, mediante el siguiente gráfico se determinará cuántos países hispanohablantes de América del Sur gravan este tipo de operaciones.

Figura 1



Fuente: Elaboración propia

**Cuadro comparativo de las legislaciones de Chile, Argentina y Uruguay, países que sí gravan las operaciones de los sujetos no domiciliados que brindan servicios digitales en sus territorios.**

<b>CHILE</b>
<b>Sobre el impuesto al valor agregado</b>

<b>Ley 21.210</b>	
<b>Fecha de publicación</b>	24 de febrero de 2020
<b>Contenido</b>	<p>Desde el 1 de junio de 2020, los servicios digitales son gravados con el impuesto al valor agregado en Chile, cuando estos sean prestados o utilizados en dicho país, ya sea que la remuneración sea pagada o percibida en Chile o en el extranjero, entendiéndose que el servicio es prestado en territorio chileno cuando la actividad que genera el servicio es desarrollada allí, independientemente del lugar donde esta se utilice, en la ley N°21.210 se prevé cuatro situaciones que constituirán hecho gravable con el impuesto al valor agregado; la intermediación de servicios prestados en Chile; el suministro o entrega de contenido de entretenimiento digital a través de descarga o streaming; disposición de software, almacenamiento, plataformas o infraestructura informática, publicidad, con independencia del soporte o medio a través del cual sea entregada. Se presumen que los servicios son utilizados en Chile, cuando ocurren al menos dos de las siguientes situaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección IP del dispositivo utilizado por el usuario u otro mecanismo de geolocalización indique que se encuentre en Chile. Cuando el medio de pago utilizado se encuentre registrado en Chile.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Domicilio de facturación sea dentro del territorio nacional.</li><li>- Que la tarjeta de módulo de identidad del suscriptor (SIM), del teléfono móvil mediante el cual se recibe el servicio tenga como código de país a Chile.</li></ul> <p>Asimismo, mediante esta ley se implementó un sistema simplificado para el registro y pago del impuesto, a efectos de que los contribuyentes no domiciliados ni residentes en Chile que presten servicios para ser utilizados dentro de ese país puedan realizar la declaración y pago electrónico total del impuesto, pudiendo elegir hacerlo de forma mensual o trimestral, hasta el día 20 del siguiente mes de terminado el referido periodo.</p> <p>Estableció que los servicios remotos remunerados prestados por no residentes no domiciliados en Chile, deben pagar el impuesto al valor agregado (IVA), desde el 1 de junio de 2020, para ello se estableció la aplicación del impuesto mencionado, con la tasa del 19% a los servicios de intermediación de servicios prestados en el país, o de ventas realizadas en Chile o en el extranjero, suministro o entrega de contenido de entretenimiento digitales como videos, música, juegos u otros, a partir de descargas, streaming u otras tecnologías, puesta a disposición de software, plataformas de almacenamiento de información o infraestructura informática y la publicidad.</p>
--	---

<p><b>Comentario</b></p>	<p>De acuerdo a la información brindada por el Servicio de Impuestos Internos, en el primer año de implementación de la ley de modernización de la tributación en Chile, el IVA a los servicios digitales registró una recaudación de más de US\$153 mil millones declarados y pagados por 199 plataformas inscritas, encontrándose en el ranking de las tres primeras plataformas con mayores montos de recaudación Google LLC, Netflix International B.V y Apple Services Latam LLC.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Argentina</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Ley 27.430, Ley que modifica la ley del impuesto al valor agregado</b></p>	
<p><b>Fecha de publicación</b></p>	<p>29 de diciembre de 2017</p>
<p><b>Contenido</b></p>	<p>Para la ley del IVA en Argentina, los servicios digitales son aquellos que se llevan a cabo a través de internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por internet u otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, que por su naturaleza, estén básicamente automatizados y requieran una mínima intervención humana, por los que se ha determinado una tasa del 21%, se considerará como utilización o explotación efectiva de estos servicios cuando se verifiquen los siguientes presupuestos:</p> <p><b>Para personas jurídicas</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si son servicios recibidos a través de teléfonos móviles; en el país identificado por el código del teléfono móvil de la tarjeta SIM.</li> <li>- Si los servicios se reciben por otros dispositivos; en el país de la dirección IP de los dispositivos electrónicos del receptor del servicio.</li> </ul> <p><b>Para consumidores</b></p> <p>Además de los señalados, se consideran los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La dirección de facturación del cliente.</li> <li>- Medio de pago utilizado haya sido originada en Argentina.</li> <li>- Los métodos de recaudación de este impuesto podrán ser mediante percepción a través de las tarjetas de crédito o débito, o, directo por el prestatario/responsable inscrito en el país.</li> </ul>
<p><b>Comentario</b></p>	<p>En 2020 se recaudaron US\$ 110 millones de Dólares por concepto de IVA aplicado a los servicios digitales, representando un 0,03% del PIB.</p>
<p><b>URUGUAY</b></p> <p><b>Ley del impuesto al valor agregado</b></p>	
<p><b>Fecha de publicación</b></p>	<p>Enero 2018</p>

