



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

**FACULTAD DE DERECHO**

**La recaudación fiscal de personas naturales con negocios  
digitales en virtud del Decreto Legislativo N° 1524**

Tesis para optar el Título de  
Abogado

**Angélica Esperanza Castro Alvarado  
José Miguel Gonzáles Gonzáles**

**Asesor(es):  
Mgtr. Percy Orlando Mogollón Pacherre**

**Piura, noviembre de 2023**

### **Aprobación**

La tesis titulada “La recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales en virtud del Decreto Legislativo N° 1524”, presentada por los bachilleres Angélica Esperanza Castro Alvarado y José Miguel Gonzáles Gonzáles en cumplimiento con los requisitos para obtener el Título de Abogado, fue aprobada por el Director de tesis Mgtr. Percy Orlando Mogollón Pacherre.



Director de tesis





### Declaración Jurada de Originalidad del Trabajo Final

Yo, Angélica Esperanza Castro Alvarado, egresado del Programa Académico de Derecho de la Facultad de Derecho de la Universidad de Piura, identificado(a) con DNI N° 70691176.

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo final titulado:  
“La recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales en virtud del Decreto Legislativo N° 1524”  
El mismo que presento bajo la modalidad de Tesis<sup>1</sup> para optar el Título profesional<sup>2</sup> de Abogado.
2. Que el trabajo se realizó en coautoría con los siguientes alumnos de la Universidad de Piura.
  - José Miguel Gonzáles Gonzáles, identificado con DNI N° 72029899
3. La asesoría del trabajo estuvo a cargo de:
  - Mgtr. Percy Orlando Mogollón Pacherre, identificado con DNI N° 02861273
4. El texto de mi trabajo final respeta y no vulnera los derechos de terceros o de ser el caso derechos de los coautores, incluidos los derechos de propiedad intelectual, datos personales, entre otros. En tal sentido, el texto de mi trabajo final no ha sido plagiado total ni parcialmente, para la cual he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas.
5. El texto del trabajo final que presento no ha sido publicado ni presentado antes en cualquier medio electrónico o físico.
6. La investigación, los resultados, datos, conclusiones y demás información presentada que atribuyo a mi autoría son veraces.
7. Declaro que mi trabajo final cumple con todas las normas de la Universidad de Piura.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad de Piura y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Fecha: 03/11/2023.

.....  
*Firma del autor optante*<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Indicar si es tesis, trabajo de investigación, trabajo académico o trabajo de suficiencia profesional.

<sup>2</sup> Grado de Bachiller, Título profesional, Grado de Maestro o Grado de Doctor.

<sup>3</sup> Idéntica al DNI; no se admite digital, salvo certificado.



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

### Declaración Jurada de Originalidad del Trabajo Final

Yo, José Miguel Gonzáles Gonzáles, egresado del Programa Académico de Derecho de la Facultad de Derecho de la Universidad de Piura, identificado(a) con DNI N° 72029899.

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo final titulado:  
“La recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales en virtud del Decreto Legislativo N° 1524”  
El mismo que presento bajo la modalidad de Tesis<sup>1</sup> para optar el Título profesional<sup>2</sup> de Abogado.
2. Que el trabajo se realizó en coautoría con los siguientes alumnos de la Universidad de Piura.
  - Angélica Esperanza Castro Alvarado, identificado con DNI N° 70691176
3. La asesoría del trabajo estuvo a cargo de:
  - Mgtr. Percy Orlando Mogollón Pacherre, identificado con DNI N° 02861273
4. El texto de mi trabajo final respeta y no vulnera los derechos de terceros o de ser el caso derechos de los coautores, incluidos los derechos de propiedad intelectual, datos personales, entre otros. En tal sentido, el texto de mi trabajo final no ha sido plagiado total ni parcialmente, para la cual he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultadas.
5. El texto del trabajo final que presento no ha sido publicado ni presentado antes en cualquier medio electrónico o físico.
6. La investigación, los resultados, datos, conclusiones y demás información presentada que atribuyo a mi autoría son veraces.
7. Declaro que mi trabajo final cumple con todas las normas de la Universidad de Piura.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad de Piura y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Fecha: 03/11/2023.

.....  
*Firma del autor optante<sup>3</sup>*

<sup>1</sup> Indicar si es tesis, trabajo de investigación, trabajo académico o trabajo de suficiencia profesional.

<sup>2</sup> Grado de Bachiller, Título profesional, Grado de Maestro o Grado de Doctor.

<sup>3</sup> Idéntica al DNI; no se admite digital, salvo certificado.

## **Dedicatoria**

A mis padres, por su apoyo incondicional, porque sin ellos no hubiera sido posible dar este pequeño paso, ya que ellos son y serán mi ejemplo a seguir.

Asimismo, se lo dedico a mis familiares y amigos cercanos que siempre creyeron en mí.

Finalmente, dedico este logro a mi hija perruna Luna, que me acompañó durante toda mi etapa universitaria, siendo mi fiel compañera.

Angélica Esperanza Castro Alvarado

A mis padres, por su confianza y motivación, por acompañarme en cada paso y brindarme todas las oportunidades para alcanzar mis sueños. A mis hermanos, familiares y amigos por estar siempre a mi lado, siendo mi fuente de alegría e inspiración.

Por último, a mi pareja de tesis, quien además es mi soporte y compañera de vida, por haberlo logrado y llegar hasta aquí juntos, gracias a nuestra dedicación, esfuerzo y perseverancia.

José Miguel Gonzáles Gonzáles

## **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios y a la Virgen, por habernos dado la sabiduría y fortaleza para poder culminar con este proyecto. A nuestros maestros catedráticos, por impartirnos sus conocimientos y enseñanzas que fueron claves para nuestra formación, en especial a nuestro asesor de tesis, el Mgtr. Percy Orlando Mogollón Pacherre, quien nos ha brindado su tiempo y orientación a lo largo de este proceso, siendo más que un asesor, un amigo que nos ha apoyado incondicionalmente.

De la misma forma, agradecerle al Dr. César Haro Diaz, profesor académico de estadística, porque sin su apoyo no hubiera sido posible abarcar el aspecto estadístico y cuantitativo en este trabajo de investigación.



## **Resumen**

La investigación aborda el problema existente en las limitaciones de la recaudación fiscal en las personas naturales que desarrollan negocios digitales, ya sea de forma temporal o permanente, por ello, es imperativo analizar y el Decreto Legislativo N° 1524, el cual establece las bases del régimen tributario especial para actividades comerciales en el entorno digital, y evaluar su efectividad en la recaudación fiscal. La investigación se enfoca en identificar tanto las fortalezas como las posibles deficiencias en la legislación vigente con respecto a la tributación de negocios digitales.

Este estudio es de naturaleza documental y requiere el análisis exhaustivo del contenido, desde su nivel conceptual hasta el proceso de razonamiento y argumentación. Asimismo, la investigación contiene tres apartados y son: la primera parte, referida a los negocios digitales y la tributación; la segunda parte, aborda la obligación tributaria; y, la tercera parte desarrolla soluciones alternativas al problema.

Finalmente, el presente estudio concluye que, debido a la naturaleza virtual de los negocios digitales, resulta difícil determinar la ubicación exacta de estos negocios y la jurisdicción fiscal responsable de gravar los ingresos generados por ellos. Por lo tanto, se requiere un régimen tributario especial para las personas naturales que tienen negocios digitales, tales como: Incorporar los Negocios Digitales (ND) al Nuevo Régimen Único Simplificado NRUS, Colaboración con las diversas plataformas digitales o la creación de un Nuevo Régimen Digital (NRD).

## Tabla de contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 1 Los negocios digitales y la tributación.....</b>	<b>11</b>
1.1 Definiciones generales.....	11
1.1.1 Tipos de negocios digitales.....	11
1.2 Economía digital.....	12
1.2.1 Nociones fundamentales.....	12
1.2.2 Características de la economía digital.....	15
1.2.3 El entorno actual de los negocios y las operaciones económicas.....	15
1.2.4 El Establecimiento virtual como alternativa para gravar operaciones de economía digital.....	15
1.2.5 Potencial recaudatorio del IGV sobre la economía digital.....	16
1.2.6 La era digital y su influencia en el mercado.....	16
1.3 Implementando un nuevo paradigma fiscal.....	16
1.3.1 Contexto fiscal de la economía digital.....	17
1.3.2 Nuevas propuestas de tributación.....	17
1.3.3 Una mirada a la situación actual.....	18
1.4 Principales problemas de la tributación en la economía digital.....	18
1.5 Localización tributaria de los e-comercios.....	19
1.5.1 Consideraciones tributarias sobre el comercio electrónico.....	19
1.5.2 El comercio electrónico entre personas naturales.....	19
1.5.3 Delimitación territorial del contribuyente de personas naturales.....	20
1.6 Régimen económico según la constitución.....	20
1.6.1 Economía social de mercado.....	21
1.6.2 Libertad de comercio electrónico.....	22
1.6.3 Régimen económico según el Tribunal Constitucional.....	22
1.7 Principios tributarios.....	22
1.7.1 El principio de reserva de la ley.....	23
1.7.2 Principio de legalidad.....	23
1.7.3 Principio de igualdad tributaria.....	24
1.7.4 Principio de capacidad contributiva.....	25
1.7.5 Principio de generalidad.....	25
1.7.6 Principio de no confiscatoriedad.....	25

<b>Capítulo 2 La obligación tributaria de la persona natural.....</b>	<b>27</b>
2.1 El deber de contribuir .....	27
2.1.1 El derecho tributario constitucional .....	28
2.1.2 Los alcances de contribuir en el Perú.....	28
2.1.3 El deber de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos .....	29
2.2 Incumplimiento tributario por parte de las personas naturales con comercio electrónico.....	29
2.2.1 La informalidad de los e-commerce (C2C).....	30
2.2.2 Principales causas de la informalidad tributaria .....	31
2.2.3 Problemas generados por el incumplimiento tributario .....	33
2.3 Rol fiscalizador de la administración tributaria.....	36
2.3.1 Falta de capacidad de la administración tributaria.....	37
2.3.2 Razones o factores por las cuales la Administración Tributaria no es capaz de fiscalizar a los e-commerces .....	38
2.3.3 Medidas adoptadas para la regulación de los comercios electrónicos .....	38
<b>Capítulo 3 Una solución alternativa para la actual regulación.....</b>	<b>42</b>
3.1 Análisis del Decreto Legislativo N° 1524 .....	42
3.2 Alternativas de solución que puede adoptar la administración tributaria.....	42
3.2.1 Solución 1. Incorporar los negocios digitales al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).....	42
3.2.2 Solución 2. Colaboración con las diversas plataformas digitales .....	44
3.2.3 Solución 3. Nuevo Régimen Digital .....	46
3.3 Aspecto Temporal y espacial del tributo .....	49
3.3.1 Aspecto temporal .....	49
3.3.2 Aspecto espacial del tributo .....	50
3.4 Aspectos positivos y negativos de las posibles soluciones.....	51
3.4.1 Ventajas.....	51
3.4.2 Desventajas .....	53
3.5 La solución aplicable más idónea .....	55
<b>Conclusiones .....</b>	<b>56</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>58</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>62</b>
Apéndice A. Encuesta a personas naturales que realizan transacciones comerciales mediante plataforma digitales.....	63

## **Introducción**

Durante los últimos años, en el Perú y el resto del mundo, la digitalización de las operaciones comerciales ha ido en aumento, más aún, con la pandemia del COVID-19, las personas se vieron forzadas a buscar otra manera de generar ingresos. En consecuencia, incrementó considerablemente el número de personas que realizaban transacciones comerciales por medio de plataformas digitales y las redes sociales.

Asimismo, el desarrollo digital permite que cada vez haya mayores formas de realizar actividades comerciales sin requerir de un negocio físico o tradicional, permitiendo que un producto o servicio tenga mayor alcance incurriendo en menores costos para lograrlo.

Dicho crecimiento ha sido tan acelerado que no ha permitido que las Administraciones Tributarias puedan conocer, estudiar y regular correctamente a estos nuevos modelos de negocios, tornándose en un problema de gran magnitud para los distintos ordenamientos jurídicos de cada país. En consecuencia, el Estado pierde millones en recaudación, por la infinidad de negocios electrónicos que se genera a través de las redes sociales y plataformas digitales.

Actualmente, con el pasar del tiempo, las diversas Administraciones Tributarias de cada ordenamiento han intentado establecer diversos mecanismos y normativas que permitan controlar y reglamentar a estos nuevos modelos de negocio.

