



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
“SERVICIOS PRESTADOS POR PLATAFORMAS DIGITALES Y SU
IMPLICANCIA TRIBUTARIA EN EL PERÚ”**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

**PRESENTADO POR:
YNDIRA PILAR GUTIÉRREZ PEREDO**

**ASESOR
Mg. KATHY FLORES CABRERA**

AREQUIPA – DICIEMBRE DEL 2021

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres y a mi motor de vida, mi hija Cámeron, que con su sola presencia incentivaron mi voluntad y esfuerzo para lograr mis metas trazadas.

AGRADECIMIENTO

A mi alma mater, “Universidad Alas Peruanas”, a los Catedráticos, que me brindaron las bases y herramientas para culminar satisfactoriamente mi carrera.

INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización avanza cada vez más a prisa, nuestro país no es ajeno a los cambios económicos, tecnológicos, sociales, culturales y políticos que esto acarrea. La sociedad y sus nuevas generaciones se acoplan fácilmente a esta interdependencia mundial producida por la apertura de los mercados dando paso a una “nueva economía”.

Durante los últimos años la influencia del mundo digital en la economía de nuestro país ha ido en aumento, presionando a nuestra Administración Tributaria a tomar en cuenta el planteamiento de nuevos lineamientos para llevar a cabo la recaudación tributaria sobre las plataformas digitales, sin que esto conlleve al desequilibrio de su movimiento económico, el cual cada vez es mayor.

En base a lo mencionado nos damos cuenta que en materia tributaria ante la libre circulación de capitales cada nación debe implementar procedimientos y normas regulatorias con la finalidad de que el sistema tributario se desarrolle de manera equitativa y de esta forma se combata esta forma de evasión.

El presente trabajo monográfico tiene un carácter informativo, partiendo del análisis de contenidos previos sobre el tema a tratar en conjunto con las normas tributarias que permitan la imposición de tributos a la economía generada por la oferta de las plataformas streaming en nuestro país.

RESUMEN

Un tema que ha sido abordado últimamente por el Estado y la Administración Tributaria, a pesar de haberlo tenido en la mira desde hace varios años, es el de la no captación de tributos sobre la economía digital, la cual es impulsada por las diversas plataformas digitales mediante la oferta de sus servicios dentro de nuestro país, vale decir que, la demanda de estos ha ido incrementándose en el transcurso del tiempo y con el innegable avance de la tecnología y la globalización, pues no existen fronteras para el mundo digital. Bien, el presente trabajo de investigación pretende realizar un análisis sobre la norma tributaria con respecto a la imposición de impuestos sobre los servicios prestados por plataformas digitales dentro del ámbito nacional.

Como primer punto veremos algunas normas, conceptos y definiciones que consideramos relevantes para los efectos de este trabajo, tratando aspectos específicos del tratamiento tributario del IGV con respecto a las operaciones de las plataformas digitales en nuestro país y temas como tributación, obligación tributaria y economía y plataformas digitales.

Seguidamente trataremos las propuestas de la OCDE en este ámbito y la influencia de estas en el marco tributario internacional, de igual modo a manera informativa daremos un vistazo a la forma en que algunos países de América

Latina han implementado su norma tributaria para incrementar su recaudación tributaria.

Por último, analizaremos las iniciativas que ha tenido el Perú para afrontar tributariamente la era de comercio digital.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INTRODUCCIÓN	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
CAPITULO I.....	12
ASPECTOS GENERALES	12
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	12
1.1.1. OBJETIVO GENERAL.....	12
1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.	13
1.3. ANTECEDENTES.	14
1.3.1. TESIS DE ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	14
1.3.2. TESIS DE ANTECEDENTES NACIONALES	16
1.3.3. TESIS DE ANTECEDENTES LOCALES.....	17
CAPITULO II.....	19
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	19
2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
CAPITULO III.....	20

MARCO TEÓRICO	20
3.1. MARCO LEGAL – BASE TEÓRICA	20
3.1.1. LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	20
3.1.2. LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA	21
3.2. TRIBUTACIÓN	23
3.2.1. IMPUESTOS.....	25
3.2.2. TASAS	25
3.2.3. CONTRIBUCIONES	26
3.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS TRIBUTOS	26
3.4. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	27
3.5. TRIBUTACIÓN DIRECTA E INDIRECTA	28
3.6. ECONOMÍA DIGITAL Y SUS IMPLICANCIAS	29
3.7. PLATAFORMAS DE STREAMING	32
3.7.1. NETFLIX.....	34
3.7.2. YOUTUBE	35
3.7.3. DISNEY	35
3.7.4. SPOTIFY	36
3.8. TRIBUTACIÓN DE PLATAFORMAS DIGITALES EN PERÚ	36
3.8.1. IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN SERVICIOS DIGITALES.....	40

3.8.2. IMPUESTO A LA RENTA EN SERVICIOS DIGITALES	42
3.8.3. ¿CÓMO SE PLANTEA REALIZAR EL COBRO DE LOS IMPUESTOS A LAS PLATAFORMAS DIGITALES?	43
3.9. LINEAMIENTOS SUGERIDOS POR LA OCDE	44
3.9.1. NUEVO NEXO EN BASE A LA PRESENCIA VIRTUAL	45
3.9.2. ESTABLECIMIENTO PERMANENTE O PRESENCIA VIRTUAL SIGNIFICATIVA	46
3.9.3. RETENCIÓN DE TRANSACCIONES DIGITALES	48
3.9.4. IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES	49
3.9.5. PERÚ EN VÍAS A LA OCDE Y SUS LINEAMIENTOS	50
3.10. TRIBUTACIÓN DIGITAL EN PAÍSES DE LATINOAMÉRICA.....	52
3.10.1. COLOMBIA.....	53
3.10.2. ARGENTINA.....	53
3.10.3. CHILE	54
3.10.4. URUGUAY.....	55
CAPITULO IV	56
DESARROLLO DEL PROYECTO	56
4.1. INGENIERÍA DEL PROYECTO	56
4.1.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	56
4.1.2. PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	57
CONCLUSIONES	58

BIBLIOGRAFÍA.....	60
-------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ingresos tributarios	25
Gráfico 2. Clasificación de los Impuestos	29
Gráfico 3. Comportamiento de la población peruana en el entorno digital 2020	33

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.1.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar si nuestro marco tributario contempla la imposición tributaria sobre los servicios prestados por las diversas plataformas digitales dentro de nuestro país.

1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Precisar de qué manera incide la falta de normas de aplicación tributaria a las plataformas digitales que ofrecen servicios dentro de nuestro territorio en la recaudación.

- Identificar cuáles son los principales puntos a abordar y adaptar con respecto a la regulación de plataformas digitales.

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.

Este análisis se ha centrado en en la política tributaria que lleva a cabo nuestro país con respecto al manejo impositivo sobre las economías digitales generadas por la incursión de diversas plataformas digitales no domiciliadas, así también en nuestro afán de implementar las normas correspondientes para para cubrir esta brecha tributaria podemos establecer comparativos con diversos países de América Latina que ya han logrado adaptar su política fiscal y que gracias a ello actualmente son capaces de captar eficazmente los tributos generados por este tipo de actividades.

Las plataformas digitales que ofrecen sus diversos servicios dentro del ámbito nacional forman parte importante de la economía digital. Partiendo de este aspecto, este fenómeno global se ha convertido en un verdadero reto para el sistema tributario peruano puesto que se ha visto en la necesidad de buscar maneras para replantear las normas tributarias de tal manera que se ajusten a los nuevos desafíos atraídos por el movimiento económico dentro de las plataformas digitales.