<p><b>Contenido</b></p>	<p>El sujeto pasivo de este impuesto es el prestatario si está inscrito en IVA, de no ser así, el impuesto será retenido por el proveedor del servicio cuando esté inscrito, la tasa aplicada es del 22%, el método utilizado para la recaudación es de forma directa del prestador o de la percepción de medios de pago, se encontrarán gravados los servicios digitales cuando sean de contenido audiovisual, así como los servicios de intermediación de plataformas multilaterales, los criterios para determinar que el servicio es consumido en territorio uruguayo es que la dirección IP del dispositivo utilizado esté en Uruguay, la dirección de facturación del cliente o que la emisión de los medios de pago electrónico haya sido en Uruguay.</p> <p>Respecto a los servicios de intermediación prestados a través de medios informáticos, si el prestador y el consumidor se encuentran en Uruguay, se considera que la actividad del no residente es realizada íntegramente en el país, sobre el 100% de las ventas; pero, si una de las partes está en el exterior, se tributará sobre el 50%, aplicando a ambos casos la tasa del 22%.</p>
<p><b>Comentario</b></p>	<p>Entre enero y mayo de 2019, por concepto de IVA se recaudó US\$18,4 millones a las plataformas digitales extranjeras.</p>

De los resultados obtenidos, se tiene que en los países de Chile, Argentina y Uruguay, se ha implementado adecuadamente la implementación de la recaudación del impuesto del valor agregado a las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en sus

territorios, ya que se ha tomado en cuenta el exponencial crecimiento que estos han tenido en los últimos años, lo que les permite tener otra vía más para poder recaudar impuestos en favor de cada Estado.

**3er Objetivo Específico:** Indicar si la retención es la vía adecuada para la recaudación de impuestos para los no domiciliados que brindan servicios digitales en el Perú.

Para Pablo Sotomayor y Nicolás Valverde (2020), una alternativa para la recaudación de los impuestos es utilizar como agentes de percepción a las entidades del sistema financiero nacional que faciliten los pagos de la operación, por ejemplo, los bancos emisores de las tarjetas de créditos; señalando que si bien esta alternativa es viable, esto supondría el traslado a los bancos de la responsabilidad de la determinación, percepción y pago del impuesto aplicable a los servicios digitales; sin embargo, dichas entidades no serán capaces de identificar qué cargos corresponden a servicios digitales que deban estar gravados con el IGV.

Tabla 2

*Opinión de especialistas entrevistados respecto al objetivo III*

---

**Walter Noriega**

Es una buena opción que las entidades bancarias actúen como agentes de retención para el pago de dichos tributos; sin embargo, la mejor opción sería que los no domiciliados establezcan un establecimiento permanente, de modo que tributen directamente y no vía retención.

**Galo Díaz**

Podría ser un primer mecanismo a efecto de poder determinar y recaudar el impuesto, sin embargo países como Argentina y Colombia han aceptado la condición de sujeto no domiciliado, dada que es la situación actual en la forma como operan los sujetos que brindan estos servicios digitales

**Edyth Pérez**

Las entidades bancarias están identificadas como entidades de apoyo en la facultad recaudadora de la administración tributaria, en la recepción del pago de tributos siendo requisito para cada administración tributaria mantener un convenio institucional que permita ejercer esta actividad, y en la ejecución de medidas cautelares de retención de cuentas bancarias.

**Carlos Arenas**

No sería necesario que la administración obligue a estos sujetos a que cuenten con un domicilio permanente en el Perú, ya que la recaudación se podría realizar mediante la retención hecha por el usuario del servicio domiciliado.