La Administración Tributaria por su parte, ha emitido el Decreto Legislativo N° 1524, con la finalidad de regular a estos negocios digitales y poder incluirlos en uno de los regímenes tributarios existentes en nuestro Ordenamiento Peruano.

No obstante, a pesar de la regulación emitida por la SUNAT, aún se evidencian ciertas lagunas jurídicas que les imposibilita actuar en el control y recaudación de los negocios digitales y comercios electrónicos; ello se debe, a la complejidad que representa regular y actuar en esa área. Bajo ese contexto, es sumamente difícil arribar una política fiscal eficiente que pueda imponer y recaudar impuestos sobre los negocios electrónicos de personas naturales.

De acuerdo a ello, resulta imprescindible buscar nuevas alternativas, que permitan no solamente un mayor control y regulación, lo que se traduce en una mayor recaudación de impuestos y reducir la evasión tributaria, sino también, buscar un mejor desarrollo de nuestra cultura tributaria, lo que permitirá dar un paso adelante como país, permitiendo que el estado y los ciudadanos trabajen juntos en la búsqueda de un mejor futuro.

## Capítulo 1

### Los negocios digitales y la tributación

#### 1.1 Definiciones generales

En la actualidad, el entorno digital es el lugar donde cada vez más seres humanos acuden en busca de ingresos y oportunidades de trabajo, esto adquirió mayor relevancia debido a las restricciones de movilidad y limitación del contacto social en el período de emergencia sanitaria que atravesó nuestra sociedad. (Hotmart 2022)

Dentro del mundo digital se puede encontrar diversas definiciones que debemos tener en consideración para el estudio de este trabajo de investigación:

**Negocio digital.** - Es aquella actividad comercial que hace uso fundamentalmente de la tecnología e internet para ofertar bienes y/o servicios a un determinado grupo de consumidores, con la finalidad de obtener ganancias utilizando varios canales y plataformas de Internet.

El comercio digital resulta más atractivo para los comerciantes porque ofrece: Opciones de trabajo remoto, más flexibilidad en cuanto a los horarios, mayor libertad, más creatividad para ofrecer sus productos y mejores oportunidades.

##### 1.1.1 Tipos de negocios digitales

Estos cambios han transformado la forma en que se realizan las operaciones comerciales, abriendo nuevas oportunidades y desafíos (Giulio y De Vito 2021). A continuación, las ciencias correspondientes han agrupado ciertos tipos propios a los negocios digitales tales como:

- a) **Marketplace:** Son aquellos sitios que intermedian las ventas entre dos partes que necesariamente tienen que estar presentes y en contacto para poder realizar las transacciones, cobrando una comisión al momento de concretar una venta. Tales como: Amazon, Uber, In Drive, Mercado Libre, entre otros.
- b) **Suscripción:** Consiste en vender un servicio y/o producto a aquellos consumidores que pagan de manera habitual y periódica (generalmente de forma mensual), para poder tener acceso al mismo. Algunos ejemplos ilustrativos de este tipo son: Netflix, Spotify, HBO Max, Directv Go, etc.
- c) **Infoproductos:** Se tratan de productos digitales que pueden comercializarse u ofrecerse inicialmente de manera gratuita para atraer a los usuarios. Como por ejemplo: libros electrónicos, aplicaciones, tutoriales, cursos, entre otros.
- d) **Comercio electrónico (e-commerce):** Se refiere a la compra y venta de bienes y servicios el mismo que se realiza de manera online, este tipo de negocio digital no sólo se realiza

mediante una página web, sino también a través de las redes sociales. (Juan de Assembler Institute 2022)

El comercio electrónico adopta muchas formas, debido a que existen diferentes maneras de comprar en internet. Algunos modelos de negocio comunes que conforman el mundo del comercio electrónico son:

- Business to Consumer (B2C): Las empresas venden a consumidores finales. El modelo más común con muchas variantes. Por ejemplo: Falabella.com, Bata.com, Ripley.pe, Adidas.pe, etc.
- Business to Business (B2B): Las empresas venden a otras empresas. A menudo, el comprador vuelve a ofrecer dichos productos a otros consumidores. Tal como: una agencia de diseño gráfico que crea logos para empresas.
- Consumer to Business (C2B): Los clientes venden a empresas. Las empresas de C2B permiten a los clientes vender a otras empresas. Un ejemplo de ello es cuando los influencers cobran a las empresas por recomendar un producto o servicio en sus stories de Instagram u otras redes sociales.
- Consumer to consumer (C2C): Los consumidores venden a otros consumidores. Se hace uso de sitios web y plataformas digitales que permiten conectar a ambas partes. Como por ejemplo: Facebook Marketplace, OLX, entre otros. (Organization for Economic Co-operation and Development 2019)

Conforme a los comercios electrónicos que hemos desarrollado anteriormente en este apartado, es menester resaltar que el desarrollo del trabajo de investigación tiene por objeto el modelo de negocio “e-commerce (C2C)”.

## **1.2 Economía digital**

### **1.2.1 Nociones fundamentales**

La economía digital ha revolucionado la forma de hacer negocios, esto gracias al protagonismo que ha ido adquiriendo la tecnología y las redes sociales. En la actualidad, el uso de medios digitales es imprescindible para los agentes económicos, que abarcan desde infraestructura y aplicaciones hasta comercio electrónico e intermediación. Como resultado, la administración tributaria se encuentra bajo presión para rediseñar los procesos del sistema tributario y simplificar algunas formalidades para micro y pequeñas empresas, incluyendo aquellos emprendedores que operan por medios electrónicos. Estos cambios son necesarios para adaptarse a un escenario que exige la incorporación de los medios digitales en el ámbito empresarial. (Mena y et al. 2022, pp. 66-67)

Los cambios significativos en los procesos comerciales han revolucionado el sistema económico y la forma en que se hacen negocios. De hecho, se puede decir que la economía digital ha sustituido por completo el modelo de economía tradicional gracias a los avances tecnológicos, y ha llegado incluso a territorios que antes parecían inalcanzables, todo ello se debe como resultado directo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Las nuevas tecnologías que se desarrollan en el ámbito del internet y las redes sociales han eliminado por completo las barreras de entrada y salida de los negocios digitales, permitiendo estrechar los vínculos con los clientes y usuarios. En este contexto, es crucial que las administraciones tributarias aborden la economía digital y desarrollen nuevos sistemas que permitan la recaudación e interacción digital entre los agentes económicos y el tributo, y la reducción de plazos de los procesos, entre otros cambios necesarios para adaptarse a esta nueva era de los negocios. (Mena y et al. 2022, p. 67). Asimismo, es necesario ampliar la esfera de acción de la administración tributaria, que logre alcanzar a los comercios electrónicos realizados entre personas naturales por medio de las redes sociales (en adelante C2C), debido a los vacíos legales que hoy existen.

En ese sentido, es necesario destacar que estos vacíos legales en la regulación tributaria de las personas naturales con negocios digitales pueden ser utilizados para evadir la obligación tributaria, lo que puede resultar en una pérdida significativa de ingresos fiscales para el Estado. Por lo tanto, es imperativo que se establezcan normas claras y precisas para garantizar la tributación efectiva de estas personas y evitar cualquier evasión tributaria.

Los comercios electrónicos que realizan las personas naturales suelen ser informales y no cuentan con un domicilio fiscal, por lo que a la administración tributaria se le obstaculiza cobrar impuestos. Estos negocios se llevan a cabo a través de las redes sociales, lo que incluye ventas y compras en el extranjero, siendo esto lo que impide más la recaudación de impuestos y provoca una pérdida significativa en la recaudación tributaria. El Estado peruano ha tomado en cuenta las recomendaciones del documento "Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy" para abordar los retos fiscales que presenta la economía digital. Para ello, es necesario rediseñar, simplificar y virtualizar los procesos tributarios, especialmente aquellos en los que la normativa actual no llega, como es el caso de los comercios electrónicos C2C. (Mena y et al. 2022, pp. 67-68). En otros términos, una persona natural puede crear una tienda en línea para vender productos como ropa, electrónicos, artículos de decoración, entre otros. También puede crear y vender cursos en línea sobre temas de interés para su audiencia. Además, puede ofrecer servicios como diseño gráfico, programación, traducción, redacción de contenidos y otros servicios a través de plataformas digitales como Upwork o Freelancer. Por último, puede

utilizar redes sociales y blogs para promocionar productos y servicios de terceros a cambio de una comisión o pago por publicidad.

Es importante destacar que la falta de regulación tributaria adecuada para los comercios electrónicos (C2C) no solo causa una pérdida en la recaudación fiscal, sino que también crea una desventaja competitiva para aquellos negocios que sí están cumpliendo con sus obligaciones fiscales. Por lo tanto, es crucial que se establezcan normas claras y precisas que permitan la tributación efectiva de estos comercios digitales y eviten cualquier evasión tributaria. En otros términos, la administración tributaria peruana necesita adaptarse a los cambios que ha generado la economía digital y abordar los vacíos legales que existen en la regulación de los comercios electrónicos entre personas naturales. Esto requerirá una simplificación y virtualización de los procesos tributarios y la creación de normas claras y precisas que permitan una tributación efectiva y equitativa.

La economía digital ha dado lugar a nuevos modelos de negocios como la publicidad en línea, tiendas de aplicaciones, servicios de pago en línea y comercio electrónico, los cuales representan un desafío para la administración tributaria en su tarea de recaudar impuestos. La pandemia de Covid-19 ha intensificado aún más la proliferación de negocios digitales, ya que muchos se han visto obligados a buscar medios de subsistencia en línea, debido a la pérdida de empleos y la emergencia sanitaria. Sin embargo, estos negocios digitales no han sido gravados tributariamente debido a que las personas naturales que los operan no tienen un domicilio tributario y, por lo tanto, no están sujetos a una jurisdicción tributaria específica que permita al fisco cobrar impuestos. La falta de regulación en esta área ha sido motivo de preocupación para algunos funcionarios de la administración tributaria, quienes han señalado que los vacíos legales existentes generan un gran agujero fiscal en los negocios digitales que se han multiplicado durante la pandemia. (Mena y et al. 2022, pp. 68-69)

La política fiscal en la economía digital necesita realizar cambios que permitan encontrar la forma más eficaz para que los negocios realizados en las redes sociales puedan cumplir con sus obligaciones tributarias (Fierro 2020, p. 93). Incluso en mayor medida, las plataformas digitales y las redes sociales están eliminando las barreras temporales de los mercados, lo que obliga a los países a reconsiderar sus estrategias fiscales relacionadas con la residencia y el territorio. En resumen, los negocios digitales presentan un gran desafío para las autoridades tributarias, por lo que deben desarrollar políticas fiscales más amplias que permitan su inclusión en el sistema tributario. (Merino 2020, pp. 38-39)

Es innegable el crecimiento de los negocios digitales, protagonizados por las personas naturales las cuales tienen el reto de digitalizar la información de sus negocios y adecuarse al

sistema tributario (Galíndez y Medrano 2021, p. 7) es decir, ellos enfrentan el desafío de incorporar la digitalización en la gestión de su información comercial y ajustarse al marco tributario. (Royo 2021, pp. 17-18)

### **1.2.2 Características de la economía digital**

Son varios los elementos que caracterizan a la economía digital entre ellos: poco personal en el negocio, intangibilidad de los activos, negocios multilaterales, sinergia del usuario y recursos tecnológicos. Sin embargo, para Mena y et. al. (2022, pp. 70-71) la economía digital contiene seis características elementales tales como: (i) utilidad de los datos, que se acopia de los clientes y proveedores con el propósito de optimizar las necesidades; (ii) efectos de la red, reducción de costos que impacta positivamente en los precios de bienes y servicios, mayor interacción de los clientes vía plataformas digitales o redes sociales; (iii) plataformas multilaterales, apertura la interacción, intercambio de información; (iv) flexibilidad, que cambia el tradicional modelo de negocio, gracias a la tecnología, donde se interconecta digitalmente con otros países; (v) tendencia al oligopolio, por algunas compañía que dominan el mercado tecnológico; (vi) volatilidad, esto es que, cambian con facilidad debido a la innovación, que se transforma según las necesidades de los consumidores; y, (vii) movilidad, se debe al incremento del valor de los activos intangibles.

### **1.2.3 El entorno actual de los negocios y las operaciones económicas**

La economía digital es considerada la materialización de la llamada "nueva economía", resultado de los cambios radicales que el comercio electrónico introdujo. Es común que los negocios surjan a partir de las redes sociales, convirtiéndose en una nueva forma de comercialización. En este contexto, surgió el término de economía colaborativa, que se basa en el intercambio de bienes y servicios a través de plataformas tecnológicas. Según algunos autores, este modelo no necesariamente tiene el objetivo de lucrar (Fierro 2020, pp. 94-95) sin embargo, toda plataforma es el vehículo idóneo para los negocios en internet.