Gran parte de estas plataformas no cuentan con presencia física dentro de nuestro territorio Complicando de esta manera la imposición de tributos a su actividad económica

La Organización de la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE (2019) en su informe anual El Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe, señala que, la tributación y fiscalización de la economía digital es un motivo de preocupación prioritaria para muchos países del mundo, en particular para América Latina. En este contexto, el Proyecto sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios, liderado por la OCDE y el Grupo de los 20 (G20), considera entre los temas para estudio y propuestas, bajo el título de Acción 1, el de abordar los retos de la economía digital para la imposición. De los distintos informes del Proyecto surge un conjunto de recomendaciones para los países, algunas de las cuales tienen especial relevancia para la economía digital. Varios países también han adoptado medidas unilaterales que apuntan a cerrar los espacios de elusión y cobrar los impuestos derivados de las actividades de la economía digital (p. 50)

1.3. ANTECEDENTES.

1.3.1. TESIS DE ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Anabalón (2018) en su tesis de maestría titulada “Lineamiento OCDE para la tributación de la economía digital”, sostiene que:

Para evitar distorsiones, todas las naciones deberían caminar en la misma senda, se debe aprovechar la confianza ganada por la Economía Digital en los mercados territoriales y establecer sobre ella sistemas tributarios internacionales equitativos, eficientes y progresivos, sustentados en impuestos indirectos de tipo monetario e impuestos directos de tipo informático, que al combinarse con labores de Hacienda Pública desarrolladas bajo los mismos principios de movilidad, velocidad y confianza que ha demostrado la Economía Digital, promuevan el equilibrio fiscal de los Estados en general (p. 46)

Saucedo (2020), en su artículo titulado “El paradigma tributario de la fuente de riqueza derivado de las operaciones digitales “, concluye:

Los avances en América Latina y el Caribe en materia de tributación de la economía digital son, hasta la fecha, moderados. Es importante que los demás países (México), también hagan esfuerzos por avanzar en esta materia, siguiendo las prácticas recomendadas internacionalmente. Se requerirá modificar la legislación interna para que los servicios suministrados por empresas no residentes queden alcanzados por el IVA y, al mismo tiempo, diseñar procedimientos administrativos para una recaudación ágil, sencilla y efectiva. En esta línea, se sugiere adoptar la recomendación de la OCDE, en cuanto a diseñar un sistema simplificado para la incorporación de las empresas no residentes al registro de contribuyentes del IVA, de forma tal que sean

esas empresas las encargadas de declarar y pagar el IVA por los servicios que suministran a los consumidores finales de cada país (p.7).

1.3.2. TESIS DE ANTECEDENTES NACIONALES

Pintado (2020) en su tesis de maestría que lleva como título “Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018”, afirma que:

La identificación de los contribuyentes potenciales de los servicios de plataformas digitales, permite el incremento de la recaudación tributaria en el IR empresarial e IGV, pero se ha observado que hay gran masa de potenciales contribuyentes; entre ellos los usuarios del servicio que pagarían el impuesto general a las ventas y los prestadores del servicio que pagarían por el impuesto a la renta, visto el gran consumo de estos servicios.

Finalmente se determinó que si los servicios digitales brindados por sujetos no domiciliados, estuvieran reguladas por las normas tributarias, podría percibir aproximadamente un monto de S/101, 738,930, 00 ya que la potencial recaudación que si se grava con un IGV del 18% y un IR sobre los servicios digitales (3%) se tendría un equivalente a S/ 115 millones, trayendo como resultado una mayor recaudación tributaria (p. 102)

Medrano (2021), en su artículo titulado “Tributación en servicios digitales”, afirma que:

Por ahora lo esencial es precisar cuándo constituye renta de fuente local el monto pagado a las empresas del exterior prestadoras de dichos servicios. Sin embargo, para evitar cargas fiscales inadecuadas, lo más conveniente es que nuestra legislación se ajuste a las medidas que se adopten a nivel internacional siguiendo los lineamientos de la OCDE, que está tratando de que los países que la integran lleguen a un acuerdo para imponer un tributo global a las multinacionales del área, cuya recaudación se distribuiría entre los fiscos de los países donde operan

1.3.3. TESIS DE ANTECEDENTES LOCALES

Rodríguez (2019), en su tesis titulada “La tributación frente a las plataformas digitales”, sostiene que:

Muchos de los países que han aplicado este impuesto les ha facilitado el hecho de tener como agentes retenedores a los intermediarios financieros, que son los bancos, y es también como el Perú piensa cobrar este tipo de impuestos, ya que las plataformas digitales al ser servicios prestados en el extranjero se pagan con tarjetas de crédito o débito, lo que permitirá que los bancos emisores de esas tarjetas recauden el impuesto y lo entreguen al ente fiscalizador, en el caso de Perú, la SUNAT.

El problema en Perú respecto a los impuestos digitales no es que no exista una ley que lo regule, sino es que no existe un mecanismo recaudador, lo cual demuestra que se están perdiendo ingresos fiscales ya que la legislación peruana si grava los servicios digitales como Netflix y Spotify solo que no lo están recaudando, por lo que la SUNAT espera que se apruebe la ley que permita recaudar el impuesto correspondiente (p. 39).

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo de investigación se está haciendo uso de la investigación aplicada, ya que nos basaremos en la búsqueda de conocimientos concernientes al tema a tratar.

2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño adoptado para el presente trabajo de investigación es no experimental, ya que usaremos como guía teórica conocimientos y normas ya establecidas y aplicadas a la realidad tributaria dentro del ámbito nacional, las cuales analizaremos con respecto a su tratamiento en plataformas digitales.

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. MARCO LEGAL – BASE TEÓRICA

3.1.1. LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

El Texto Único Ordenado de la ley del Impuesto General a las Ventas (1999) establece:

En su artículo 1°, inciso b) que la prestación o utilización de servicios en el país es una operación gravada.

Así también en su artículo 3°, literal c), numeral 1 considera servicios que constituyen gravables de impuestos cuando éste es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o

empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato.

De igual forma a efectos de establecer el origen de la obligación tributaria en su artículo 4º, inciso d) señala que se da origen a una obligación tributaria en la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados, en la fecha en que se anote el comprobante de pago en el Registro de Compras o en la fecha en que se pague la retribución, lo que ocurra primero

Con respecto a los sujetos de impuestos los establece en su artículo 9º, numeral 9.1, en calidad de contribuyentes, las personas naturales, las personas jurídicas, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, sociedades irregulares, patrimonios fideicometidos de sociedades tituladoras, los fondos mutuos de inversión en valores y los fondos de inversión que desarrollen actividad empresarial que utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados.

3.1.2. LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA

El Texto Único Ordenado de la ley del Impuesto a la Renta (2004) establece:

En su artículo 6°, en caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de las sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el Perú de empresas unipersonales, sociedades y entidades de cualquier naturaleza constituidas en el exterior el impuesto recae solo sobre las rentas gravadas de fuente peruana, siendo esto diferente a los contribuyentes domiciliados, ya que la base imponible de estos es determinada por su renta de fuente peruana y extranjera.

El TUO del Impuesto a la Renta en su artículo 9° establece que en general y cualquiera sea la nacionalidad o domicilio de las partes que intervengan en las operaciones y el lugar de celebración o cumplimiento de los contratos, se considera rentas de fuente peruana a efectos del presente análisis a:

e) Las originadas en actividades civiles, comerciales, empresariales o de cualquier índole, que se lleven a cabo en territorio nacional.

i) Las obtenidas por servicios digitales prestados a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país.

Con respecto a la determinación de las tasas de aplicación impositiva en el artículo 56° determina que el Impuesto a la Renta correspondiente a

personas jurídicas no domiciliadas por las rentas distintas a las mencionadas en los otros incisos de dicho artículo se determinará aplicando la tasa del treinta por ciento (30%).