De los resultados obtenidos sobre la base de opiniones de expertos en el ámbito tributario, se tiene que todos consideran a la retención como un mecanismo que ayudaría a sobrellevar la recaudación de las ganancias obtenidas por los servicios digitales prestados por no

domiciliados; sin embargo, también se aprecia que esto significaría una complejidad para las entidades bancarias, porque tendrían que realizar una función adicional en el desarrollo de actividades, trasladándose a ellas la responsabilidad de la determinación, percepción y pago del impuesto, tal y como lo indicaron Pablo Sotomayor y Nicolás Valverde.

## **CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

### **Impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú**

El objetivo general planteado en esta tesis es el de medir el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú. Respecto a este objetivo se tiene el antecedente planteado por Ayala, K. y Cáceres, A. (2018) quienes en su tesis titulada “Reforma tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017”, concluyeron que la Administración Tributaria si tiene la posibilidad de aplicar el sistema de recaudación por medio de la ayuda de agentes solidarios, los cuales serían los encargados de la liquidación mensual de los impuestos, y específicamente al IGV concluyeron que este es un impuesto al consumo y la carga tributaria es trasladada a los consumidores finales, por lo que es importante que se modifique la ley del IGV para que incluyan nuevas opciones de servicios, que utiliza el internet para acceder al contenido. En base al resultado obtenido, se tiene que ya se ha planteado un proyecto de ley con el objetivo de recaudar el IGV a este tipo de contribuyentes; si bien este no prosperó, ya se tiene una base para la futura regulación, por lo que el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas radica en que al tener regulado este extremo, estas personas jurídicas declararían y pagarían el impuesto general a las ventas, lo cual significaría mayor recaudación para el Estado.

### **Beneficio de la regulación de la prestación de servicios digitales de un no domiciliado**

El primer objetivo específico planteado de este trabajo de investigación es el de señalar de qué manera beneficiaría la regulación de la prestación de servicios digitales de una empresa no domiciliada que brinda a una persona natural que no realiza actividad comercial. Al respecto, en el antecedente realizado por Villegas, R (2020) debido a la importancia de la economía digital en el mundo y la utilización de los servicios digitales en el Perú, se hace necesario evaluar el tratamiento dado estos sujetos del impuesto al valor agregado en el Perú, ya que no existe una justificación para que se realice una exclusión en la aplicación del igt a los no domiciliados que brindan servicios digitales en el país, ya que estos obtienen importantes beneficios para la explotación de un mercado local. De igual manera, sobre la base de los resultados se puede observar que según estimaciones realizadas por SUNAT en cifras económicas, por la regulación de este aspecto tributario, se estaría recaudando un estimado entre S/100 a S/200 millones de soles de forma anual; de igual manera, los expertos entrevistaron coinciden en que la regulación implicaría un beneficio para el Estado Peruano.

Respecto al objetivo planteado en esta tesis se demuestra que el contar con una regulación específica significaría un ingreso significativo para las arcas del Estado peruano producto de la recaudación de este impuesto, ya que la recaudación tributaria genera un gran soporte económico para el país

Por otro lado, cabe señalar que para que se de esta regulación se comparten las opiniones que brindaron los especialistas a los cuales se entrevistaron, respecto a que no se necesita la creación de un nuevo impuesto para los servicios digitales, si no que los ya existentes, como el impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas sean modificados, evitando así la creación de un nuevo impuesto el que generaría más complejidad en el ámbito tributario; ya

que el éxito radica en la forma en cómo el legislador peruano plantee la recaudación del impuesto general a las ventas, no siendo necesario la creación de otro impuesto.

### **Impacto de los servicios digitales en el sistema tributario**

Como segundo objetivo, se planteó el determinar de qué manera impactan los servicios digitales en el sistema tributario; sobre este punto se tiene el antecedente planteado por Ayala, L y Cáceres, A. (2016), quienes en una entrevista realizada a Daniel Yacolca Estares, consultor del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, señalaron que en países como México, Argentina, Brasil y Colombia, hace más de diez años se ha realizado una estructuración en temas electrónicos y en Perú no, siendo el caso que en la última modificación se ha incorporado las obligaciones electrónicas al 100% , afirmando que por esto Perú se encuentra desfasado en comparación a otros países y más aún con la transición de la economía física a la digital, lo cual obliga a Perú a replantearse la tributación, ya que se ha dejado de lado lo físico y material, trasladándose a lo electrónico. De los resultados, se obtuvo que efectivamente los países están adoptando diferentes medidas para poder gravar lo obtenido por la economía digital, principalmente por las empresas que prestan servicios digitales, hallándose que el 70% de los países sudamericanos hispanohablantes ya gravan estas actividades, y países como Perú, Venezuela y Bolivia aún no realizan las actualizaciones necesarias en la legislación para poder gravar los servicios digitales que brindan empresas extranjeras. Asimismo, se analizó respecto al IGV las modificaciones realizadas en Chile, Argentina y Uruguay, obteniéndose que la modificación más adecuada que se podría utilizar en el ámbito nacional sería la adoptada por la Ley sobre el Impuesto al Valor Agregado de Chile, en la que se estableció que el servicio digital se considerará utilizado en Chile cuando al menos se cumplan dos de las siguientes situaciones: i) La