### **1.2.4 El Establecimiento virtual como alternativa para gravar operaciones de economía digital**

Para Fierro (2020, p. 99)) Se pueden considerar algunos criterios para la recaudación de impuestos en la economía digital, entre ellos: (i) que la empresa se dedique principalmente a bienes y/o servicios digitales, (ii) que los contratos se celebren virtualmente, (iii) el uso de pagos electrónicos, (iv) la creación, entrega y presentación de bienes y servicios a través de herramientas informáticas, (v) el desconocimiento del domicilio legal o ubicación física del vendedor por parte del cliente, y (vi) el uso de dispositivos móviles y otras herramientas

informáticas para la transacción comercial. Sin embargo, la falta de una obligación tributaria internacional obstaculiza la recaudación de impuestos.

### **1.2.5 *Potencial recaudatorio del IGV sobre la economía digital***

En el Perú, no existe un sistema completo que permita gravar los impuestos en la economía digital. A diferencia de otros países como Colombia, Argentina y Uruguay, que comenzaron a establecer regulaciones tributarias en la economía digital a partir de 2018. Posteriormente, países como Ecuador, México, Costa Rica y Chile siguieron el ejemplo en 2020. En esa misma línea, Paraguay se unió a la tendencia en 2021, adoptando políticas fiscales que facilitaron la recaudación de impuestos (Mena y et al. 2022, p. 68). La falta de regulación en estas áreas implica una pérdida económica importante para el país debido a la gran cantidad de negocios que se realizan en ellas. La administración tributaria debe ampliar su base imponible, pero se encuentra con barreras como el domicilio fiscal para personas naturales que operan en la economía digital (Mena y et al. 2022, pp. 75-76) escenario que, le imposibilita ejercer cualquier acción que les permita recaudar tributos.

### **1.2.6 *La era digital y su influencia en el mercado***

La economía digital ha tenido un impacto significativo en el mercado económico y ha llevado a una masificación de los negocios digitales. Hoy en día, es común comprar y vender a través de plataformas digitales como Mercado Libre y el Marketplace de Facebook. Esta tendencia ha llevado a que muchos agentes económicos activos no tengan un domicilio fiscal, lo que es atractivo para evitar pagar impuestos en el comercio electrónico. Además, la economía digital mueve grandes cantidades de dinero y mantiene activa a una gran cantidad de trabajadores informales en muchos países. (Rodríguez 2019, p. 5) motivo por el cual, se produce la masificación del e-comercio, debido a los múltiples beneficios que representa.

## **1.3 *Implementando un nuevo paradigma fiscal***

El desarrollo de la economía digital ha impulsado el tránsito del mercado tradicional al comercio electrónico, una actividad que ha adquirido mayor protagonismo en los negocios. Sin embargo, la legislación tributaria no se ha adaptado adecuadamente a esta nueva realidad, lo cual ha traído consigo la informalidad, es por ello que cada país pierde millones en recaudación de impuestos (Allevato y Vico 2021, p. 25). En consecuencia, es necesario contar con una política fiscal tributaria actualizada que permita la intervención y recaudación de impuestos en los negocios digitales para abordar la expansión de este nuevo modelo económico. (Álamo 2020, p. 114)

### **1.3.1 Contexto fiscal de la economía digital**

Las autoridades tributarias tienen la responsabilidad de implementar las reformas necesarias para abordar las nuevas formas de comercio electrónico. Esto implica adaptar el sistema tributario a los negocios digitales y crear impuestos específicos para los nuevos modelos de negocio. Es fundamental que la reforma fiscal se base en los principios de suficiencia y neutralidad. Además, es necesario alcanzar un consenso sobre la jurisdicción fiscal, que permita la ejecución de operaciones comerciales internacionales y evite la elusión y el fraude fiscal. Los vacíos legales actuales en la legislación tributaria facilitan la evasión de impuestos en miles de operaciones de comercio electrónico (Álamo 2020, pp. 115-116). En especial aquellas que ejecutan las personas naturales, a través de las plataformas de negocios virtuales o en las redes sociales.

### **1.3.2 Nuevas propuestas de tributación**

El concepto de domicilio fiscal es uno de los principales problemas en la tributación, ya que está vinculado a un lugar físico, lo que hace difícil su aplicación a los negocios digitales. La economía digital ha provocado que personas jurídicas y naturales se deslocalicen de sus negocios electrónicos, debido a que los establecimientos virtuales no requieren de un lugar físico. Por esta razón, muchas autoridades tributarias han comenzado a tomar medidas para adaptarse a la realidad de los establecimientos virtuales y la economía digital, pero estas medidas tienen limitaciones en su alcance y no son suficientes para abordar la complejidad del problema de la recaudación. Es necesario actualizar el concepto de establecimiento virtual para permitir la recaudación de impuestos y hacer frente a los desafíos de la tributación en la economía digital. (Álamo 2020, p. 117-118)

La transición del establecimiento permanente al establecimiento virtual representa un gran desafío para la administración tributaria, ya que implica una complejidad única en la economía digital. La adaptación y actualización del modelo tradicional de impuestos sobre el e-comercio se hace difícil debido a la existencia de plataformas colaborativas como Mercado Libre, OLX, Anuncios, Mil Anuncios, Marketplace, entre otras, que permiten a personas naturales llevar a cabo múltiples transacciones comerciales sin tributar, creando un espacio perfecto para los negocios digitales libres de impuestos. Esta situación ha generado serias dificultades para las autoridades tributarias, que aún no han logrado resolver cómo abordarla. (Álamo 2020, p. 121-122)

Sin embargo, de acuerdo con lo señalado por Galíndez y Medrano (Galíndez y Medrano 2021, pp. 9-10), la tributación en el ámbito de la economía digital implica la necesidad de: (i) redistribuir los ingresos fiscales a favor de la jurisdicción del usuario; (ii) establecer un vínculo

que no dependa necesariamente de la presencia física en la jurisdicción del usuario; y (iii) garantizar la simplificación y seguridad jurídica en el proceso de recaudación de impuestos.

### **1.3.3 *Una mirada a la situación actual***

Aunque la economía digital ha generado oportunidades sin límites para hacer negocios, también ha traído consigo problemas de recaudación para las administraciones tributarias. La gran cantidad de transacciones digitales realizadas a través de plataformas digitales y redes sociales ha revolucionado el concepto tradicional de compraventa y ha llevado al surgimiento del comercio electrónico. La principal dificultad que enfrentan los negocios digitales es la falta de un sistema de política fiscal que aborde adecuadamente las operaciones diarias, muchas de las cuales son llevadas a cabo por personas naturales que buscan generar ingresos a través de las redes sociales. Por lo tanto, los negocios digitales han impulsado la búsqueda de estrategias fiscales que permitan la recaudación de todas las operaciones comerciales realizadas en computadoras, dispositivos móviles, plataformas colaborativas y redes sociales, entre otros medios, con el fin de facilitar la recaudación. (Royo 2021, pp. 19-20)

### **1.4 Principales problemas de la tributación en la economía digital**

Los desafíos fiscales que plantea la economía digital incluyen diversos aspectos como: (i) la reducción de la base imponible y los beneficios del negocio digital, (ii) la aplicabilidad de los principios tradicionales del derecho tributario, (iii) la implementación de impuestos directos e indirectos en el ámbito digital para beneficio de las personas naturales, y (iv) las lagunas legales en los sistemas tributarios que dificultan la labor de recaudación. Esta situación se agrava en las jurisdicciones fiscales internacionales, particularmente cuando los usuarios realizan transacciones comerciales fuera de su territorio (Pazmiño 2020, p. 107). La expansión vertiginosa de la economía digital ha generado una serie de dificultades en el sistema de recaudación tributaria, tales como la regulación, recaudación y fiscalización de estos nuevos modelos de negocio.

El impuesto requiere directrices precisas para establecer la jurisdicción tributaria competente, a fin de evitar la doble tributación y simplificar el proceso. En el contexto del comercio electrónico, las transacciones se realizan en varias jurisdicciones sin la presencia física del vendedor, lo que presenta nuevos desafíos para determinar qué entidad impositiva tiene la autoridad para recaudar impuestos, en virtud de los principios tributarios convencionales. Para abordar estos desafíos, se debe considerar el nexo entre el sujeto pasivo y la jurisdicción tributaria donde debe pagar el impuesto. Dado que los negocios digitales se caracterizan por la multiplicidad de sus operaciones y no requieren la presencia física de los agentes económicos, la determinación de la jurisdicción tributaria se vuelve aún más

complicada cuando las transacciones superan las fronteras nacionales. (Pazmiño 2020, pp. 108-109)

Pazmiño (2020, p. 110) sugiere una solución para enfrentar los desafíos fiscales que plantea la economía digital. En primer lugar, propone establecer reglas que determinen el nexo, la jurisdicción tributaria y el valor del impuesto correspondiente. En segundo lugar, se enfoca en implementar medidas que eviten la erosión de bases imponibles y la transferencia de beneficios. En consecuencia, el objetivo es que los negocios digitales estén sujetos a impuestos, especialmente aquellos realizados en plataformas digitales por personas naturales. La presencia de los negocios digitales demanda una adaptación del derecho tributario para que pueda recaudar impuestos a través de estos medios.

## **1.5 Localización tributaria de los e-comercios**

### **1.5.1 Consideraciones tributarias sobre el comercio electrónico**

Una opción para atribuir el impuesto al comercio electrónico realizado por una persona natural, puede ser su domicilio. Por tanto, es importante que el sistema tributario establezca políticas fiscales atractivas para motivar a las personas naturales a comunicar su domicilio fiscal y así incorporarse a la formalidad. Sin embargo, la dificultad de identificar a los participantes de la transacción comercial dificulta la determinación del valor del tributo y su correspondiente registro. Además, esta dificultad se agrava debido a la gran variedad de comercio electrónico que las personas naturales de diferentes partes del mundo realizan diariamente a través de las redes sociales. (Bilbao 2019, p. 98)

Las plataformas digitales son la herramienta ideal para publicar productos o servicios y llevar a cabo transacciones digitales entre personas naturales, incluso entre personas que residen en diferentes países. Esta situación plantea un desafío para las autoridades tributarias, ya que la naturaleza de las operaciones comerciales en línea dificulta la verificación de su existencia y frecuencia, especialmente cuando se realizan a través de las redes sociales. En España, se está promoviendo una política fiscal digital que aborde los negocios electrónicos, mediante la identificación de las partes involucradas, la transacción comercial, la jurisdicción fiscal competente y el monto del impuesto correspondiente. Además, se busca distinguir entre residentes y no residentes para determinar el domicilio fiscal y la recaudación, y se considera la dirección del Protocolo de Internet (IP) donde se llevó a cabo el comercio electrónico. (Bilbao 2019, pp. 98-99)

### **1.5.2 El comercio electrónico entre personas naturales**

La tecnología y las TIC han permitido una expansión sin precedentes de los negocios digitales, especialmente aquellos que se realizan entre personas naturales en lo que se conoce

como "economía colaborativa". Esta dinámica comercial impulsa la interacción entre personas que ofrecen y demandan una amplia gama de productos y servicios, que se promocionan en plataformas digitales o redes sociales. Estas transacciones se realizan entre consumidores finales, lo que se conoce como modelo "Consumer-to-Consumer" (C2C). La administración tributaria enfrenta un gran desafío para abordar esta forma de comercio y lograr una mayor recaudación fiscal, ya que no tiene barreras territoriales ni de idioma y es difícil de verificar debido a la naturaleza digital del comercio. (Bilbao 2019, p. 99-100)

### **1.5.3 Delimitación territorial del contribuyente de personas naturales**

Es fundamental establecer el domicilio fiscal de aquellos contribuyentes que realizan e-commerce con frecuencia, ya que resulta más sencillo para la administración tributaria abordar el tema en el caso de aquellos que residen en el país. Sin embargo, la situación se complica cuando se trata de personas que viven fuera del territorio nacional. En este sentido, resulta necesario contar con políticas fiscales internacionales que faciliten el trabajo de la administración fiscal local y eviten la doble tributación. Es importante destacar que los instrumentos jurídicos internacionales están diseñados para mejorar la recaudación fiscal de cada país, pero, si en el modelo tradicional (físico) ya existen altos niveles de evasión tributaria, esto será aún más complejo en el ámbito de los comercios electrónicos (C2C), ya que existe una gran cantidad de individuos que realizan operaciones de forma frecuente y otros de manera casual. La diversidad y la frecuencia con que se realizan estos negocios electrónicos por parte de las personas naturales ha alcanzado niveles sorprendentes. (Bilbao 2019, p. 100).