Tratándose de los servicios digitales, estos son considerados en el Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta en el inciso b) del artículo 4-A como, todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes mediante accesos en línea y que se caracteriza por ser esencialmente automático y no ser viable en ausencia de la tecnología de la información.

3.2. TRIBUTACIÓN

La Tributación es el sistema mediante el que el Estado por medio de sus órganos de gobierno recauda dinero de los contribuyentes (personas naturales y/o jurídicas) a manera de imposición sobre sus rentas, sus propiedades, mercaderías, patrimonio, es decir sobre la riqueza de los contribuyentes y sobre el uso de esta. La recaudación cumple la función de fiscalidad. El objetivo principal de la tributación es cubrir el gasto público mediante la recaudación de impuestos (Ludeña et al. 2019)

Bravo (2006), tiene una perspectiva muy clara sobre el tributo, relacionando a este con dos circunstancias; siendo la primera la relación entre prestación y

obligación, pues señala que no puede existir una obligación sin la predisposición del contribuyente de cumplir con el deber de tributar, la segunda establece al tributo como norma jurídica, pues cumple con el principio de legalidad (se crea, se modifica o se deroga), pasando por un proceso de evaluación y aprobación para finalmente ser establecido en el ordenamiento jurídico.

Bien, de acuerdo a las ilustraciones dadas, podemos decir que el acto de tributar nace de una obligación con el Estado, establecido por ley, que mediante su cumplimiento se recauda lo que el Estado necesita para cubrir los gastos sociales (los gastos previstos en el presupuesto público elaborado de acuerdo a la necesidad de la población a nivel nacional).

De acuerdo a lo establecido en El Texto Único Ordenado del Código Tributario aprobado mediante Decreto Supremo N° 135-99-EF, clasifica como tributos a los impuestos, tasas y contribuciones.

En el Gráfico 1 podemos encontrar cómo están constituidos los ingresos tributarios.

Gráfico 1. Ingresos tributarios



Fuente: (Carrillo, 2018)

3.2.1. IMPUESTOS

Es el tributo que se calcula en porcentaje y se paga en favor del Estado con el fin que éste pueda cubrir los gastos públicos, son de carácter obligatorio y no generan una contraprestación directa al contribuyente por parte del Estado.

Los impuestos son los tributos más importantes, puesto que mediante ellos se recauda la mayor parte de los ingresos públicos. Su recaudación se da de dos maneras: siendo de forma directa cuando son gravados directamente al contribuyente y de manera indirecta.

3.2.2. TASAS

Es el tributo que paga un usuario o consumidor de manera voluntaria en favor del Estado por el uso de un servicio o bien prestado por las

entidades públicas, en este caso, a comparación de los impuestos, si existe una contraprestación directa.

3.2.3. CONTRIBUCIONES

Las contribuciones son consideradas como aquellos tributos que se cobran cuando se hace posible el desarrollo de los servicios públicos; por ejemplo; Cuando alguien obtiene una licencia de construcción existe una tasa de por medio. Este tributo permite la realización de obras públicas o prestar servicios estatales que beneficien a una parte de la población; por ejemplo, la contribución a ESSALUD.

3.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS TRIBUTOS

Los tributos tienen las siguientes características básicas

- Se establecen por Ley.
- Son obligatorios o coactivos. Se imponen de manera unilateral por parte del Estado o Administración Pública.
- Son exigibles y su incumplimiento es sancionable.
- Son ordinarios, esto es, se perciben con regularidad.
- Pecuniarios, esto es, se pagan en metálico o en su equivalente. En épocas pasadas también se podían pagar en especies (trigo, ganado, etc.).

3.4. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

“Se entiende como obligación al vínculo jurídico que constituye a los contribuyentes en la necesidad de dar o hacer, tolerar o permitir, así también, se entiende a la tributación en el sentido de algo netamente recaudatorio” (Palomino, 2018, p.1).

El mismo autor en base a lo mencionado indica que la obligación tributaria está compuesta por diversos elementos, que veremos a continuación:

- Sujeto activo: Este sujeto es el Estado, puesto que es único en la atribución de establecer la tasa de impuesto que debe imponerse a los contribuyentes y que mediante la Administración Tributaria realiza la recaudación.
- Sujeto pasivo o tercero: este sujeto está configurado por el contribuyente, quien es la persona natural o jurídica que realiza el pago de los impuestos establecidos por ley.
- El objeto: Es la unidad de medida, en donde se aplica la tasa, cuota o tarifa.

Y, las características que debe contener una obligación tributaria son:

- Debe estar contenido en la ley. Se contiene en ley.
- Debe establecerse el sujetos activo y pasivo.

- Se ha de describir el objeto de la obligación.
- Se señala la base, la tasa y/o tarifa.
- Se determina el lugar y el momento del devengo del tributo (p. 5-6).

3.5. TRIBUTACIÓN DIRECTA E INDIRECTA

A. Recaudación Tributaria Directa

Los impuestos directos son el gravamen aplicado por el Gobierno Central o Municipal sobre la propiedad, la renta o la riqueza de una persona natural o jurídica, según sea el caso.

Según Carrasco, L. (2013), los impuestos directos, vistos desde el punto de vista económico, el contribuyente o responsable; soporta la carga tributaria, porque por un espacio de tiempo constante grava los recursos de cada contribuyente previamente comprobados (p. 24).

B. Recaudación Tributaria Indirecta

Este tipo de impuestos se gravan sobre el uso o consumo, es decir, están recaídos sobre los contribuyentes que adquieren un bien o consumen un servicio.

Para Carrasco, L. (2013), los impuestos indirectos afectan a personas distintas del contribuyente, que traslada la carga del impuesto a quienes adquieren o reciben los bienes o servicios. Son gravados en función del

consumo, quien realiza el pago ante la Administración Tributaria de este tipo de impuesto no es quien asume realmente la carga tributaria. (p. 26).

En el grafico 2 podemos distinguir la clasificación de los impuestos recaudados en nuestro país.

Gráfico 2. Clasificación de los Impuestos



Fuente: (Carrillo, 2018)

3.6. ECONOMÍA DIGITAL Y SUS IMPLICANCIAS

La Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (2019), en adelante OCDE, refiere que la economía digital llega como el resultado de un proceso transformativo que ha sido impulsado por las TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones) que han tenido un avance notorio en el transcurso del tiempo, siendo la última década en la que estas han ganado gran

terreno en diversos aspectos a nivel global, tanto así, que dentro del ámbito económico, la economía digital abarca un gran porcentaje de esta, entonces, respecto a ello podemos ver que las plataformas digitales son los cimientos de una nueva transformación económica.

Pero veamos porque la economía digital ha traspasado cualquier frontera y se ha convertido en un gran impulsor de desarrollo mundial:

- Es movable, ya que puede desarrollarse plenamente y sin limitaciones a nivel global debido a que tiene como activos factores intangibles (software) que son contenidos y manejados mediante un servidor o conjunto de estos, los que pueden ubicarse en cualquier punto a nivel mundial.
- Utilidad de datos, puesto que cada usuario mantiene un registro, punto que las empresas digitales aprovechan para desarrollarse en base a las preferencias y necesidades de los consumidores e ir ajustando los servicios que ofrecen a la medida de estos, punto más a favor sobre este tipo de empresas sobre las empresas tradicionales.
- Volatilidad, puesto que es un mercado que permanece en un cambio constante, siempre adaptándose o ajustándose a la preferencia del consumidor.