dirección IP del dispositivo utilizado por el usuario u otro mecanismo de geolocalización indique que se encuentre en Chile, ii) Cuando el medio de pago utilizado se encuentre registrado en Chile, iii) El domicilio de facturación sea dentro de Chile, iv) Que el SIM del teléfono mediante el que se reciba el servicio tenga como código de país el de Chile.

De los resultados analizados, se observan que los países de Chile, Argentina y Uruguay comparten los mismos presupuestos para que los servicios se consideren utilizados en cada país; sin embargo, en Chile se ha realizado de manera más completa, evitando que algún presupuesto quede en el aire.

Es evidente que cada vez más países se suman a regular la normativa tributaria respecto a los servicios digitales, por lo cual los legisladores peruanos deberían de tomar más interés en este tema, pudiendo utilizar las legislaciones que ya se están implementando en otros países como base para la modificación de la legislación peruana, ya que como bien se mencionó en párrafos precedentes, son millones de soles que el Estado Peruano deja de percibir por falta de regulación en las políticas tributarias, teniendo literalmente el dinero en los aires, no teniendo las redes adecuadas para poder retenerlo. Es por ello que resulta viable, evidente y necesario que se realice la modificación respecto a la recaudación del igv obtenido por los servicios digitales prestados por no domiciliados en el país, debiéndose entender para futuras modificaciones que este servicio deberá de considerarse como utilizado en territorio peruano cuando: i) La dirección IP del dispositivo utilizado para recibir este servicio se encuentre geolocalizado en Perú, ii) El medio para el pago del servicio se haya emitido por una entidad bancaria de Perú, iii) El domicilio de facturación sea en Perú

### **La retención ¿la vía más adecuada para la recaudación?**

Por último, se consideró como tercer objetivo de esta investigación el indicar si la retención es la vía adecuada para la recaudación de los impuestos para los no domiciliados que brindan servicios digitales en el Perú; en principio se tiene como antecedente lo señalado por Cruz, K (2020), quien a partir de la investigación que realizó señaló que respecto al cobro del impuesto, considera a la retención mediante tarjetas de crédito o débito la opción más adecuada, siendo las entidades del sector financieros los responsables en liquidar y controlar el impuesto.

Ahora bien, en los objetivos anteriores de los resultados obtenidos se encontró la misma posición respecto a lo planteado; sin embargo, en este último se encontraron diferentes posiciones; en la legislación Argentina se encontró que respecto al pago del IGV por las empresas que presten servicios digitales, la forma de recaudación del impuesto se realizará mediante percepción a través de las tarjetas de crédito o débito, o directo por el prestatario/responsable inscrito en el país; mientras que en Uruguay el obligado del pago será el no domiciliado que suministra estos servicios, disponiéndose para su declaración y pago un régimen simplificado de registro de contribuyentes, no teniendo la obligación de designar a un representante en el país; en Chile, también se utiliza el mismo método ya que la recaudación del impuesto se realiza mediante una plataforma virtual, en la cual se permite a los proveedores de servicios digitales no domiciliados ni residentes de Chile, declarar y pagar el impuesto al valor agregado, mediante esta plataforma los prestadores se podrán registrar, obteniendo un “Tax ID Number” o número de identificación tributaria y una clave para cumplir con su obligación, pudiendo elegir la moneda con la que se realizará el pago, pudiendo ser el peso chileno, euro o dólar, así como también la periodicidad con que van a

realizar el pago, eligiendo entre mensual o trimestral, realizándose todo este proceso de forma virtual.

El contraste evidente de las posiciones sobre este punto, se ven reflejadas en las opiniones vertidas por los especialistas, en donde dos de cada cuatro entrevistados manifestaron que considerar a las entidades bancarias como entes recaudatorios sería lo más acertado y efectivo, dado al alcance que tiene de suministrar la información que ayuden con la determinación y recaudación de los tributos; sin embargo, un especialista consideró que no sería una buena alternativa, ya que desnaturalizaría la potestad tributaria del Estado, planteando que la retención la realice el sujeto domiciliado al que se le prestó el servicio; asimismo otro especialista manifestó que lo más idóneo sería que los domiciliados establezcan un establecimiento permanente en el país, de modo que tributen directamente y no vía retención.