### **1.6 Régimen económico según la constitución**

Como se mencionó previamente, los cambios a nivel internacional como la globalización y las nuevas tecnologías han permitido la evolución de los negocios tradicionales. Sin embargo, la regulación de esta transformación encuentra su base en el artículo 58 de la Constitución Política del Perú de 1993.

Este artículo establece un modelo de economía social de mercado, en el que se destaca la actividad económica privada como la principal fuente de progreso social y económico del país. Por tanto, se reconoce el papel fundamental de la actividad económica privada en la creación de riqueza y el Estado cumple un rol subsidiario. Para apoyar esta actividad, el Estado otorga beneficios tributarios para fomentar la inversión privada formal. (Obando 2021). En ese sentido, es imperativo plantear los beneficios que conlleva formalizar a las personas naturales, que ejercen negocios como el e-comercio.

### **1.6.1 Economía social de mercado**

La economía social de mercado se fundamenta en los principios del liberalismo económico, donde el individualismo es un pilar fundamental que propone la libertad de los individuos y considera la competencia económica como un medio adecuado para su desarrollo. De acuerdo con Kresalja y Ochoa (2019, pp. 58-59), las características de esta economía son las siguientes: (i) el mercado y la competencia deben ser vistos como elementos que aseguran la libertad de los consumidores, empleadores y trabajadores; (ii) se lucha contra el monopolio y la concentración del poder económico; (iii) el mercado y la competencia funcionan de manera óptima cuando el Estado establece normas claras en el sistema monetario y el ordenamiento jurídico; (iv) se necesita un Estado fuerte e independiente de los grupos de poder económico; y (v) se refuerza por dos principios: solidaridad y subsidiaridad.

El Artículo 59 de la Constitución establece que el Estado tiene la obligación de fomentar la creación de riqueza y garantizar la libertad de trabajo y empresa. En ese sentido, la promoción de pequeñas empresas en todas sus formas es fundamental para el desarrollo del país y requiere del apoyo estatal. Esto incluye a los comercios electrónicos (C2C), quienes también necesitan ciertos incentivos para formalizar sus actividades y cumplir con sus obligaciones tributarias.

**1.6.1.1 Principio de subsidiariedad y la intervención del estado en la economía.** En la Constitución de 1993 se establece que el sistema económico se basa en la libertad de iniciativa y la libertad de empresa, en el contexto de una economía social de mercado. Esto está estrechamente relacionado con la libertad de trabajo, el derecho de propiedad y la libertad de contratación, que tanto los ciudadanos como los poderes públicos deben respetar y garantizar para que sean efectivos. El artículo 60 de la Constitución reconoce la igualdad jurídica en el ámbito económico y sostiene que "el Estado reconoce el pluralismo económico y que la economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y empresa". (Kresalja y Ochoa 2019, pp. 91-92)

El principio de subsidiariedad indica que los ciudadanos deben emprender todas las actividades económicas por sí mismos, siempre y cuando cumplan con los límites establecidos por la ley. La Constitución señala en su segundo párrafo del artículo 60 que el Estado sólo puede realizar actividades empresariales, directa o indirectamente, con autorización expresa de la ley, si es necesario para proteger un interés público importante o si es de gran conveniencia nacional. En consecuencia, la Constitución exige que la iniciativa pública se base en la satisfacción de un interés general "cierto y predominante" o en la utilidad nacional. (Kresalja y Ochoa 2019, pp. 92-93)

**1.6.1.2 Principio de solidaridad.** El Tribunal Constitucional ha establecido que, aunque el principio de solidaridad no está explícitamente reconocido en la Constitución, se encuentra implícito en el artículo 43 sobre el régimen jurídico de la sociedad, tal como se indica en la sentencia 004-2004-AI/TC. En consecuencia, la sociedad tiene la responsabilidad de involucrarse en los asuntos públicos y una de las formas en que esto se manifiesta es mediante la recaudación de impuestos para que el gobierno pueda proporcionar los servicios y obras necesarias para la sociedad. La evasión fiscal, la elusión y la informalidad son prácticas que atentan contra el principio de solidaridad. (Ruiz de Castilla 2017, p. 128)

### **1.6.2 Libertad de comercio electrónico**

El comercio electrónico se caracteriza por su facilidad de realizarse sin acuerdos previos entre las partes, esto genera nuevas oportunidades de negocio, ahorro de costos y mayor rapidez en el proceso de consumo, que es lo que beneficia a los consumidores. Sin embargo, esto también puede generar problemas legales como la validez y efectividad de las transacciones electrónicas, la responsabilidad y el perfeccionamiento del contrato, la determinación de la ley aplicable y la jurisdicción competente. Los consumidores realizan transacciones aceptando ofertas digitales, lo que plantea problemas legales. En la actualidad, la legislación no regula específicamente el comercio electrónico, y en caso de conflicto, INDECOPI puede imponer sanciones y medidas correctivas a los proveedores en virtud del decreto legislativo sobre protección al consumidor (Kresalja y Ochoa 2019, pp. 75-76). El problema surge cuando se trata de negocios que se realizan entre personas naturales por medio de las redes sociales; puesto que, es riesgoso debido a las estafas de los negocios por internet.

### **1.6.3 Régimen económico según el Tribunal Constitucional**

El Tribunal Constitucional, en su Resolución N° 01963-2005-PA/TC, establece que tanto el Estado como los particulares tienen deberes específicos en la economía social de mercado. Los particulares tienen la libertad de ejercer actividades económicas de su elección, pero deben hacerlo con responsabilidad social y cumpliendo las regulaciones del Estado. El Estado, por su parte, tiene el deber de actuar como un ente vigilante, garantista y corrector frente a las deficiencias y fallas del mercado. Según la Resolución N° 07339-2006-PA/TC del mismo tribunal, la función reguladora del Estado está prevista en el artículo 58° de la Constitución y se ejerce en una economía social de mercado que reconoce la libertad de iniciativa privada. (F.J. 12).

## **1.7 Principios tributarios**

Según Kresalja y Ochoa (2019, p.131) los principios y disposiciones tributarias constitucionales establecen las diversas facultades y funciones relacionadas con los recursos

públicos, en particular los tributarios, así como las que se refieren al gasto y a la deuda pública, y que organizan y restringen estas áreas específicas. Los mismos tienen como objetivo impedir que el Estado abuse de los impuestos en detrimento de la sociedad en su conjunto. Se considera que estos principios son normas que deben ser cumplidas y no simples recomendaciones para los legisladores. En consecuencia, las disposiciones tributarias que no respeten estos principios no son legítimas (según el artículo 74 de la Constitución), y en caso de que esto ocurra, la parte afectada puede recurrir a acciones de inconstitucionalidad o hacer uso de la "garantía constitucional" descrita en el artículo 200 de la Constitución. (Ruiz de Castilla 2017, pp.129-130)

### **1.7.1 *El principio de reserva de la ley***

El principio de legalidad tributaria se encuentra establecido en la primera parte del artículo 74 de la Constitución, que establece que la creación, modificación o derogación de tributos, así como la concesión de exenciones, sólo puede ser realizada a través de una ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, con excepción de los aranceles y tasas que pueden ser regulados mediante decreto supremo. Además, el segundo párrafo del mismo artículo precisa que el Estado debe respetar el principio de "reserva de la ley" al ejercer su potestad tributaria, lo que significa que sólo mediante ley se pueden determinar aspectos como la base del tributo, el monto del mismo, el momento en que se genera la obligación tributaria, las exenciones y beneficios, las infracciones y sanciones, así como los sujetos obligados a pagar el tributo. (Kresalja y Ochoa 2019, p. 132)

Es importante destacar que, el principio de reserva de ley es uno de los pilares fundamentales del sistema tributario, lo que significa que la potestad de crear, modificar o suprimir tributos sólo puede ser ejercida por el poder legislativo, a través de leyes debidamente promulgadas. En este sentido, la existencia de vacíos legales en cuanto a la obligación de tributar por parte de las personas naturales con negocios digitales, podría representar una limitación para la efectiva recaudación de impuestos y, en consecuencia, afectar el desarrollo económico del país. Además, es importante destacar que la Constitución Política del Perú establece que todas las personas tienen el deber de contribuir al financiamiento de las obligaciones del Estado, en la medida de su capacidad económica. Por lo tanto, resulta necesario que se establezcan las medidas necesarias para garantizar que todos los comercios electrónicos (C2C) también cumplan con su obligación tributaria.

### **1.7.2 *Principio de legalidad***

De acuerdo con el Tribunal Constitucional, en sus Resoluciones N° 0001-2004-AI/TC y 0002-2004-AI/TC, se argumenta que el principio de legalidad tributaria se basa en el aforismo

nullum tributum sine lege, que significa que no se puede exigir el pago de un tributo si no está regulado por una ley o una norma similar en materia tributaria. (F.J. 39)

Es importante destacar que el principio de legalidad es uno de los pilares fundamentales del sistema tributario peruano y se encuentra reconocido en la Constitución Política del Perú. Este principio establece que la creación y modificación de las normas tributarias debe ser realizada a través de procedimientos previamente establecidos por la ley y con pleno respeto a los derechos fundamentales de los contribuyentes. En este sentido, resulta necesario que la regulación de las personas naturales con negocio sea llevada a cabo a través de un marco legal claro y preciso, que permita a los contribuyentes conocer con anticipación cuáles son sus obligaciones tributarias y las consecuencias de su incumplimiento. Por tanto, bajo el principio de legalidad, resulta necesario que la regulación de los comercios electrónicos (C2C) sea llevada a cabo a través de normas tributarias claras y precisas, que respeten los derechos fundamentales de los contribuyentes y que hayan sido creadas y modificadas de acuerdo con los procedimientos previamente establecidos por la ley. De esta manera, se asegura una regulación tributaria justa y equitativa, que permita la recaudación fiscal necesaria para el desarrollo del país.

### **1.7.3 Principio de igualdad tributaria**

El principio de igualdad tributaria es uno de los pilares fundamentales del sistema tributario peruano y se encuentra consagrado en el artículo 74, inciso 2 de la Constitución de 1993 del Perú, el cual establece que el Estado debe respetar el principio de igualdad al ejercer su potestad tributaria. El principio de igualdad tributaria es una extensión de la cláusula de igualdad ante la ley del artículo 2, inciso 2 de la constitución. Este principio tiene varias aplicaciones: (i) la generalidad tributaria, que implica que todos los ciudadanos deben contribuir al bienestar de la sociedad; (ii) la idea de que no toda diferencia de trato es discriminatoria, sino que debe estar justificada; de hecho, la igualdad tributaria permite el tratamiento diferenciado de distintas categorías de contribuyentes; (iii) el principio de uniformidad, que establece que todos los contribuyentes de una misma categoría deben soportar el mismo gravamen; (iv) el principio de capacidad contributiva, que sugiere que la tributación debe ser más alta para aquellos que tienen mayor capacidad contributiva; y (v) la progresividad tributaria, que busca una redistribución más equitativa de la riqueza. (Kresalja y Ochoa 2019, pp. 133-134)

Este principio establece que todos los contribuyentes deben ser tratados de manera igualitaria por la ley, sin discriminación alguna; esto implica que los sujetos deben contribuir en función de su capacidad económica, lo que se traduce en una gradación de la carga tributaria. La igualdad horizontal y vertical son las dos formas de aplicar este principio. En el primer caso,

se establece que los sujetos que tienen un nivel de bienestar económico similar deben soportar la misma carga tributaria. Por otro lado, la igualdad vertical implica que los sujetos con mayor riqueza económica deben soportar una carga fiscal mayor que aquellos con menor capacidad económica (Ruiz de Castilla 2017, pp. 138-139). En este sentido, es importante considerar que las personas naturales con negocios digitales obtienen ingresos y, por tanto, deben estar sujetas a las mismas obligaciones tributarias que cualquier otro contribuyente. De lo contrario, se estaría generando una situación de desigualdad tributaria que afectaría a la recaudación fiscal y podría generar una distorsión en el mercado. Para ello, es necesario que se establezcan las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de estas obligaciones, a fin de asegurar la recaudación fiscal y evitar cualquier tipo de discriminación tributaria.