A medida que la economía digital va tomando mayor relevancia dentro de los mercados a nivel mundial se va tornando un problema en el aspecto tributario,

problema que los diferentes países han tratado de abordar de la manera más apropiada de acuerdo a sus realidades sociales y a sus normas tributarias establecidas, ello de la mano de organizaciones internacionales que han venido propiciando la adaptación de cada régimen tributario a la nueva realidad digital.

La economía digital funciona entrelazando a productores, ofertantes y consumidores a nivel mundial mediante la utilización del internet, acelerando de esta manera el intercambio y comercio de productos y servicios, de esta manera se benefician tanto ofertantes como demandantes.

Son diversas las empresas que se han sumado al comercio electrónico, sin embargo, podemos evidenciar la gran diferencia que existe entre el comercio tradicional y el digital y es que, en cuanto al segundo, la Administración Tributaria aún no ha establecido las condiciones adecuadas para poder fiscalizar la renta producida por este constante y creciente movimiento económico.

Sánchez y Toledo (2019), en su artículo científico que lleva como título “Tributación de los Ingresos Generados por la Economía Digital. Perspectiva regional”, llevaron al análisis una serie de opciones propuestas para llevar a cabo un adecuado tratamiento tributario a la renta generada por la prestación de servicios de las distintas plataformas digitales en el ámbito de Latinoamérica, tomando en cuenta los tantos retos que pone sobre la mesa el avance de una economía más acelerada, llegaron a concluir que esta nueva faceta de la economía es manejada de distinta forma en cada país de Latinoamérica.

3.7. PLATAFORMAS DE STREAMING

Son plataformas digitales de acceso a información y entretenimiento en línea, el streaming es una tecnología nueva con la que los usuarios pueden tener acceso a contenido ya sea de video o de audio, esto desde una página de internet, sin la necesidad de realizar descargas del contenido en el que estemos interesados, ahora bien, en base a lo mencionado las plataformas streaming son portales digitales que nos brindan acceso a diverso contenido, en su mayoría a cambio de un pago mensual. Estos contenidos también pueden ser visualizados en vivo.

A medida que la sociedad avanza el uso de las plataformas digitales se ha vuelto parte de nuestro día a día, por distintos factores, puesto que los usos son muchos, como por ejemplo el simple hecho de obtener entretenimiento o el de le deseo de seguir preparándonos profesionalmente mediante conocimiento en línea, de leer un libro, de ver una película, en fin, son pocas las cosas que necesitamos que aún no se podrían encontrar mediante estas plataformas digitales.

Ante ello podemos evidenciar, mientras avanzamos en este análisis, que las plataformas digitales están tomando un papel importante sobre la economía global, sin dejar de lado que durante estos dos últimos años la pandemia que nos tornó en cuarentena ha jugado un papel impulsor sobre este tipo de comercio digital, dejando de lado al comercio tradicional, entonces es inevitable

cuestionarse ¿Por qué toda la carga tributaria aún se encuentra solamente sobre los comerciantes y empresas tradicionales?.

Gestión (2020), expone una encuesta elaborada por Datum Internacional, en la que se evidencia que a la actualidad el 52% de peruanos hacen uso o están suscritos a algún tipo de servicio de streaming, siendo la ciudad donde mayor incidencia se ha presentado Lima con un 71%.

Gráfico 3. Comportamiento de la población peruana en el entorno digital 2020



Fuente: (Datum Internacional, 2020) Datum Internacional

De acuerdo al informe de cada una de las plataformas, hasta mayo del presente año cada una de estas cuentan con las siguientes cantidades de suscriptores:

- Netflix: 208 millones de usuarios
- Amazon Prime: 200 millones de usuarios
- Disney Plus: 104 millones de usuarios

- HBO y HBO Max: 64 millones de usuarios
- Otros: 48 millones de usuarios

3.7.1. NETFLIX

Heredia (2016), define a esta plataforma como un medio relativamente nuevo que, nacido como resultado de una combinación entre el cine, la televisión y el internet, en donde a medida que se abre paso cada vez con mayor relevancia la tecnología, implanta nuevos hábitos de consumo en la sociedad.

Netflix se autodefine como la empresa del sector que inició la revolución en cuanto a la forma de ver películas y programas de TV.

Heredia (2016), considera también que Netflix contempla ciertas características que lo diferencian como un servicio inteligente y nos enumera las siguientes:

- Es un servicio autónomo, ya que su actuar es de manera independiente.
- Se retroalimenta de datos: hace uso de los datos que insertan sus usuarios para captar sus preferencias y poder brindarles un servicio más personalizado y acorde a sus necesidades.
- Su interacción con los usuarios es a base de la inteligencia artificial.

Como vemos, Netflix es un servicio que ha ido avanzando en cuanto a la mejora de sus servicios, siempre distinguiendo los factores que puedan captar más usuarios; al igual que esta plataforma digital las de su competencia también adoptan todas o muchas de estas características, que le van dando un sentido digital no solo al mercado sino al movimiento económico.

3.7.2. YOUTUBE

Estamos hablando de una plataforma digital mediante la cual se puede subir y compartir videos, al igual que visualizar los videos que los usuarios de esta plataforma suben a diario a nivel mundial. El contenido que se puede subir a esta plataforma es diverso como por ejemplo música, videos, documentos, etc.

A raíz de la demanda de esta plataforma, esta se ha convertido en un excelente portal para realizar negocios, ya que ha dado origen al nacimiento de los denominados youtubers, los cuales tienen la posibilidad de obtener ingresos económicos, el monto a percibir iría en base a la cantidad de visualizaciones y suscripciones que obtenga un video, es decir que a más vistas mayor será la ganancia Lavado (2014).

3.7.3. DISNEY

Disney Plus es una de las plataformas que ofrece servicios streaming de entretenimiento de paga, su contenido consta de películas,

documentales, programas, series, cortos, entre otros. Sus servicios están presentes en Perú desde el año 2020.

3.7.4. SPOTIFY

Es una de las plataformas streaming de música más destacada a nivel mundial, cuenta con más de 20 millones de temas musicales, el consumidor puede organizar su lista de reproducción con los temas que desee. Su modelo de oferta de servicio cuenta con dos opciones: la cuenta gratuita y la cuenta Premium, para obtener esta última debe realizar un pago periódico (Pruvost, 2014).

Hemos mencionado solo algunas de las muchas plataformas que ofrecen sus servicios dentro de nuestro país, a la vez hemos visto que todas generan movimientos económicos de acuerdo a sus modelos de negocio, es debido a esto que países desarrollados han acondicionado sus normas tributarias para la debida imposición de tributos, siendo los países en vías en desarrollo los que aún están en el camino de hacer lo propio de manera unilateral.

3.8. TRIBUTACIÓN DE PLATAFORMAS DIGITALES EN PERÚ

Hernández (2018), sostiene que al realizar la venta de los diferentes productos digitales a consumidores que se encuentren en un país extranjero que tenga un marco tributario con impuestos digitales, se deberá aplicar la tasa vigente sobre el Impuesto al Valor Agregado que este establecida en ese momento en el país

donde se realizó la venta de dichos productos y abonar según se establezca lo respectivos impuestos a la Administración tributaria correspondiente (párr.3).

Así también, para que cualquier operación sea catalogada como un servicio digital, de manera general, debe cumplir con las características estipuladas en nuestra normativa; siendo de esta manera, nuestro reglamento establece que para que las rentas se configuren como proveniente de fuente peruana gravada con los impuestos correspondientes, el servicio debe ser utilizado económicamente en ese país, uso o consumo interno. Además, conviene para los efectos de este análisis mencionar el informe No. 018-2008-SUNAT / 2B0000 (1), que establece ciertos criterios para determinar a un servicio como digital:

- a) Debe darse como la prestación de una persona hacia otra.
- b) Su prestación debe efectuarse por medio de internet
- c) Su funcionamiento debe darse de manera automática con una mínima intervención humana.
- d) Debe ser dependiente de tecnología de la información, es decir su desarrollo se da mediante herramientas.