De lo expuesto, queda claro las opiniones contrastadas respecto a la forma en cómo se podría recaudar el igv, con lo analizado se considera que la vía más idónea y acertada sería utilizar lo aplicado por Chile, ya que con ello no se trasladaría la carga de declaración y pago de impuestos a terceros, como lo serían las entidades bancarias, ya que esto significaría hacer más complejo este proceso, por lo que un régimen simplificado para los no domiciliados sería lo más acertado, mediante el cual declararían y pagarían directamente los impuestos, con ello también se buscaría utilizar todos los elementos tecnológicos que se cuentan, uniéndose así a la virtualidad que se sigue en los últimos tiempos al digitalizar todo este proceso.

Por otro lado, es importañar señalar las conclusiones a las cuales se arribó en este trabajo de investigación son las siguientes:

- Con el avance de la tecnología y el traslado de la economía física a la economía digital, se hace totalmente necesario que cada vez más los países alineen y modifiquen sus normativas tributarias para estar a la par con el desarrollo y avances del mundo tecnológico; Perú, es uno de los países que se está quedando atrasado en este ámbito, ya que tal y como se expuso con los resultados de esta tesis, se encuentra dentro del 30% de los países hispanohablantes sudamericanos que aún no gravan las operaciones realizadas por no domiciliados que brindan servicios digitales. Resulta evidente que se debe actualizar la normativa tributaria, de acuerdo a las nuevas actividades realizadas mediante las que se obtienen ganancias económicas y las nuevas formas en las que se están realizando los intercambios de servicios, tal y como otros países lo están haciendo.
- El regular la prestación de servicios digitales por no domiciliados beneficiaría al Perú en la obtención de más ingresos económicos por la recaudación de impuestos, estimándose que lo recaudado sería entre S/100 a S/200 millones de soles de forma anual; dinero que beneficiaría al Estado Peruano porque lo recaudado sería utilizado para la subvención económica de nuevas obras, que coadyuvarán al avance y desarrollo del país.
- Si bien la regulación de los servicios digitales prestados por no domiciliados es necesaria esto no se debe llevar por el lado de la creación de un nuevo impuesto, si no de modificar la legislación ya existente sobre el impuesto general a las ventas, agregando los supuestos determinados en el acápite de discusión, a fin de poder realizar la recaudación.

- Los servicios digitales han tenido un impacto significantes en las economías de los diferentes países, es por eso que países como Chile, Argentina y Uruguay, entre otros, ya han regulado sus legislaciones respectivo al impuesto general a las ventas.
- La retención como vía de recaudación de estos impuestos, si bien es un mecanismo que puede coadyuvar con la recaudación este no es el más idóneo, ya que significaría el traslado de obligaciones tributarias no propias de su actividad comercial a las entidades bancarias, por lo que se considera que la vía adecuada y más acertada sería replicar lo aplicado por Chile, lo que consiste en la creación de un régimen simplificado para los no domiciliados que prestan servicios digitales en Perú, con lo que al producirse su inscripción en él, se les facilitarían el acceso a una plataforma virtual, con la cual sería posible que puedan declarar y hacer el pago del impuesto general a las ventas, mediante la virtualidad, con ello el mismo no domiciliado sería el encargado de cumplir con sus obligaciones tributarias y no delegarse estas a un tercero.
- En efecto, en este trabajo de investigación se demuestra que los servicios digitales prestados por no domiciliados deben estar gravados en el Perú, para que el Estado Peruano tengas más ingresos provenientes por este tipo de actividades, dinero con el que el Estado podría tener más presupuesto económico que pueda coadyuvar a la realización de los objetivos planteados en cada año.

Finalmente, al haber realizado el análisis situacional y estudio respecto al tema planteado en este trabajo de investigación, se consideró la siguiente recomendación:

- Es imprescindible realizar modificaciones a la legislación tributaria, con la finalidad de poder recaudarse lo concerniente al igv, lo que no demandará recursos al Tesoro

Público, debido a que el objeto es modificar la Ley del Impuesto General a las Ventas, con el fin de agregar supuestos para una correcta aplicación, no dejando ningún vacío legal, pudiendo así poder contar con más recursos económicos que beneficien al Estado peruano.