#### **1.7.4 Principio de capacidad contributiva**

El principio de capacidad fiscal no está expresamente definido en el artículo 74 de la Constitución peruana, pero es considerado un principio fundamental dentro del derecho tributario del país. Este principio está estrechamente relacionado con el principio de igualdad, aunque no se encuentre definido explícitamente. La Constitución reconoce la importancia de ambos principios para establecer parámetros de racionalidad en la estructura tributaria. Es importante tener en cuenta que cualquier sistema tributario siempre se vincula a la riqueza económica, ya que el sector privado transfiere una parte de sus recursos al Estado a través de los impuestos. (Ruiz de Castilla 2017, p. 137)

#### **1.7.5 Principio de generalidad**

El principio de universalidad no es mencionado explícitamente en el artículo 74 de la Constitución, pero según el Tribunal Constitucional, es un principio que forma parte de la ley tributaria peruana. Esta postura es correcta ya que el principio de universalidad tiene una estrecha relación con el principio de igualdad reconocido en el artículo 74 de la Constitución, debido a que ambos principios buscan estructuras tributarias que establezcan parámetros económicos razonables. En cuanto a los principios generales, se parte del hecho de que las disposiciones legales establezcan las obligaciones tributarias. (Ruiz de Castilla 2017, pp. 139-140)

#### **1.7.6 Principio de no confiscatoriedad**

El principio de no confiscación se encuentra claramente establecido en la última parte del artículo 74 de la Constitución, donde se indica que ningún impuesto puede tener un efecto confiscatorio. Este principio tiene como finalidad la protección de los derechos de propiedad privada, asegurando que el monto del impuesto a pagar guarde una relación razonable con el patrimonio total del contribuyente. De lo contrario, el impuesto podría ser tan alto que el deudor

se vea obligado a vender forzosamente sus bienes, lo cual es contrario al derecho de propiedad privada. La tributación excesiva podría llevar a la pérdida forzada de los bienes de las personas, generando consecuencias negativas en su desarrollo económico, social y cultural. Por tanto, el principio de no confiscación también busca proteger el potencial de desarrollo de las actividades privadas, de manera que una vez pagado el impuesto, el deudor pueda continuar con sus actividades sin limitaciones indebidas. (Ruiz de Castilla 2017, pp. 140-141)



## Capítulo 2

### La obligación tributaria de la persona natural

#### 2.1 El deber de contribuir

Las personas tenemos derechos y eso es indiscutible. ¿Pero acaso no tenemos también deberes que cumplir frente al Estado y frente a las demás personas de la sociedad? En efecto, la existencia y obligatoriedad de seguir los deberes constitucionales implica el deber de cumplir las leyes. Por ello, el deber constitucional de contribuir, es sumamente relevante no solo para el Estado, sino para beneficio de todos. (Monge 2021, p. 47).

El Tribunal Constitucional aclaró que la Constitución no establece explícitamente la obligación de contribuir, sino que esta obligación es una aplicación del principio de solidaridad en el ámbito tributario. Esta obligación incluye dos aspectos beneficiosos: la obligación de pagar impuestos y la obligación de colaborar con el Estado en la lucha contra la evasión fiscal. La obligación de pagar impuestos es un requisito constitucional que impone a las personas naturales, sociedades, instituciones y demás entidades sociales la responsabilidad de pagar impuestos para financiar las actividades del Estado. (Ruiz de Castilla 2017, pp. 128-129)

Es por ello que se puede manifestar que el fenómeno tributario será el instrumento central para que, en el plano del financiamiento público, se cumpla con el fin de redistribuir la riqueza entre los ciudadanos para así lograr la libertad e igualdad. Así pues, el fundamento constitucional del deber de contribuir se encontrará en la propia formulación del Estado social, es decir, en la necesidad del ente estatal de obtener ingresos públicos para su propio mantenimiento con miras a conseguir el bienestar igualitario. (Lay 2015, pp. 286-287)

Según Irribarra (2016) la obligación de las personas naturales de contribuir en el contexto de los negocios digitales se fundamenta en varios motivos:

**Equidad tributaria:** El comercio electrónico ha presentado desafíos en términos de recaudación fiscal, ya que muchas personas naturales involucradas en negocios digitales pueden evadir el pago de impuestos. Es necesario establecer un régimen especial que les permita tributar de manera justa y equitativa para mantener la igualdad en el sistema tributario.

**Cultura tributaria:** Contribuir al pago de impuestos es una responsabilidad ciudadana que contribuye al financiamiento de servicios públicos y al bienestar general de la sociedad. Fomentar una cultura tributaria en la que las personas naturales reconozcan la importancia de cumplir con sus obligaciones fiscales es esencial para fortalecer el sistema tributario.

**Control de la actividad comercial:** El pago de impuestos por parte de personas naturales que realizan negocios digitales permite mantener un orden y control en la actividad comercial

del país. Esto ayuda a prevenir la evasión fiscal y la corrupción, asegurando que todas las actividades económicas sean transparentes y cumplan con sus obligaciones tributarias.

Adaptación a nuevas tendencias: El comercio electrónico es una realidad en constante evolución, y las leyes tributarias deben adaptarse a estas nuevas tendencias. Establecer un régimen especial para las personas naturales que realizan negocios digitales a través de plataformas virtuales y redes sociales permite mantener la eficiencia del sistema tributario y evitar la exclusión de este sector económico.

### **2.1.1 *El derecho tributario constitucional***

Es importante distinguir entre el Derecho Tributario Constitucional y el Derecho Tributario ordinario, ya que no todo el Derecho Tributario deriva de la Constitución. Como ciudadanos, estamos obligados a no obstaculizar el cumplimiento de la norma constitucional, pero solo a través de las leyes de desarrollo quedamos obligados a ciertos comportamientos jurídicamente exigibles. El Estado tiene la tarea de articular el contenido y alcance de los deberes constitucionales mediante la potestad legislativa y administrativa. Una vez creada la norma legal basada en el deber constitucional, las obligaciones tributarias surgirán de la subsunción del presupuesto normativo en la realidad. (Lay 2015, p. 284).

La potestad tributaria del Estado se encuentra limitada al territorio en el que tiene jurisdicción, lo que se conoce como la vigencia espacial de las normas. El poder tributario hace referencia a dos dimensiones, por un lado a la facultad que tiene el Estado de imponer tributos, lo cual se justifica en la necesidad de financiar el gasto público. En consecuencia, todos los ciudadanos tienen la obligación de contribuir al sostenimiento de dicho gasto a través del pago de tributos; y por otro lado, se constituye como límite y garantía jurídica para los ciudadanos en que la creación y aplicación de los tributos se haga dentro del marco del Estado constitucional. (Duran 2020, pp. 412-413)

Sin embargo, como hace mención dicho autor, se debe evitar que la persona que cumple con el deber de contribuir lo asimile como un costo, del cual no obtiene un beneficio directo.

Debe procurarse una relación, cuyo fundamento se encuentre en la razonabilidad entre el costo individual y el beneficio colectivo que se obtiene, lo que en consecuencia, permitirá un crecimiento en la cultura tributaria, permitiendo que el deber de contribuir se torne en un valor aceptado culturalmente por todos. (Rojo 2005)

### **2.1.2 *Los alcances de contribuir en el Perú***

La Constitución Política de 1993 se distanció del modelo de Estado Social y Democrático de Derecho en cuanto a la intervención estatal en la economía y el establecimiento de deberes para los individuos, aunque sin descartar por completo ese modelo. En ese sentido,

el Deber de Contribuir se deriva de la agenda estatal de financiamiento público y, por lo tanto, el cumplimiento de los fines constitucionales debe lograrse a través del fenómeno tributario. Para ello, se fortaleció la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), dándole facultades amplias para su labor recaudadora. (Lay 2015, p. 289)

### **2.1.3 *El deber de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos***

Cada persona, según su capacidad económica, tiene la obligación de contribuir al gasto público a través de un sistema tributario justo, basado en los principios de igualdad y progresividad, evitando en todo momento que se convierta en una carga confiscatoria. En la actualidad, el sistema financiero es esencial en el Estado, ya que es la única forma de financiar el gasto público, y esto se logra mediante la recaudación de impuestos. (Pauner 2019, pp. 62-63)

En principio todas las personas tienen la obligación de contribuir al financiamiento de los gastos públicos de acuerdo con su capacidad económica. En este sentido, las personas naturales que realizan negocios digitales a través de las redes sociales, al obtener ingresos, deben cumplir con su deber constitucional de contribuir al financiamiento de los gastos públicos mediante el pago de los tributos correspondientes. Además, es importante señalar que el artículo 74° de la Constitución Política del Perú establece que los tributos tienen como finalidad financiar los gastos y las inversiones del Estado, y que deben ser justos y equitativos. Por tanto, el cumplimiento del deber constitucional de contribuir debe estar basado en un sistema tributario justo y equitativo, que tome en cuenta la capacidad económica de los contribuyentes y que tenga en cuenta las particularidades de cada actividad económica. En consecuencia, la regulación tributaria de las personas naturales que realizan negocios digitales a través de las redes sociales debe ser clara y precisa, respetando los derechos fundamentales de los contribuyentes y buscando asegurar una tributación justa y equitativa.

## **2.2 Incumplimiento tributario por parte de las personas naturales con comercio electrónico**

Dado que el comercio electrónico sigue creciendo y evolucionando, ha impulsado la adaptación de actividades comerciales en línea, por ello, es esencial abordar el incumplimiento tributario de manera efectiva para garantizar una recaudación fiscal adecuada y una competencia justa en el mercado. Sin embargo, esta creciente actividad también ha planteado desafíos para las autoridades tributarias en términos de control y recaudación adecuada de impuestos. (Doderó y Zavaleta 2022)

El incumplimiento tributario por parte de personas naturales que realizan comercio electrónico es un tema relevante y preocupante que puede tener implicaciones significativas en

la recaudación fiscal y en la equidad del sistema tributario. Por su parte, Huanca (2019) presenta algunos aspectos clave del incumplimiento tributario en el contexto de negocios digitales

- a) **Evasión fiscal en el comercio electrónico:** El comercio electrónico ofrece oportunidades para realizar transacciones sin un seguimiento adecuado por parte de las autoridades fiscales. Esto puede dar lugar a prácticas de evasión fiscal, donde algunas personas naturales involucradas en negocios digitales no declaran correctamente sus ingresos, manipulan la información para reducir su carga tributaria o simplemente se mantienen en la informalidad. Estas acciones impactan negativamente en la recaudación fiscal y pueden distorsionar la competencia en el mercado. (Huanca 2019)
- b) **Dificultad para rastrear transacciones:** En el entorno digital, las transacciones pueden ser más difíciles de rastrear en comparación con las transacciones físicas. La falta de un mecanismo efectivo para el seguimiento de estas operaciones puede facilitar el ocultamiento de ingresos y la omisión del pago de impuestos por parte de algunos contribuyentes. (Huanca 2019)
- c) **Falta de conocimiento tributario:** Muchas personas naturales que ingresan al comercio electrónico pueden no estar completamente conscientes de sus obligaciones tributarias o de cómo cumplir adecuadamente con ellas. La falta de conocimiento sobre aspectos fiscales específicos relacionados con el comercio electrónico puede conducir a errores inadvertidos o incluso al desconocimiento total de las obligaciones tributarias, lo que resulta en incumplimiento. (Huanca 2019)
- d) **Complejidad del régimen tributario:** El régimen tributario para las actividades digitales puede ser complejo y poco claro para algunos contribuyentes. Los requerimientos específicos, las categorías tributarias y los procedimientos de declaración pueden ser difíciles de entender y aplicar, lo que lleva a posibles errores o falta de cumplimiento. (Huanca 2019)
- e) **Ausencia de control fiscal efectivo:** En algunos casos, las autoridades tributarias pueden enfrentar desafíos para ejercer un control adecuado sobre las actividades comerciales realizadas en línea. Esto puede deberse a la falta de recursos, tecnología o personal capacitado para monitorear de manera efectiva el cumplimiento tributario en el entorno digital. (Huanca 2019)

### **2.2.1 La informalidad de los e-commerce (C2C)**

La informalidad en este modelo de negocio, el cual ya ha sido desarrollado en el capítulo anterior, hace referencia a la falta de registro y tributación de las personas que realizan ventas a través de plataformas digitales y redes sociales, lo que puede tener un impacto negativo en la

recaudación fiscal del Estado. En el caso de los negocios digitales de tipo C2C (consumers to consumers), la informalidad puede ser especialmente relevante debido a que muchas de estas operaciones se realizan de forma no profesional, es decir, por personas que no tienen un negocio formal registrado y que, por lo tanto, no están sujetas a las regulaciones tributarias correspondientes. Esto puede generar una competencia desleal para los negocios formales que sí cumplen con sus obligaciones fiscales y que, por lo tanto, enfrentan costos más elevados. (Puerto 2019)

La informalidad en los negocios digitales de tipo C2C puede tener varias causas, entre ellas la falta de regulación y fiscalización específica para estas actividades, la falta de conocimiento por parte de los usuarios sobre sus obligaciones tributarias, la complejidad del sistema tributario y la falta de incentivos para la formalización. En muchos casos, las personas que realizan ventas a través de plataformas digitales y redes sociales no están registradas como contribuyentes y, por ende, no cumplen con sus obligaciones tributarias. Esto puede generar una competencia desleal para los negocios formales que sí cumplen con sus obligaciones fiscales, ya que los negocios informales tienen costos más bajos al no tener que pagar impuestos. (Puerto 2019)

Además, la informalidad puede generar problemas para los consumidores, ya que las personas que realizan ventas informales no están sujetas a las mismas regulaciones y protecciones que los negocios formales. Por ejemplo, pueden no cumplir con estándares de calidad, seguridad o garantías, lo que puede generar riesgos para los consumidores. Por tanto, en la investigación sobre la recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales, es importante analizar las causas y consecuencias de la informalidad en el comercio electrónico de tipo C2C y buscar mecanismos que permitan incentivar la formalización y el cumplimiento tributario de estas actividades. Esto puede implicar la implementación de regulaciones específicas, la simplificación del sistema tributario, la educación y concientización de los usuarios, así como incentivos para la formalización. (Puerto 2019)

### ***2.2.2 Principales causas de la informalidad tributaria***

Existen diversas razones por las que las personas naturales con negocios digitales en las redes sociales deciden mantenerse en la informalidad y no tributar adecuadamente.