Debemos mencionar que El Ejecutivo durante el segundo semestre del año 2021 ha presentado un proyecto de ley en el que solicita al congreso de la república que se le deleguen facultades para poder legislar en materia tributaria, fiscal y reactivación económica, con esta medida se pretende configurar como sujetos de tributación a las plataformas digitales que ofrecen sus servicios dentro

de nuestro territorio desde un país extranjero, se señala que se deberá implementar mecanismos operativos y eficientes para el cobro de estos tributos.

De acuerdo a la OCDE (2019), diversos países han venido renunciando a gran cantidad de ingresos fiscales debido a que de alguna manera su marco tributario no ha sido capaz de afrontar de manera oportuna la continua digitalización de la economía a nivel global, esta brecha tributaria va creciendo también a medida que este tipo de economía se vaya afianzando

La Comisión de Económica para América Latina y el Caribe en adelante CEPAL (2019), en su publicación anual “El panorama fiscal de América Latina y el Caribe” recomendó a los países de la región que realicen el cobro de los respectivos impuestos a las distintas plataformas digitales, para ello elaboró un informe sobre los montos aproximados que cada país estaría en la posibilidad de recaudar.

Dicho informe muestra un cuadro comparativo en base a un estimado de los impuestos a recaudar en caso de que cada país implemente las medidas para el cobro de estos impuestos, esto lo hizo tomando como referencia a diez países de América Latina y consideró a cuatro empresas digitales, siendo estas reconocidas como las de mayor importancia por su movimiento económico dentro de la región, los cálculos se realizaron tomando la imposición del IVA y del Impuesto sobre los servicios digitales.

Las estimaciones de ventas por empresa y país realizadas por Hernández y Albagli (2017) fueron tomadas como base para la elaboración de esta información presentada por la CEPAL.

Para ello la OCDE brindo diversas recomendaciones, las cuales han sido aplicadas a estos efectos, siendo esto que la tasa del IVA manejado por cada país de manera particular debería de aplicarse a todos los servicios y el impuesto sobre los servicios digitales debería ser aplicado únicamente sobre los servicios de intermediación de las plataformas multilaterales, siendo el caso de Uber.

De acuerdo a este informe se arroja un estimado a recaudar de Se estima unos 580 millones de dólares tomando a los diez países, de este monto estimado 572 millones de dólares se deberían a la aplicación del IVA y 8 millones de dólares corresponderían a la aplicación del impuesto sobre los servicios digitales. Cabe mencionar que para efecto de este cálculo se han tomado una pequeña cantidad de empresas del sector streaming, no habiendo sido consideradas otras que en los últimos años han venido ganando espacio en el mercado.

Puntualmente en el caso de Perú el mencionado informe de la CEPAL, señala que, nuestro país estaría en la capacidad de recaudar aproximadamente US\$ 35 millones, que equivaldrían a unos S/ 140 millones, asumiendo que se aplicaría en general la tasa del 18% del IGV y la tasa del 3% por concepto del impuesto

sobre los servicios digitales de las plataformas consideradas para estas estimaciones.

En base a esta información recabada podemos señalar particularmente, que, en definitiva, la falta de aplicación impositiva a este tipo de empresas digitales representa una gran pérdida de recaudación fiscal para el Perú, en tal sentido nuestra Administración Tributaria debería de reforzar su marco tributario para que de esta manera se pueda captar mayores ingresos fiscales y así el gobierno pueda cumplir de manera eficiente los compromisos sociales. Que le permita brindar y mantener la calidad de los servicios e infraestructura pública.

3.8.1. IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN SERVICIOS DIGITALES

La afirmación que indica que el impuesto general a las ventas debe ser gravado en el espacio territorial donde se produce el consumo del bien o servicio está respaldada por el principio de neutralidad del mismo y su naturaleza.

En la actualidad nuestro marco tributario no establece específicamente los mecanismos para gravar los servicios de las plataformas digitales siendo los consumidores finales las personas naturales, puesto que las normas no se han modificado ni regulado a favor de la configuración como sujeto del impuesto del IGV de las personas naturales.

Lo mencionado en el párrafo anterior se debe en gran parte a que el marco tributario nacional está dirigido al tratamiento tributario en base a una economía tradicional, sin embargo nuestra Administración Tributaria (SUNAT) ha señalado que efectivamente las rentas generadas por las diversas plataformas digitales como Netflix, entre otras, si se encuentran afectas al Impuesto General a las Ventas, pero que no se ha establecido aun la manera adecuada en que estos impuestos puedan ser recaudados o retenidos, considerando que estas plataformas son empresas no domiciliadas.

Entonces entendemos por lo expresado que la SUNAT si considera que nuestro marco tributario contempla dentro de sus normas la imposición del IGV a personas naturales que no realicen ninguna actividad empresarial cuando estas hagan uso o consumo de los servicios ofrecidos por las plataformas digitales (Gestión, 2019).

Muchos países no son ajenos a la problemática que ha surgido alrededor de imposición tributaria sobre los servicios ofrecidos por las distintas plataformas digitales a nivel global, sin embargo, muchos ya han adoptado medidas basándose en diversos lineamientos propuestos principalmente por la OCDE, a pesar de ello no debemos de dejar de tomar en cuenta que la realidad de cada país es única y diferente.

3.8.2. IMPUESTO A LA RENTA EN SERVICIOS DIGITALES

De acuerdo a International Fiscal Association (2016), las normas tributarias no contemplan este tipo de recaudación digital puesto que han sido elaboradas y establecidas en base a una realidad muy distinta a la que se vive ahora, es así que la economía digital ha venido en continuo crecimiento de la mano con el avance de la tecnología y la globalización, es por este motivo que aún no se cuenta con procedimientos y formas específicas para llevar a cabo un mayor control del consumo de bienes y servicios dentro de un comercio electrónico (p.42)

Nuestra norma tributaria tiene un tratamiento particular para ciertos servicios digitales es así que no contempla el tratamiento tributario para muchos de estos servicios que actualmente vienen obteniendo rentas de fuente peruana.

El tratamiento tributario que nuestro marco normativo contempla con respecto a las empresas domiciliadas, señala que la renta que se obtiene por los servicios prestados por estas; ya sea a otras empresas, al gobierno o a los consumidores (modelos de negocio B2B, B2G, B2C) están grabados, sin embargo, debemos señalar que para que se haga efectiva esta imposición tributaria los consumidores de este tipo de servicios de acuerdo a la Ley del Impuesto a la Renta deben ser sujetos que generen rentas de tercera categoría, es decir todas las personas naturales sin negocio que sean consumidoras de los servicios digitales ofrecidos por las diversas

plataformas no estarían contempladas dentro de la norma legal de la Ley del Impuesto a la Renta, siendo éstas las mayores consumidoras de este tipo de servicios.

En comparación a las empresas domiciliadas, la Administración Tributaria señala con respecto a las empresas no domiciliadas que prestan servicios dentro de nuestro territorio ya sea a otras empresas o al gobierno (modelo de negocio B2B, B2G), obteniendo de esta manera rentas de fuente peruana están gravadas con el impuesto a la renta, configurándose de esta manera como impositivas a estas operaciones generadoras de este tipo de rentas. La norma en este sentido es clara en excluir como sujetos de impuesto a las personas naturales que adquieran o consuma servicios digitales de las plataformas que operan dentro de nuestro país como empresas no domiciliadas, esto debido a que aún no se ha determinado la forma de control adecuado para su fiscalización y poder gravar estos impuestos.