## REFERENCIAS

Alayo, L. (2020). Tributación de la economía digital en la Unión Europea. Recuperado de [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/45776/TFG-E-](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/45776/TFG-E-994.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[994.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/45776/TFG-E-994.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Alva, M. (2011). ¿cuándo se configura un servicio digital? Recuperado de [https://studylib.es/doc/6729393/%C2%BFcu%C3%A1ndo-se-configura-un-servicio-](https://studylib.es/doc/6729393/%C2%BFcu%C3%A1ndo-se-configura-un-servicio-digital%3F)

[digital%3F](https://studylib.es/doc/6729393/%C2%BFcu%C3%A1ndo-se-configura-un-servicio-digital%3F)

Arrascue E. (2014). La protección constitucional de la persona jurídica. [Tesis de grado, Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/280/TL\\_Arrascue\\_Delgado](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/280/TL_Arrascue_Delgado)

[ErickEduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/280/TL_Arrascue_Delgado)

Ayala, K. y Cáceres A. (2018). Reforma tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017. Tesis de Grado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625760/Ayala\\_ge.pdf?seq](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625760/Ayala_ge.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Balarezo, E. (2015). La persona jurídica, un estudio evolutivo de una figura clave del código civil peruano de 1984. Recuperado de

[https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion\\_10/articulos/2\\_La%20persona%20ju](https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion_10/articulos/2_La%20persona%20juridica%20un%20estudio%20evolutivo%20de%20una%20figura%20clave%20del%20Codigo%20Civil%20de%201984%20-%20Emilio%20Jose%20Balarezo.pdf)  
[ridica%20un%20estudio%20evolutivo%20de%20una%20figura%20clave%20del%20Codi](https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion_10/articulos/2_La%20persona%20juridica%20un%20estudio%20evolutivo%20de%20una%20figura%20clave%20del%20Codigo%20Civil%20de%201984%20-%20Emilio%20Jose%20Balarezo.pdf)  
[go%20Civil%20de%201984%20-%20Emilio%20Jose%20Balarezo.pdf](https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion_10/articulos/2_La%20persona%20juridica%20un%20estudio%20evolutivo%20de%20una%20figura%20clave%20del%20Codigo%20Civil%20de%201984%20-%20Emilio%20Jose%20Balarezo.pdf)

Bravo, J. (2015). Fundamentos de Derecho Tributario. 5ª ed. Lima: Jurista Editores EIRL.

Burítica, O. y Burítica R. (2001). “Implicaciones del comercio electrónico en la tributación. Tesis de Grado. Pontificia Universidad Javeriana- Colombia.

Cabrera, C. (2017). Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/4969/5958>

Castillo, J. (2018). Bienes digitales. Una necesidad europea. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books/about/Bienes\\_digitales\\_Una\\_necesidad\\_europea.html?id=ywSCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books/about/Bienes_digitales_Una_necesidad_europea.html?id=ywSCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Chávez, M. (2014). Análisis económico del IGV y su incidencia en el mercado. Revista de Economía y Derecho.

ComexPerú (2021). Plataformas digitales: Los retos en el aspecto tributario. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/public/articulo/plataformas-digitales-los-retos-en-el-aspecto-tributario>

Cores, R. (2018). ¿Está el Perú preparado para la regulación tributaria de empresas digitales? Recuperado de [https://www.ey.com/es\\_pe/technology/regulacion-tributaria-de-empresas-digitales](https://www.ey.com/es_pe/technology/regulacion-tributaria-de-empresas-digitales)

Cruz, K. (2020). El impuesto a la renta peruano de servicios digitales prestados por no domiciliados a sujetos que no realizan actividad empresarial. Tesis de Grado. Universidad Nacional de Trujillo- Perú. Recuperado de

[https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17385/cruzperez\\_katia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17385/cruzperez_katia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fernández, I (2016). Retenciones del impuesto a la renta a sujetos no domiciliados. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/11/04/retenciones-del-impuesto-a-la-renta-a-sujetos-no-domiciliados/>

Illescas, J. (2019). La economía digital en el Perú. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/public/upload/articles/revista/noviembre2019/files/downloads/noviembre2019.pdf>

Ledesma, G. (2020). Efecto tributario en el impuesto a la renta de los servicios satelitales prestados por una empresa no domiciliada. Tesis de Maestría. Universidad de Lima- Perú. Recuperado de [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11668/Ledesma\\_Guerrero\\_German.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11668/Ledesma_Guerrero_German.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ley del impuesto a la renta. (2004). Recuperado de [https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3\\_per\\_renta179.pdf](https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_per_renta179.pdf)

Ley del impuesto general a las ventas (1999). Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/tuo.html#>

Ludeña, Y. Martínez, R y Fejoo M. (2019). Tributación y su interacción disciplinaria. Revista Universidad y Sociedad. Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000200286](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200286)

Luque, J. (2003). El impuesto general a las ventas tratamiento del crédito fiscal. Trabajo presentado en VIII Jornadas Nacionales de Derecho Tributario, Lima, Perú.