Para Atachahua (2020) la informalidad tributaria en el contexto de la investigación sobre la recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales podría tener varias causas, algunas de las cuales se mencionan a continuación:

- a. Desconocimiento de la Norma; las personas naturales que realizan negocios digitales pueden no estar al tanto de sus obligaciones tributarias, especialmente si son nuevos en el mundo empresarial
- b. Complejidad del sistema tributario; el sistema tributario puede ser difícil de entender y cumplir, especialmente para aquellos que no tienen experiencia en el ámbito empresarial
- c. Falta de incentivos; algunas personas pueden no ver la necesidad de cumplir con sus obligaciones tributarias si no ven un beneficio directo en hacerlo
- d. Falta de control, las autoridades tributarias pueden tener dificultades para controlar y hacer cumplir las obligaciones tributarias de las personas naturales que realizan negocios digitales, especialmente si no tienen una presencia física en el país
- e. Falta de regulación; en algunos casos, puede haber una falta de regulación específica para las personas naturales que realizan negocios digitales, lo que puede llevar a la confusión y la informalidad
- f. Dificultades tecnológicas, el acceso limitado a tecnología y la falta de infraestructura adecuada pueden dificultar la participación en el comercio electrónico formalizado, llevando a la informalidad como una opción más viable.
- g. Cultura de informalidad arraigada, puesto que, en la percepción general de que el incumplimiento tributario es una práctica común.

Es importante destacar que, aunque estas razones pueden resultar comprensibles, la informalidad en los negocios digitales perjudica la economía del país y limita la capacidad del Estado para proveer servicios y beneficios a la población en general. En este sentido, es fundamental analizar la obligación tributaria de la persona natural que se dedica a los negocios digitales, a fin de comprender la importancia de cumplir con las responsabilidades fiscales correspondientes. La obligación tributaria de la persona natural se refiere al deber legal que tiene un individuo de cumplir con las obligaciones fiscales establecidas por las leyes tributarias. En el contexto de los negocios digitales, las personas naturales que realizan actividades económicas en este ámbito también están sujetas a estas obligaciones. En resumen, es fundamental que las personas naturales que realizan negocios digitales comprendan y cumplan con sus obligaciones tributarias. Esto contribuye a fortalecer la economía, promover la equidad fiscal y garantizar el desarrollo sostenible del país, permitiendo al Estado proveer servicios y beneficios a la población en general.

En este punto, se elaboró una encuesta (apéndice I) a 411 personas que respondieron la encuesta, 241(lo que representa el 58.6% del total de encuestados) respondieron que no formalizan porque no hay beneficios perceptibles para los contribuyentes. Por otro lado, de los

411 que se encuestaron, se obtuvieron 233 respuestas (que representan el 56.7% del total de los encuestados) referidas al costo que implica formalizar; en tercer lugar tenemos 218 respuestas (que representan el 53.0% del total de encuestados) señalando que el trámite es muy engorroso; de ese mismo modo 101 personas respondieron (que representa el 24.6% del total de encuestados) que la razón es por desconocimiento de la norma tributaria; asimismo, 57 respondieron (que representa el 13.9% del total de encuestados) que no lo consideran necesario, finalmente 3 personas señalaron (que representa el 0.6%) que no formalizan por otros motivos.

En general, de la encuesta se destacan varios aspectos importantes a considerar para mejorar la efectividad de un régimen especial para la tributación de personas naturales que realizan negocios digitales. La percepción de falta de beneficios y los costos asociados, así como la complejidad del trámite y el desconocimiento de la normativa, parecen ser los principales desafíos que se deben abordar para fomentar una mayor formalización fiscal en el ámbito de comercio electrónico en el país. Es fundamental que las autoridades tributarias utilicen estos resultados para diseñar estrategias más efectivas que impulsen la formalización, asegurando al mismo tiempo que se facilite el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

### **2.2.3 Problemas generados por el incumplimiento tributario**

Para Choque (2021) el incumplimiento de la obligación tributaria, trae consigo los siguientes problemas: (i) una pérdida considerable de ingresos fiscales para el Estado, la falta de declaración y pago de impuestos por parte de estos contribuyentes significa que el Estado no recibe los recursos necesarios para financiar servicios públicos esenciales y proyectos de desarrollo; (ii) los negocios informales que no cumplen con sus obligaciones fiscales pueden ofrecer precios más bajos que los negocios formales, ya que evitan los costos adicionales asociados con los impuestos; esto puede crear una competencia desleal y distorsionar el mercado, perjudicando a los comerciantes formales que sí cumplen con sus responsabilidades tributarias; (iii) puede enviar un mensaje negativo a otros contribuyentes potenciales, desalentándolos de formalizar sus negocios y cumplir con sus obligaciones tributarias; esto puede perpetuar la informalidad y dificultar los esfuerzos para aumentar la recaudación fiscal y fortalecer el sistema tributario; (iv) puede generar complejidades en la planificación fiscal para el Estado; (v) puede afectar negativamente los recursos y con ello, limitar la capacidad del Estado para invertir en proyectos y políticas que impulsen el crecimiento y mejoren las condiciones de vida de la población; (vi) cuando personas naturales con negocios digitales evaden el pago de impuestos, se priva a la sociedad de recursos para financiar servicios públicos como educación, salud, infraestructura y seguridad.

**2.2.3.1 Evasión tributaria.** Alva (2020) refiere, la evasión tributaria o fiscal es el conjunto de acciones deliberadas llevadas a cabo por los contribuyentes con la intención de evitar el pago total o parcial de los impuestos durante un período específico. Se trata de una omisión fraudulenta y artificiosa en relación con las disposiciones o normas tributarias de un país, que busca reducir la carga fiscal en beneficio propio o de terceras personas. En otras palabras, la evasión fiscal es un acto ilegal en el cual los ciudadanos o empresas eluden el pago de sus deudas tributarias al Estado de manera consciente, premeditada y dolosa. Por ende, la evasión fiscal en el ámbito empresarial se manifiesta cuando las personas ocultan total o parcialmente sus ventas o ingresos al momento de realizar sus declaraciones juradas. Esta práctica está relacionada con los valores morales, éticos y culturales de las personas que pagan impuestos o dirigen empresas.

En el contexto del comercio electrónico, según Cabrera (2021) la evasión fiscal puede manifestarse de varias formas, algunas de las cuales se destacan:

- Subdeclaración de ingresos, algunas personas naturales que realizan negocios digitales pueden subdeclarar sus ingresos, es decir, no informar la totalidad de los ingresos obtenidos de las transacciones en línea. Esto puede llevar a una reducción artificial de la base imponible y, por lo tanto, a una disminución de los impuestos a pagar.
- Omisión de ventas y operaciones, los contribuyentes pueden omitir declarar algunas ventas u operaciones realizadas en línea con el objetivo de evitar el pago de los impuestos correspondientes a esas transacciones.
- Uso de estructuras opacas, algunos comerciantes pueden utilizar estructuras opacas o complejas para ocultar sus ingresos o trasladarlos a jurisdicciones con menor carga tributaria, evadiendo así la tributación en el país donde realmente se generan los ingresos.
- Facturación falsa, la emisión de facturas falsas o la manipulación de documentos contables son prácticas fraudulentas utilizadas para reducir artificialmente los ingresos declarados y, en consecuencia, el monto de los impuestos a pagar.
- Ausencia de registros contables adecuados, la falta de registros contables adecuados puede dificultar la verificación y fiscalización de las actividades comerciales en línea, facilitando la evasión fiscal.
- Uso de criptomonedas y métodos no rastreables, la utilización de criptomonedas u otros métodos no rastreables puede permitir que los contribuyentes eludan el control fiscal y dificulten la identificación de las transacciones realizadas.

Actualmente en el comercio electrónico a lo que llamamos los e-commerce el tema de la evasión fiscal termina siendo un gran desafío para las autoridades tributarias, ya que si en principio resulta ser un gran problema en muchas ocasiones para los negocios tradicionales (tiendas físicas) lo será aún más en estos tipos de negocios porque la naturaleza digital de las transacciones que en ellas se emplean pueden dificultar el rastreo y control adecuado de las operaciones y esto genera que se afecte negativamente la recaudación fiscal, debilitando el sistema tributario y ocasionando distorsiones en el mercado al permitir la competencia desleal entre los comerciantes formales y los informales.

**2.2.3.2 Elusión tributaria.** Según lo establecido por El Instituto Peruano de Derecho Tributario, la elusión es un comportamiento cuya finalidad es evitar o disminuir la carga tributaria, a través de métodos jurídicamente anómalos, sin vulnerar directamente la norma jurídica, pero sí los principios del sistema tributario.

Por su parte, Jesús Ramos (2014) la define como cierta actividad de un individuo encaminada a eliminar, reducir o prorrogar la obligación tributaria, mediante actos que, en principio, son perfectamente legales.

En este contexto, Echaiz Moreno nos menciona que para evadir y reducir el pago del tributo, existen dos caminos, por un lado, la elusión lícita o también denominada “economía de opción”, y por otro lado, la elusión ilícita o “fraude a la ley”.

La economía de opción; Se trata de una libertad legítima que tienen los contribuyentes de poder planificar su actuación, con la finalidad de evitar hechos o situaciones que les obliguen a pagar una cantidad mayor en tributos, es decir, si el ordenamiento jurídico permite que el contribuyente pueda escoger entre distintas opciones para determinar sus obligaciones tributarias, nada impide que se decanten por aquellas que les resulte menos onerosas dentro del marco legal vigente (Luján 2018).

De este modo, podemos inferir que la economía de opción permite colocar o reestructurar ciertos aspectos del negocio que le van a permitir al contribuyente obtener una opción más beneficiosa (menos onerosa) en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, pero dentro de lo establecido por la ley.

El fraude a la ley; A diferencia de la economía de opción, supone una transgresión a la norma con la finalidad de obtener una ventaja fiscal. En términos de Jesús Ramos (2014), el contribuyente opta y lleva a cabo negocios jurídicos que, si bien son legales formalmente, no lo son en su objeto y motivación, puesto que fueron ejecutados con el propósito de lograr resultados que no le son propios.

Por su parte, el Tribunal Fiscal se ha pronunciado respecto de la configuración del fraude a la ley, y expone que existen dos normas: la defraudada y la de cobertura. Siendo la norma de cobertura, aquella que utiliza el contribuyente para evitar que surja la obligación tributaria, es decir, no se realizará el hecho imponible regulado por la norma, sino que por el contrario, a través de la norma de cobertura se llevará a cabo un presupuesto de hecho diferente que supone una disminución significativa en la deuda tributaria (Echaiz Moreno y Echaiz Moreno 2014).

A modo de conclusión, cabe señalar que, a fines del año 2021 se ha evidenciado que las prácticas de elusión y evasión tributaria en el país han ido en aumento, representando más del 8% del Producto Bruto Interno (PBI), lo que se traduce en más de 65,000 millones de soles; así lo declaró el, en aquel tiempo, ministro de Economía y finanzas Pedro Francke, en el Diario Oficial El Peruano.