3.8.3. ¿CÓMO SE PLANTEA REALIZAR EL COBRO DE LOS IMPUESTOS A LAS PLATAFORMAS DIGITALES?

Gestión (2021), en su entrevista a Luis Alberto Arias, ex jefe de la SUNAT, nos comparte la opinión del especialista, el cual no esclarece el mecanismo de cobro de los impuestos a estas referidas plataformas, el cual se concretaría mediante agentes de retención, en referencia a las entidades

financieras, que generalmente son las entidades generadoras de medios de pago como las tarjetas de crédito y débito.

En la referida entrevista, Arias, acota también que es probable que la aplicación de esta medida (imposición tributaria a servicios digitales) acarrearía la variación de los precios, sin embargo, ello dependerá mucho de las condiciones del mercado.

3.9. LINEAMIENTOS SUGERIDOS POR LA OCDE

La OCDE y los países G-20 han liderado la formulación del Plan de Acción BEPS (erosión de la base imponible y el traslado de beneficios), este plan formula lineamientos tributarios que pretende normalizar el nuevo orden tributario a nivel internacional y de esta manera pueden contribuir a la optimización económica de las naciones, cada país debe implementar individualmente los mecanismos que se consideren que se ajusten a su realidad social y tributaria.

Estas medidas planteadas se componen de 15 acciones, de las cuales dos de ellas abordan aspectos importantes para el trato de los desafíos tributarios acarreados por la economía digital (acción 1 sobre los desafíos fiscales de la economía digital y la acción 7 que trata sobre las medidas planteadas para impedir la elusión en base al establecimiento permanente) (Díez, 2019)

La OCDE plantea estos lineamientos con la finalidad de abordar las falencias en el ámbito tributario con respecto a la economía digital, además de promover una visión más clara sobre las maneras en que esta problemática se vea reducida y finalmente las naciones puedan gravar las rentas obtenidas mediante este tipo de comercio, favoreciendo de esta manera la neutralidad en la tributación internacional y evitar la doble imposición o la doble no imposición (Pacheco & Anabalón, 2018).

Pacheco y Anabalón (2018) nos muestran estos lineamientos planteados por la OCDE:

3.9.1. NUEVO NEXO EN BASE A LA PRESENCIA VIRTUAL

De acuerdo a Pacheco y Anabalón (2018), la OCDE plantea la creación de un nuevo concepto, el de presencia virtual significativa, esto para adaptar el modelo tributario a la imposición de los servicios que son prestados completamente de manera virtual por empresas cuya presencia física en el país fuente sea nula, es decir no cuenten con establecimiento permanente, pero tengan una presencia virtual significativa económica significativa dentro del país fuente.

Vaquero (2016), nos brinda el concepto de “presencia económica significativa”, este se aplicaría cuando una determinada empresa con residencia en otro país tiene participación en la vida económica de otro Estado mediante el uso de la tecnología digital, sin embargo, para establecer

una presencia significativa se hace énfasis en que esta participación económica debe darse de manera regular y prolongada. Si hacemos una comparación con el comercio tradicional el cual cuenta con un local físico donde realiza la exhibición de sus productos o mediante el cual ofrece sus servicios, entonces a su vez las empresas digitales que ofrecen servicios streaming cuentan con sus respectivas plataformas informáticas donde presentan de forma digital los servicios que ofrecen.

Dicho esto, se atribuye como un nuevo nexo, que será un indicador determinante para configurar la presencia de un establecimiento permanente y la pertinente imposición tributaria, a esta presencia económica constante dentro de un territorio nacional, sin la necesidad expresa de que la empresa no residente cuente con una presencia física dentro de este.

(Pacheco & Anabalón, 2018), señalan que este nexo que se da de acuerdo a esta propuesta, viene acompañado otra medida, que hace referencia a la retención del IVA en el Estado Fuente, para lo cual jugarían un papel muy importante las entidades financieras que estarían encargadas de los pagos.

3.9.2. ESTABLECIMIENTO PERMANENTE O PRESENCIA VIRTUAL

SIGNIFICATIVA

Este lineamiento se da originado por la problemática de la doble tributación, entendámoslo de esta forma; las naciones están en su derecho

de reclamar la potestad tributaria en base a dos factores; la conexión directa o también determinada como la fuente (conexión del beneficio con el territorio de un Estado) y la conexión indirecta o determinada también como la residencia (conexión del beneficiario con el territorio de un Estado), es así que:

Díez (2019), con respecto al concepto de Establecimiento Permanente nos explica que, los beneficios que una empresa con residencia en un estado obtiene en otro estado, son gravados en función de si son obtenidos mediante un establecimiento permanente o sin él. Es decir que, si la empresa "X" con residencia en el país "A" cuenta con un establecimiento permanente en el país "B" y de actividades comerciales en éste obtiene ingresos económicos, entonces se trata al país "B" como el Estado Fuente (donde se genera la renta) y este está en la potestad de gravar estos ingresos con los impuestos correspondientes e acuerdo a su norma tributaria, sin embargo si LA EMPRESA "X" con residencia en el país "A" obtiene ingresos de sus actividades comerciales dentro del país "B", pero esta no cuenta con un establecimiento permanente dentro del país "B", entonces el que grava dichos beneficios será el país "A".

Sin embargo, tomando en cuenta que los negocios digitales vienen ganando amplio espacio en la economía y muchos de estos no cuentan con presencia física en los países donde prestan sus diversos servicios y con el propósito de abordar estos retos planteados por esta nueva economía para

su respectiva imposición, la OCDE ha pretendido replantear el concepto de establecimiento permanente al entorno digital, basado en la presencia digital significativa de este tipo de empresas o plataformas, es decir que se plantea considerar que existe un Establecimiento Permanente Digital en el caso supuesto que exista una Presencia Digital Significativa, sobre todo tratándose de actividades digitales completamente desmaterializadas.

Esta presencia digital significativa de una determinada actividad empresarial digital deberá medirse en base a 3 aspectos: ingresos, usuarios y contratos (identificar donde se crea el valor de estas empresas, su relación cliente-usuario y su presencia física).

3.9.3. RETENCIÓN DE TRANSACCIONES DIGITALES

En este punto se propone que las entidades financieras o cualquier otra emisora de medios de pago dentro del país fuente actúen como agentes de retención del impuesto, esto debe realizarse al momento que el usuario o consumidor realice el pago por algún servicio de este tipo (Pacheco & Anabalón, 2018).

La aplicación de este lineamiento parece ser bastante adaptable a nuestro ámbito nacional, puesto que de alguna manera sería más sencilla la recaudación, sin embargo, las entidades financieras son las que deberán pronunciarse al respecto, puesto que aparte de ser los agentes que retengan

estos impuestos, también deberán realizar el pago ante la Administración Tributaria.

3.9.4. IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES

Esta propuesta se contempla la aplicación del impuesto en base a la cantidad de bytes que este tipo de empresas utilicen para la prestación de sus servicios, recordemos que estas empresas funcionan en base al internet, que los servicios que ofrecen a los consumidores es justamente mediante esta red.

Para poder ser sujeto del impuesto, las empresas deberían de cumplir con el uso de una cantidad mínima de bytes, entendiéndose de esta manera que a más grande la empresa mayor será la recaudación.

Como hemos venido mencionando en el trascurso de este análisis, todos estos lineamientos estipulados en el plan BEPS brindadas por la OCDE en conjunto con los países B-20 llevan como fin primordial establecer directrices dirigidas a llevar de una manera eficiente la tributación a nivel internacional, las que puedan ser adoptadas por cada Estado de manera unilateral, puesto que cada país es soberano en este sentido. Sin embargo, debemos señalar que aún quedan espacios vacíos que generan cierta incertidumbre.