Macroconsult (2015). Elementos de la recaudación en el Perú. Recuperado de <https://sim.macroconsult.pe/wp-content/uploads/2015/11/REM-09-2015.pdf>

Merino, F. (2020). “Desafíos normativos para la tributación de la economía digital en Chile”. Tesis de Maestría. Universidad de Chile- Chile. Recuperado de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/179885/Tesis%20-%20Francisco%20Merino%20-%20Parte%20I.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Michilot, A. (13 de octubre de 2020). El 52% de los peruanos ya utiliza los servicios de TV por streaming. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/el-52-de-peruanos-ya-utiliza-los-servicios-de-tv-por-streaming-noticia/>

Miranda, S. (2018). Servicios digitales y su aplicación tributaria con una reglamentación no acorde con nuestra realidad actual en el mundo de la era digital. Recuperado de <https://lpderecho.pe/servicios-digitales-aplicacion-tributaria-reglamentacion-no-acorde-nuestra-realidad-actual/>

OCDE (2014) “Plan de acción contra la erosión de la base imponible y traslado de beneficios”. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207813-es>

OCDE (2014). Cómo abordar los desafíos fiscales de la economía digital. Recuperado de <https://www.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>

O’ Hará, G. (2019). Sunat empezará a cobrar impuesto general a las ventas a Netflix y Spotify. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/sunat-empezara-a-cobrar-impuesto-general-a-las-ventas-a-netflix-y-spotify-noticia/>

OSIPTEL (2022). “OSIPTEL: más de 8 millones de hogares peruanos tienen acceso a internet. Recuperado de [https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/osiptel-mas-de-8-millones-de-hogares-peruanos-tienen-acceso-a-internet/#:~:text=A1%20cierre%20de%202021%2C%20el,Privada%20en%20Telecomunicaciones%20\(OSIPTEL\).](https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/osiptel-mas-de-8-millones-de-hogares-peruanos-tienen-acceso-a-internet/#:~:text=A1%20cierre%20de%202021%2C%20el,Privada%20en%20Telecomunicaciones%20(OSIPTEL).)

Otoya, J. y Llamas C. (2017). “La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos”. Tesis de Grado. Pontificia Universidad Javeriana-Colombia. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/34120/OtoyaLemaitreDanielJose2017.pdf?sequen>

Barrionuevo, B. (2020) Proyecto de Ley que facilita la recaudación del impuesto general a las ventas (IGV) generado por los servicios brindados a través de plataformas digitales. Recuperado de [https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016\\_2021/Proyectos\\_de\\_Ley\\_y\\_de\\_Resoluciones\\_Legislativas/PL06181-20200910.pdf](https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL06181-20200910.pdf)

Redacción RPP. (5 de agosto de 2021). Plataformas de streaming duplicarían sus ingresos en el Perú hasta el 2025. RPP. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/plataformas-de-streaming-duplicarian-sus-ingresos-en-el-peru-hasta-el-2025-netflix-disney-plus-hbo-max-noticia-1351106?ref=rpp>

Reglamento de la LIR (1994). Recuperado de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic3\\_per\\_ds122.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic3_per_ds122.pdf)

Reglamento del IGV (1994). Recuperado de

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/reglamento.html#>

Rosembuj, T. (2019). La fiscalidad digital. El pilar uno y pilar dos de la OCDE. Recuperado de <http://elfisco.com/1751-2>

RPP (2023). “Sunat: Recaudación en 2022 supero en S/17 820 millones más que el 2021. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/cuanto-recaudo-la-sunat-el-2022-y-que-factores-influyeron-noticia-1457831>

Ruiz, C. (2020). “Economía digital y tributación. Tesis de Grado. Universidad Politécnica de Cartagena- España. Recuperado de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8785/tfg-rui-eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Servicio de impuestos internos. (2021). IVA a los servicios digitales registra una recaudación de más de \$153 mil millones declarados y pagados por 199 plataformas inscritas. Recuperado de <https://www.sii.cl/noticias/2021/230621noti01er.htm> .