### **2.3 Rol fiscalizador de la administración tributaria**

El rol fiscalizador de la administración tributaria en el Perú es de vital importancia para garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de las personas naturales con negocios digitales que operan a través de plataformas digitales y redes sociales. La administración tributaria es el organismo encargado de supervisar y controlar el cumplimiento de las normas tributarias, así como de verificar que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones fiscales de manera adecuada y transparente.

Tal como lo afirman Guerra y Grijalva (2021) el principal objetivo del rol fiscalizador es asegurar que los contribuyentes paguen los impuestos correspondientes de acuerdo con la ley, para así mantener un sistema tributario justo y equitativo. Algunas de las funciones clave del rol fiscalizador son las siguientes:

- a. Fiscalización de la declaración de impuestos: La administración tributaria lleva a cabo revisiones y auditorías de las declaraciones de impuestos presentadas por los contribuyentes, con el fin de verificar su veracidad y exactitud. Esto implica examinar los registros contables, las transacciones y los documentos que respaldan los ingresos y gastos declarados.
- b. Detección de evasión fiscal: La administración tributaria está encargada de identificar posibles casos de evasión fiscal, incluyendo aquellos relacionados con negocios digitales que operan en plataformas virtuales y redes sociales. Se utilizan herramientas y técnicas de análisis para detectar patrones de evasión y comportamientos sospechosos.
- c. Fiscalización electrónica: En el contexto del comercio electrónico, la administración tributaria utiliza herramientas y sistemas electrónicos para monitorear las operaciones en línea y verificar el cumplimiento tributario de los contribuyentes que operan en este ámbito.

- d. Educación y asesoramiento: Además de la fiscalización, la administración tributaria también cumple un rol educativo y de asesoramiento. Brinda información y orientación a los contribuyentes sobre sus obligaciones fiscales y cómo cumplirlas correctamente.
- e. Sanciones y cobro de deudas: En caso de detectar incumplimientos o evasión fiscal, la administración tributaria puede aplicar sanciones y cobrar las deudas pendientes de los contribuyentes.

En la investigación sobre la recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales, se analizará críticamente el rol fiscalizador de la administración tributaria en el contexto del comercio electrónico. Se evaluará la efectividad de las estrategias y herramientas utilizadas para fiscalizar a los contribuyentes que operan en plataformas digitales y redes sociales, así como la necesidad de implementar un régimen especial que facilite y promueva el cumplimiento tributario de las personas naturales involucradas en el comercio electrónico. La mejora en el rol fiscalizador puede ser fundamental para aumentar la recaudación fiscal en este sector y fortalecer el sistema tributario. (Guerra y Grijalba 2021)

### **2.3.1 Falta de capacidad de la administración tributaria**

Como ya hemos mencionado en anteriores apartados, durante los últimos años los negocios electrónicos han ido adquiriendo mayor solidez a un ritmo acelerado, es por ello que los procedimientos de fiscalización por parte de la Administración tributaria han quedado obsoletos, ya que en muchas ocasiones se realizan transacciones sin el comprobante de pago respectivo, lo que se traduce como mecanismo para la evasión tributaria.

A pesar que el código tributario recoge el procedimiento de fiscalización electrónica en los artículos 62-A y 62-B, no se ha considerado los procedimientos idóneos para realizar las interceptaciones de los movimientos y transacciones efectuados por medio de plataformas digitales y redes sociales, es decir, no cuenta con los instrumentos necesarios para fiscalizar a los negocios electrónicos que se desenvuelven mediante plataformas digitales y/o redes sociales, en consecuencia la SUNAT no cuenta con la base legal de estos contribuyentes así que no podrá determinar sus ingresos presuntos a fin de generar una obligación tributaria entre los contribuyentes y la administración, en otras palabras hacer que paguen el impuesto que les corresponda.

En conclusión, debido al exponencial desarrollo de los comercios electrónicos en la actualidad, se ha dificultado el control y fiscalización de la administración tributaria, puesto que carece de normas y procedimientos efectivos que le permitan acreditar su labor en el proceso de control e inspección a los negocios electrónicos.

### **2.3.2 Razones o factores por las cuales la Administración Tributaria no es capaz de fiscalizar a los e-commerces**

Algunas posibles implicaciones de la falta de capacidad de la administración tributaria según OECD (2023) es como se detalla:

- a. **Tecnología obsoleta:** La administración tributaria puede enfrentar dificultades debido al uso de sistemas y tecnologías obsoletas que no están adecuadamente adaptados al entorno digital y al comercio electrónico. Esto puede dificultar la supervisión y seguimiento de las operaciones en línea de los contribuyentes.
- b. **Recursos humanos limitados:** La falta de personal especializado y capacitado en temas de comercio electrónico y nuevas tecnologías puede limitar la capacidad de la administración tributaria para llevar a cabo fiscalizaciones efectivas en el ámbito digital.
- c. **Escasez de herramientas de análisis:** La falta de herramientas de análisis de datos y técnicas de minería de datos puede dificultar la detección de patrones de evasión fiscal en el comercio electrónico.
- d. **Falta de cooperación con plataformas digitales:** La colaboración y el intercambio de información entre la administración tributaria y las plataformas digitales utilizadas por los contribuyentes pueden ser limitados o inexistentes, lo que dificulta la identificación y fiscalización de los contribuyentes que operan en estas plataformas.
- e. **Marco legal desactualizado:** La economía digital ha crecido exponencialmente durante estos últimos años, sin embargo, la administración tributaria no cuenta con una normativa clara y actualizada en materia de comercio electrónico y tributación lo que genera vacíos legales y dificultades para aplicar medidas efectivas de fiscalización.

La falta de capacidad de la administración tributaria para abordar adecuadamente los desafíos del comercio electrónico puede tener un impacto negativo en la recaudación fiscal y en la equidad del sistema tributario. Es importante, implementar un régimen especial que facilite el cumplimiento tributario en el ámbito digital, esta podría ser una de las medidas a considerar para mejorar la recaudación fiscal y la eficiencia del sistema tributario.

También, la falta de capacidad de la administración tributaria no solo es un desafío en Perú, sino también a nivel internacional. Algunos organismos internacionales, como la OCDE, han desarrollado iniciativas para apoyar la digitalización de las administraciones tributarias de los países en desarrollo y mejorar su capacidad para recaudar impuestos. (OECD 2023)

### **2.3.3 Medidas adoptadas para la regulación de los comercios electrónicos**

Frente a la falta de regulación de los comercios electrónicos, se publicó, con fecha 18 de febrero del 2022, el Decreto Legislativo N° 1524, que tiene como objeto modificar el Decreto

Legislativo N° 943 (Ley del Registro Único de Contribuyentes) y otra normativa vinculada a dicho registro, con la finalidad de mejorar la identificación de aquellos sujetos cuya situación o actividad debe estar sujeta al control de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria, según lo señalado en el artículo 1 de dicha norma.

Entre las modificaciones más relevantes, tenemos:

El número de RUC debe estar consignado en toda documentación por la cual se oferten bienes y/o servicios, incluidos plataformas digitales y redes sociales; caso contrario la Sunat lo inscribirá de oficio al contribuyente.

De igual manera, la norma establece que otras entidades tales como: Indecopi, Osiptel, BCR, SBS, Sunedu, JNE, entre otros, deban exigir la colocación del número de RUC, con el objetivo de fiscalizar el deber de información a los consumidores.

Se han establecido nuevas infracciones relacionadas con no consignar el número del RUC en la documentación por la cual se ofertan los bienes y/o servicios, las cuales pueden ser sancionadas con multas de hasta 1 UIT.

Cabe señalar que, el 18 de febrero del 2022 se publicó el Decreto Legislativo N° 1524, no obstante, dichas modificaciones han entrado en vigencia a partir del 01 de julio del año 2023, y están orientadas a identificar a estos contribuyentes que actualmente incurren en actos de evasión tributaria.

**2.3.2.1 Críticas al Decreto Legislativo N° 1524.** En la investigación sobre la recaudación fiscal de personas naturales con negocios digitales en Perú, según Ayala (2020). Se pueden incluir las siguientes críticas:

Falta de claridad y especificidad: El Decreto Legislativo N° 1524 podría carecer de claridad y especificidad en cuanto a las obligaciones tributarias de las personas naturales que realizan negocios digitales. Esto podría generar confusión y dificultades para su aplicación efectiva.

Insuficientes incentivos para el cumplimiento tributario: Si las modificaciones implementadas por el Decreto Legislativo N° 1524 no proporcionan suficientes incentivos para que las personas naturales cumplan con sus obligaciones tributarias, podría no ser efectivo para combatir la evasión fiscal en el comercio electrónico.

Limitaciones en la capacidad de fiscalización: Si la administración tributaria no cuenta con la capacidad adecuada para controlar y fiscalizar las transacciones de comercio electrónico, el régimen especial implementado por el Decreto Legislativo N° 1524 podría no ser eficaz para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Falta de regulación específica para el comercio electrónico: Si el Decreto Legislativo N° 1524 no aborda adecuadamente las particularidades del comercio electrónico, como la medición y seguimiento de las transacciones, podría no ser efectivo para garantizar una recaudación fiscal idónea.

Por otra parte, del análisis del decreto legislativo N° 1524, se logra advertir algunos puntos críticos y es como reza:

Presunción de domicilio fiscal de personas naturales: El artículo 12 establece que, en caso de que las personas naturales no fijen un domicilio fiscal, se presumirá como tal aquel lugar donde tengan residencia habitual, donde desarrollen sus actividades civiles o comerciales, donde se encuentren los bienes relacionados con las obligaciones tributarias, o el declarado ante el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC). Esta presunción puede generar dificultades para aquellos contribuyentes que no tengan una residencia fija o que desarrollen actividades en diferentes lugares.

Cambio de régimen tributario: El decreto establece que los contribuyentes que no estén inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o que no registren afectación a rentas de tercera categoría serán afectados al Régimen General del Impuesto a la Renta. Esta medida puede generar complicaciones para aquellos contribuyentes que no estén familiarizados con el Régimen General y que puedan tener dificultades para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Infracciones relacionadas con la obligación de inscribirse y consignar el número de RUC: El artículo 173 establece que constituye una infracción no solicitar o verificar el número de RUC en los procedimientos, actos u operaciones establecidos por la normativa tributaria, así como no consignar el número de RUC en la documentación que ofrezca bienes y/o servicios. Estas infracciones pueden generar sanciones económicas significativas para los contribuyentes que no cumplan con estas obligaciones.

Falta de información: Si bien se ha precisado en la norma que debe consignarse el número de RUC de acuerdo a lo establecido, la Sunat no ha precisado el modo en que se debería cumplir dicha exigencia.

Inseguridad y exposición: cabe precisar que, en el caso de personas naturales con negocio, el RUC está conformado por su DNI, obligando a publicar información personal en plataformas digitales y redes sociales, exponiendo a las personas abiertamente.

Cargas excesivas, con los mandatos establecidos por la norma se busca identificar a nuevos contribuyentes, pero para aquellos contribuyentes ya inscritos en el RUC resulta una sobrecarga innecesaria, mermando las ventajas que ofrece la transformación digital.

Es decir, si una persona con establecimiento físico, ya está inscrito en el RUC, y cumple con todas las formalidades y exigencias requeridas en el régimen en el que se encuentre; supondría un doble esfuerzo y trabajo el hecho de cumplir con los mandatos establecidos por el Decreto Legislativo N° 1524, puesto que, claramente lo colocaría en una situación de desventaja frente a los nuevos contribuyentes, disminuyendo los beneficios del comercio digital.



## Capítulo 3

### Una solución alternativa para la actual regulación

#### 3.1 Análisis del Decreto Legislativo N° 1524

En principio, es positivo que se haya establecido una regulación especial para las personas naturales que realizan negocios digitales. Esto reconoce la importancia creciente de la economía digital y busca garantizar que estas actividades sean adecuadamente gravadas. Además, al establecer una reglamentación especial, se busca simplificar el cumplimiento tributario para estas personas naturales, lo cual puede fomentar la formalización de sus actividades. Sin embargo, existen preocupaciones en relación a la implementación de este decreto legislativo. En primer lugar, como se ha advertido anteriormente, se observa una falta de claridad en cuanto a los requisitos y obligaciones específicas que deben cumplir los contribuyentes, esto puede generar confusión y dificultades en el cumplimiento tributario.

En cuanto a los mecanismos de fiscalización y control por parte de la Administración Tributaria, no se especifica cómo se llevarán a cabo estas fiscalizaciones y qué herramientas tecnológicas se utilizarán. Asimismo, otra preocupación es la falta de garantías para la protección de datos personales y la privacidad de los contribuyentes. Si bien es necesario que la Administración Tributaria obtenga la información necesaria para realizar las fiscalizaciones, es importante que se establezcan mecanismos de confidencialidad y protección de los datos personales de los contribuyentes.