3.9.5. PERÚ EN VÍAS A LA OCDE Y SUS LINEAMIENTOS

Iniciamos mencionado que solamente cuatro países de América forman parte de los países miembros de la OCDE, siendo estos México, Costa Rica, Chile y Colombia, el Perú se ha planteado también como objetivo llegar a ser país miembro, tenía pensado lograrlo para este año que está a punto de culminar, lamentablemente no se logó el propósito, pero a qué se debe que resulte importante formar parte de la OCDE, bien, pues esto recae en que conformar los países miembros de la OCDE nos asegura de cierta forma la asistencia para la adecuación de las políticas necesarias que contribuyan a la reducción de la pobreza y la consecuente prosperidad, a la atracción de la mayor inversión, además de ello nos proporcionaría garantía sobre los lineamientos y políticas que nos encaminarían a alcanzar una economía desarrollada; en conclusión es como contar con un sello de garantía a nivel internacional (CEPLAN, 2014).

Benites (2017), señala que en el caso de Perú la influencia de las directrices planteadas por la OCDE se ve reflejada en:

- La firma del Modelo de Convenios establecido por la OCDE, en el cual se basa nuestro país para firmar convenios con otras naciones. Tenemos el Modelo de Convenio de Doble Tributación (CDI), que establece medios para poder resolver la doble imposición internacional, uno de estos medios planteados es la

distribución de los impuestos gravados sobre operaciones que vinculen a un país fuente y un país de residencia, entre ellos.

- Los distintos acuerdos a nivel internacional que han sido firmados, buscando mediante ellos facilitar el intercambio de la información entre las naciones, así también como la asistencia mutua administrativa
- Las medidas de adaptación de nuestras normas tributarias para aumentar nuestra recaudación fiscal mediante el control progresivo de la evasión fiscal internacional, Perú lleva años en la búsqueda de la manera adecuada de cómo nuestra Administración Tributaria deba y pueda recaudar los impuestos sobre las operaciones económicas que vienen realizando hace mucho en nuestro territorio las distintas plataformas digitales, operaciones que generan un gran movimiento económico, haciendo más populares aun, este tipo de prestación de servicios digitales, desde que la pandemia nos obligó a permanecer en cuarentena.
- El compromiso asumido por nuestra Administración Tributaria de continuar la implementación de los estándares internacionales de acuerdo a los lineamientos de la OCDE (p. 97).

A pesar de las medidas que nuestro país ha venido contemplando como probables, nuestra normativa tributaria, como hemos podido ver al inicio de este capítulo, no contempla claramente la imposición tributaria

sobre las plataformas digitales (dentro de ellas las de streaming), entonces Perú debería de plantear una reforma tributaria para que nuestro sistema este a la par con el avance del comercio y economía digital.

3.10. TRIBUTACIÓN DIGITAL EN PAÍSES DE LATINOAMÉRICA

Hernández (2018), sostiene que a medida que este boom digital ha ido ganando terreno, diversas naciones ya han logrado implementar reformulaciones en su normatividad tributaria destinadas a la recaudación de los impuestos por los servicios digitales.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) (2021), en su Informe de Actualización de Proyecciones Macroeconómicas 2021-2024, ha considerado que en base a la necesidad adicional de recursos económicos debe existir un incremento de los ingresos fiscales, de esta manera se estarían garantizando el financiamiento de nuestro gasto público, en este sentido, el Perú deberá implementar y adoptar estrategias tomando en cuenta las diversas recomendaciones realizadas por organismos internacionales; el Fondo Monetario Internacional (FMI) (2021), recomienda reformular los marcos tributarios con la finalidad incrementar los ingresos. En este sentido diversos países de la región, como México, Colombia, Chile y Brasil durante el año 2022, buscan incrementar sus ingresos tributarios adoptando una serie de medidas, entre las que se encuentran la actualización de su sistema tributario y la regulación de la imposición tributaria sobre los servicios digitales (p.79).

Consideramos importante conocer como otros países de nuestra región han iniciado el manejo tributario en este sentido, es por ello que a continuación hacemos mención a algunos de estos países.

3.10.1. COLOMBIA

En Colombia el prestador no domiciliado de estos servicios debe estar inscrito en el RUT (Registro Único Tributario), ya que su normatividad establece que estas mismas son las encargadas de la declaración y pago de los tributos respectivos, sin embargo, les plantean la alternativa de pertenecer al régimen e retención, por el cual los emisores de medios de pago (entidades financieras y otros) puedan realizar la respectiva retención al momento que el consumidor realiza el pago del servicio.

Estableciéndose así el cobro del IVA a los servicios digitales a una tasa del 19% desde julio del 2018, lo cual represento para esta nación a enero del 2019 la recaudación de 12 millones de dólares (CEPAL, 2019).

3.10.2. ARGENTINA

En Argentina se planteó e implementó una reforma tributaria, que permitió que los consumidores de los servicios digitales ofrecidos por empresas que no contaban con presencia física dentro de su territorio ahora serian sujetos de impuestos. Para esta reformulación recurrieron a la participación activa de intermediarios, siendo estos las entidades financieras por su naturaleza operativa, es así, que estos se encargan de la retención

del impuesto correspondiente, encargándose también de realizar el pago oportuno ante el agente recaudador del fisco en los casos en que los consumidores no figuren como contribuyentes del IVA, en tal sentido, no se le exige a la entidad prestadora del servicio la inscripción en el registro de contribuyentes.

Previo a esta reforma dada en el año 2017 en Argentina no se gravaba la importación de servicios digitales por parte de personas naturales o jurídicas que no estuvieran registradas como sujetos del IVA.

Es así que a partir del 27 de junio de 2018 se inició con la imposición de la tasa de 21% de IVA sobre los servicios ofrecidos de manera digital, esta medida le significó a Argentina una recaudación de 19 millones de dólares en el espacio de cuatro meses (CEPAL, 2019).

3.10.3. CHILE

Chile en su normativa del IVA, aplica el principio de destino, es decir que a todo servicio prestado por un no domiciliado o no residente y este es consumido dentro del territorio nacional se le aplica la tasa del 19% por concepto de IVA.

3.10.4. URUGUAY

En Uruguay se optó por la recaudación de estos impuestos de manera directa, es decir se estableció una etapa para que las empresas prestadoras de este tipo de servicios y que no están domiciliadas dentro de su territorio puedan inscribirse ante su entidad fiscal, no haciendo falta la participación de intermediarios que actúen como agentes de retención. La aplicación de la tasa del IVA sobre estos servicios es del 22%.