Sotomayor, P & Valverde, N. (2020). La imposición al consumo en la era de los servicios digitales.

SUNAT (2008). Informe N°018-2008-SUNAT/2B0000. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2008/oficios/i0182008.htm>

Villanueva, L. (2013). “Efectos de la tributación en el comercio electrónico de Lima Metropolitana, periodo 2007-2012”. Tesis de Maestría. Universidad San Martín de Porres- Perú. Recuperado de

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1165/villanueva\\_cla.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1165/villanueva_cla.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Villegas C, López B (2015). El impuesto a la renta y la obligación de declarar. Recuperado de [https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion\\_9/articulos/El impuesto a la renta y la obligacion de declarar Villegas Levano Cesar.pdf](https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion_9/articulos/El_impuesto_a_la_renta_y_la_obligacion_de_declarar_Villegas_Levano_Cesar.pdf)

Villegas, R. (2020). Imposición en el Perú a los servicios digitales prestados por empresas de aplicativos no domiciliadas: Los casos de Netflix y Airbnb. Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17670/VILLEGAS\\_A\\_LARC%c3%93N\\_RAQUEL\\_EUNICE.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17670/VILLEGAS_A_LARC%c3%93N_RAQUEL_EUNICE.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

## ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
ESTUDIANTE: Fernández García Sayuri Brizeth					
PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	CONCEPTOS	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
¿Por qué es necesaria la regulación de la tributación a las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú?	<p><b>General:</b> Las operaciones realizadas por los sujetos no domiciliados que brindan servicios digitales tanto a empresas como al consumidor final deben estar gravadas, ya que esto generaría una mayor e importante recaudación de impuestos..</p>	<p><b>General:</b> Medir el impacto de la regulación de la tributación de las personas jurídicas no domiciliadas que brindan servicios digitales en el Perú .</p>	<p>Tributación de personas jurídicas no domiciliadas</p>	<p>Según el nivel es descriptiva. Según el propósito es básica. Según el enfoque es cualitativa.</p> <p>En cuanto al diseño de la investigación es de tipo no experimental transversal.</p> <p><b>Técnica:</b> Análisis de normativa nacional e internacional sobre tributación, análisis doctrinal. <b>Instrumentos:</b> Fichas de resumen, cuadros comparativos, entrevista.</p>	<p>Países que regulan la tributación de personas jurídicas no domiciliadas que prestan servicios digitales.</p>
	<p><b>Específicas:</b> : i) la regulación de los servicios digitales brindados a personas naturales domiciliadas causan una mayor recaudación tributaria, ii) el impacto de los servicios digitales en el sistema tributario peruano; y, iii) las entidades bancarias como agentes de retención de los impuestos generados por las actividades empresariales de una persona jurídica no domiciliada que brinda servicios digitales en el Perú</p>	<p><b>Específicos:</b> i) señalar de qué manera beneficiaría la regulación de la prestación de servicios digitales de una empresa no domiciliada a una persona natural que no realiza actividad comercial, ii) determinar de qué manera impactan los servicios digitales en el sistema tributario y, iii) indicar si la retención es la vía adecuada para la recaudación de los impuestos para los no domiciliados que brindan servicios digitales en el Perú.</p>	<p>Servicios digitales</p>		<p>Normas nacionales e internacionales sobre la materia.</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
CONCEPTOS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Tributación de las personas jurídicas no domiciliadas	Empresas que no tienen un establecimiento permanente en el Perú, las cuales según Fernández, I (2016) solo deberán tributar respecto de sus rentas obtenidas de fuente peruana.	La tributación de las personas jurídicas no domiciliadas se va a medir a través de un cuadro resumen de análisis doctrinal.	Doctrinal Normatividad	Código tributario Ley del impuesto a la renta. Reglamento del impuesto a la renta. Ley del IGV. Reglamento del IGV. Normativa internacional.	Nominal
Servicios digitales	Miranda, S. (2018) los define como una especie de producto digital objeto de las operaciones de comercio electrónico, cuya ejecución no se encuentra circunscrita a un lugar físico permanente.	Los servicios digitales se medirán a través de un cuadro resumen de análisis normativo y doctrinal.	Normatividad	Código tributario Ley del impuesto a la renta. Reglamento del impuesto a la renta. Ley del IGV. Reglamento del IGV. Normativa internacional.	Nominal