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	AÑO 2021															
	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planeación																
Elección del tema de investigación																
Definición de título																
Recopilación de datos - información																
Aspectos Generales																
1.1 Ubicación																
1.2 Objetivos de estudio																
1.3 Justificación																
1.4 Antecedentes																
Marco Teórico																
2.1 Conceptos Generales																
Desarrollo del proyecto																
3.1 Ingeniería del proyecto																
3.2 Estudio básico																
3.3 Resultados																
3.4 Conclusiones																
Sustentación																
3.5 Revisión y corrección																
3.6 Sustentación																

4.1.2. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

- BIENES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. Unit (S/)	Total (S/)
1	LAPTOP	30.00	30.00
1	IMPRESORA	10.00	10.00
1	TINTA PARA IMPRESORA	10.00	10.00
1	CELULAR	30.00	30.00
1	USB	10.00	10.00
-	UTILES DE ESCRITORIO	10.00	10.00
TOTAL			S/ 100.00

- SERVICIOS

DESCRIPCIÓN	P. Unit (S/)	Total (S/)
INTERNET	30.00	30.00
ENERGIA ELECTRICA	40.00	40.00
TOTAL		S/ 70.00

- HUMANOS

INTEGRANTE	HORAS HOMBRE
YNDIRA PILAR GUTIERREZ PEREDO	192
TOTAL HORAS	192

- PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	Total (S/)
BIENES	100.00
SERVICIOS	70.00
TOTAL	S/ 170.00

CONCLUSIONES

En base a la documentación analizada se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- A.** Las normas tributarias aplicadas en el Perú en relación a la imposición tributaria sobre los servicios digitales ofrecidos por las plataformas digitales están contempladas de manera no muy clara, ya que según lo que hemos podido ver, la normatividad está dirigida en su gran parte hacia los aspectos que rigen un comercio tradicional, más aún no se tiene muy claro los aspectos a incluir sobre los comercios digitales. Por ello es necesario que se plantee una reforma tributaria que incluya nuevas definiciones más ceñidas a la nueva realidad económica, tecnológica y social.
- B.** La falta de normas de aplicación tributaria a las plataformas digitales que ofrecen servicios dentro de nuestro territorio ocasiona la pérdida o desvío de los posibles tributos en favor de incrementar nuestra recaudación fiscal, nuestro país necesita que los montos por recaudación se incrementen, recayendo gran parte de la carga tributaria sobre las empresas tradicionales, las cuales cumplen con el pago de los respectivos impuestos, poniéndose en gran desventaja sobre las plataformas digitales que prestan sus servicios sin pagar tributos.

C. Podemos incluir como el punto de partida a tratar para que se pueda implantar un sistema de recaudación efectivo ante la emergente digitalización de los mercados y por ende de la economía, es en primer lugar la falta de una normatividad clara y sencilla que estipule los mecanismos acertados para poder realizar la captación de estos impuestos.

BIBLIOGRAFÍA

- Almachi Caisachia, D. (2020). *“Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo”* . Ambato.
- Anabalón Figueroa, J. (2018). *Lineamientos OCDE para la Tributación de la Economía Digital Parte II*. Santiago.
- Apaza Cuba , P., & Arias Contreras, F. (2020). *Análisis del tratamiento tributario - IGV en las empresas de servicio de streaming no domiciliadas en territorio peruano*. Lima .
- Arroyo Espinoza, E., & Nájjar Becerra, C. (2020). *“Implicancias laborales y tributarias de la economía colaborativa en las plataformas digitales que prestan servicios en Perú”* . Tacna.
- Barrientos Walker, F., & Díaz Mora, E. (2021). *Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana* . Lima.
- Becerra O´phelan, F. (2018). El Compromiso del Perú con el Marco Inclusivo BEPS y su adhesión al Instrumento Multilateral. *Análisis Tributario*, 10-13.
- Benites Chapoñan, T. (2017). *Influencia de la OCDE en el ordenamiento jurídico peruano para contrarrestar el planeamiento fiscal internacional de las empresas*. Piura.
- Bravo Cucci , J. (2017). *Fundamentos de Derecho Tributario*. Lima: Crea Libros.
- Carrillo, S. (2018). *La recaudación tributaria en el Perú*. Obtenido de Monografías: <https://www.monografias.com/trabajos105/recaudacion->

tributaria-enperu-politica-tributaria/recaudacion-tributaria-enperu-politica-tributaria.shtml

CEPAL, C. E. (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe*. Santiago.

CEPLAN, C. N. (2014). *Perú 2021: País OCDE*. Lima.

Datum Internacional. (2020). *Comportamiento de los peruanos en el entorno digital*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tendencias/el-52-de-peruanos-ya-utiliza-los-servicios-de-tv-por-streaming-noticia/?ref=gesr>

Espinoza , J. (2017). *Coexionesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/02/21/el-modelo-ocde-de-convenio-de-doble-imposicion-cdi/>

Faúndez Ugalde, A., Vidal Olivarez, A., Olgún Romero, A., & Molina Marisio, F. (2021). Tributación en la economía digital: Propuestas impulsadas por la OCDE y el impacto frente a los principios rectores de todo sistema tributario. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 29.

Gestión. (2020). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/el-52-de-peruanos-ya-utiliza-los-servicios-de-tv-por-streaming-noticia/?ref=gesr>

Ibarra Sobarzo , E. (s.f.). *La Equidad Tributaria en el Comercio Digital Según La OCDE, y sus Desafíos para la Recaudación Fiscal*. Santiago.

Infobae. (28 de 10 de 2021). Obtenido de <https://www.infobae.com/america/peru/2021/10/28/netflix-amazon-prime-disney-y-otras-plataformas-de-streaming-comenzarian-a-pagar-igv-en-el-peru/>

- López García, J. E. (2021). Informalidad de empresas colaborativas y su desarrollo económico: un enfoque global. *Yachaq*, 40.
- Ludeña Rueda , Y. M., Martínez Ordoñez, R. G., & Feijoo Cisneros, M. E. (2019). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200286
- Medrano Cornejo , H. (2020). Tributación en servicios digitales. *Derecho Tributario y Aduanero*, 18.
- MEF. (2021). *Informe de Actualización de Proyecciones Macroeconómicas 2021-2024*. Lima.
- Pacheco Riquelme , P. (2018). *Lineamientos de la OCDE para la Tributación de la Economía Digital Parte I*. Santiago.
- Palomino Guerrero, M. (s.f.). La Obligación Tributari. *Praxis de la Justicia Fiscal y Administrativa*, 21.
- Pintado Castillo, C. A. (2020). *Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018*. Lambayeque.
- Quijano Torres, G., & Barajas Ortiz, N. (2019). *Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de*. Bucaramanga.
- Rodriguez Aguirre, L. (2019). *La tributación frente a las plataformas digitales*. Arequipa.
- RPP. (29 de 10 de 2021). [https://rpp.pe/economia/economia/reforma-tributaria-como-se-haria-el-cobro-del-nuevo-impuesto-a-netflix-y-otros-servicios-](https://rpp.pe/economia/economia/reforma-tributaria-como-se-haria-el-cobro-del-nuevo-impuesto-a-netflix-y-otros-servicios)

digitales-noticia-1366206?ref=rpp. Obtenido de RPP Noticias:
<https://rpp.pe/economia/economia/reforma-tributaria-como-se-haria-el-cobro-del-nuevo-impuesto-a-netflix-y-otros-servicios-digitales-noticia-1366206?ref=rpp>

Ruíz Heredia, V. (2016). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*. Medellín.

Salcedo , J. (s.f.). *Deloitte Perú*. Obtenido de
<https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/tax/articles/cobro-igv-servicios-plataformas-digitales.html>

Tardío Quiquia, S., & Zanabria Natividad, K. (2019). *Servicios prestados en plataformas de video de entretenimiento vía Internet y su impacto en la determinación tributaria de Personas Naturales en el Perú 2017* . Lima.

Ulas, G. (2020). La tributación de las economías de plataforma: el nuevo desafío global. DIXI 32. 20.

Vaquer Ferrer, F. (2016). Establecimiento permanente y economía digital: Especial referencia a las empresas intermediadoras en el ámbito del turismo colaborativo. *Millenium*, 17.

Villegas Alarcón de Santa Cruz, R. (2020). *Imposición en el Perú a los servicios digitales prestados por empresas de aplicativos no domiciliados: los caos de Netflix y AIRBNB*. Lima.

Zegarra Camarena, R. (2020). e) Comentarios para Modernizar el Régimen del Impuesto General a las Ventas en el Perú En el Marco de la Economía Digital: la Experiencia de la Comunidad Europea y el Inmaduro Régimen Peruano. *Themis*, 19.