#### 3.2 Alternativas de solución que puede adoptar la administración tributaria

Como hemos analizado en el anterior apartado, existen muchos problemas e ineficiencias que presenta el Decreto Legislativo N° 1524, lo cual según evidenciamos, no permite una correcta regulación de los negocios digitales. Es por ello que, a raíz de nuestra investigación presentamos ciertas posibles soluciones para regular de forma más adecuada los comercios electrónicos.

##### 3.2.1 *Solución 1. Incorporar los negocios digitales al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)*

Una posible solución para abordar el problema es crear una subcategoría dentro del Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) e incorporar a las personas físicas con negocios digitales (ND).

La subcategoría en mención permitirá que las personas naturales con negocios digitales que se acojan a dicho régimen, puedan pagar una tarifa fija mensual en función de sus ingresos, en lugar de tener que navegar por el complejo sistema fiscal.

En este sentido, las personas naturales con negocios digitales que decidan acogerse a este régimen deben encontrarse dentro de los siguientes parámetros:

Si sus ingresos no superan una remuneración mínima vital (Mil veinticinco y 00/100 Nuevos Soles) mensuales, es decir si sus ingresos son menores a una remuneración mínima vital, los contribuyentes sólo deben cumplir con su declaración mensual, mas no pagar una cuota mensual.

Si sus ingresos mensuales tienen un promedio mayor a la remuneración mínima vital pero no superior a una Unidad Impositiva tributaria (01 UIT) , deben pagar una cuota mensual fija de S/10.00 (Diez y 00/100 Nuevos Soles).

Si en el transcurso del periodo anual ocurriera alguna variación en los ingresos, debe efectuarse el cambio de categoría según corresponda, por lo que, los contribuyentes estarán obligados a pagar la cuota respectiva a partir del mes en que se produjo dicha variación.

Esta solución podría simplificar el proceso tributario para las personas con negocios digitales y facilitar su cumplimiento con las regulaciones tributarias (Lazaro 2020). Esta medida reduciría la carga administrativa tanto para los contribuyentes como para los funcionarios tributarios, al tiempo que aumentaría el cumplimiento tributario y la recaudación de ingresos. Sin embargo, sería necesario realizar cambios en la legislación tributaria actual para implementar esta solución.

### **3.2.1.1 Un análisis crítico de la propuesta**

- a. Simplificación del Proceso Tributario; el NRUS se caracteriza por su simplicidad y la reducción de trámites burocráticos, lo que podría ser beneficioso para los contribuyentes. No obstante, si bien la simplificación es un objetivo loable, es importante asegurarse de que esta simplificación no se traduzca en una tributación insuficiente o injusta. Los negocios digitales pueden generar ingresos sustanciales, y es esencial que la tributación sea proporcional a la actividad económica real.
- b. Reducción de la Carga Administrativa; incorporar los ND al NRUS podría aliviar la carga administrativa tanto para los contribuyentes como para los funcionarios tributarios. Esto podría significar menos trabajo en términos de presentación de declaraciones, seguimiento de impuestos y procesamiento de información. Si bien la reducción de la carga administrativa es positiva, también es importante garantizar que la administración tributaria tenga la información y los recursos necesarios para supervisar adecuadamente las actividades de los ND y verificar la precisión de las declaraciones.
- c. Aumento del cumplimiento tributario y la recaudación de ingresos; la simplificación y la reducción de la carga administrativa pueden incentivar el cumplimiento tributario por parte

de los contribuyentes. Cuando las obligaciones fiscales son menos onerosas y más fáciles de cumplir, es más probable que los contribuyentes cumplan voluntariamente con sus responsabilidades tributarias, lo que podría aumentar la recaudación de ingresos. Empero, si bien esto puede ser cierto en muchos casos, también es necesario considerar que la tributación de los ND debe ser adecuada y justa. Si el NRUS no toma en cuenta los ingresos reales de los ND, podría haber una tributación que no se condice con los ingresos percibidos realmente, lo que afectaría negativamente la recaudación.

- d. **Monitoreo y Fiscalización Efectiva;** la incorporación al NRUS podría facilitar el monitoreo y la fiscalización de las actividades de los ND, ya que se integrarían en un régimen tributario simplificado. Esto permitiría a la administración tributaria tener un mejor control sobre estas actividades. Sin embargo, si bien es cierto que la simplificación puede facilitar el monitoreo, también es necesario que la administración tributaria esté preparada para supervisar adecuadamente a los ND y detectar posibles evasiones fiscales o falsas declaraciones de ingresos.

### **3.2.2 Solución 2. Colaboración con las diversas plataformas digitales**

Otra posible solución es que la Administración tributaria regule un determinado número de plataformas digitales admitidas para registrar y llevar a cabo las diversas operaciones comerciales entre las personas naturales con negocios electrónicos (C2C). Siendo que, dichas plataformas actuarán como agentes de retención del impuesto correspondiente por las transacciones que se han llevado a cabo durante un determinado período tributario (mensualmente).

En este caso, las plataformas digitales que actuarán como agentes de retención, deben ser creadas y reguladas por una entidad propia de la Administración Tributaria y serán designadas mediante Resolución de Superintendencia de la SUNAT, en ese sentido, actuarán o dejarán de actuar como tales según lo establecido en dicha Resolución. Una vez designadas, la Administración Tributaria entregará un certificado que acredite que actuarán como agentes de retención, asimismo, dicha información será publicada en la página web de la SUNAT.

Además, estas plataformas digitales operarán como intermediarias entre los vendedores y consumidores, brindando una mayor protección y seguridad a las partes de una operación comercial, y del mismo modo, permite un mayor control y registro de las ventas que cada usuario ha concretado. De esa manera, al concretarse una venta, se retiene un porcentaje el cuál será recepcionado por la administración tributaria como el impuesto correspondiente por parte del contribuyente.

Dicho porcentaje de retención será del 1.5 % del total de los ingresos obtenidos dentro de cada período tributario, el mismo que será confirmado con la declaración mensual del contribuyente.

Por otro lado, las plataformas digitales deben remitir a la Administración Tributaria toda la información necesaria de los registros y operaciones que hayan llevado a cabo cada uno de los usuarios. Para ello, SUNAT debe ordenar mediante una norma que las plataformas digitales presenten sus declaraciones informativas.

Por último, cabe mencionar que en el caso de personas físicas con negocios digitales que no se hayan inscrito en las plataformas digitales designadas, la SUNAT tiene la facultad de inscribir de oficio al contribuyente en el régimen correspondiente. No obstante, la finalidad primordial de la administración tributaria es invitar a formalizar a la mayor cantidad de contribuyentes posibles, es por ello que se ha fijado un porcentaje mínimo.

### **3.2.2.2 Un análisis crítico de esta solución es como sigue**

- a. Contexto de la modificación; la modificación de normas tributarias, juega un papel muy importante, ya que permitirá el correcto funcionamiento de las plataformas, y así, que estas mismas cumplan con los objetivos establecidos.
- b. Flexibilidad y Adaptación; la incorporación de plataformas digitales proporciona una forma relativamente ágil de adaptar la normativa tributaria a los cambios en la economía digital. Esto puede permitir respuestas más rápidas a las dinámicas del comercio electrónico en constante evolución; es decir, puede permitir ajustes oportunos en las regulaciones tributarias para mantenerse al día con las innovaciones y las nuevas formas de negocios en línea.
- c. Mecanismos de Cooperación; las plataformas digitales facilitarán la regulación de los negocios digitales, remitiendo la información mediante declaraciones informativas, tal y como se realiza a través de las declaraciones anuales que efectúan los notarios, es decir que las plataformas digitales presenten los datos de cada uno de los usuarios registrados, precisando la información necesaria (transacciones, ventas y operaciones) coadyuvando con la labor de control y fiscalización.
- d. Supervisión y aplicación efectiva; junto con la reforma de las normas tributarias, es crucial fortalecer los mecanismos de supervisión y aplicación para garantizar que las regulaciones se cumplan adecuadamente. Esto puede incluir auditorías específicas para actividades digitales y la cooperación con otras entidades en la recolección de impuestos.
- e. Evaluación periódica; Una vez puesto en práctica dicha alternativa de solución, se debe establecer un proceso de evaluación trimestral, el cual es un plazo mesurado entre el costo

que implica dicha valoración y la determinación de su eficacia, lo que permite realizar ajustes si es necesario. La tecnología y el comercio electrónico están en constante evolución, en consecuencia, las regulaciones deben adaptarse para seguir siendo relevantes.

### **3.2.3 Solución 3. Nuevo Régimen Digital**

Siguiendo con las alternativas de solución, podemos finalizar con la posibilidad de abordar el problema de la tributación de las personas con negocios digitales creando un Nuevo Régimen Digital (NRD), un régimen fiscal diseñado específicamente para la economía digital. El NRD sería un régimen tributario simplificado que permitiría a las personas naturales con negocios digitales pagar una tarifa mensual proporcional a las ganancias obtenidas.

Se trata de un régimen coherente con los ingresos percibidos por un contribuyente (C2C), es decir que el pago del impuesto se condice con el ingreso real proveniente de las operaciones comerciales que han realizado.

En ese marco, si bien es cierto el impuesto que asumirán los contribuyentes es proporcional a las ganancias obtenidas producto de las operaciones realizadas, se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones para el cálculo del impuesto:

Se debe presentar una declaración mensual mediante la plataforma de SUNAT, en donde deben registrar los ingresos y egresos que se han realizado en el mes, con la finalidad de obtener el valor real de sus ganancias.

El impuesto a pagar será el 1 % de las ganancias obtenidas, si estas no superan el valor de una Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

Si las ganancias obtenidas superan el valor de una UIT, deberán pagar un monto correspondiente al 2 % del monto producido.

Asimismo, la SUNAT empleará diversas herramientas tecnológicas y requerirá la cooperación de las distintas plataformas digitales para obtener información que permita un mayor control de los negocios digitales.

Por su parte, Gonzales (2020) propone algunas alternativas como: (i) automatización digital; las administraciones tributarias pueden mejorar la interacción entre los contribuyentes y los funcionarios tributarios al conectar los sistemas de contabilidad corporativa con las plataformas de presentación y pago electrónicos; (ii) pagos digital, a través de teléfonos móviles y otros dispositivos, también puede ser revisado y auditado por las administraciones tributarias; (iii) El uso de big data y tecnología blockchain; puede fortalecer la recopilación y gestión de información, sugiriendo la simplificación del registro de impuestos en línea, la retención de impuestos a través de la plataforma de red y la presentación de reportes de información de la

plataforma de red son esquemas efectivos para la recaudación y gestión de impuestos en la economía digital.

Esta medida reduciría la carga administrativa tanto para los contribuyentes como para los funcionarios tributarios, al tiempo que aumentaría el cumplimiento tributario y la recaudación de ingresos. La creación de un NRD requeriría cambios en la legislación tributaria actual. Sin embargo, esta solución tiene el potencial de simplificar el proceso tributario para las personas con negocios digitales y facilitar su cumplimiento con las regulaciones tributarias. El NRD podría diseñarse teniendo en cuenta las características únicas de la economía digital, como el uso de plataformas digitales y redes sociales, y podría implementarse de manera coherente con las normas fiscales vigentes.

En ese mismo orden de ideas, la Administración tributaria debe otorgar beneficios e incentivos que le permitan al contribuyente obtener un aprovechamiento colectivo que contribuirá a una adecuada cultura tributaria.

- a. Facilidades para acceder a un programa de financiamiento estatal; al tener un registro de los ingresos generados por el contribuyente, se le permite acceder a un financiamiento preferencial del COFIDE, con tasas especiales, que impulsen el desarrollo de los emprendimientos en el país.
- b. Capacitación técnica, Se trata de uno de los aspectos más importantes, es por ello que se debe priorizar brindando una asesoría técnica especializada reforzando diversos conocimientos, tales como: las obligaciones tributarias y su importancia, capacitaciones correspondientes al giro de negocio, y la administración de la empresa. Todo ello se debería realizar en instituciones, universidades, etc. que permitan empezar a forjar una óptima cultura tributaria y por ende la formalización.
- c. Fiscalización de la Administración tributaria a partir de la formalización, si el contribuyente ha formalizado de manera voluntaria, la administración tributaria sólo puede ejercer acciones de control y fiscalización de periodos posteriores a dicha formalización.
- d. Licitaciones públicas, para poder obtener licitaciones, contrataciones con el estado u otorgamientos, el contribuyente debe estar correctamente formalizado y no mantener ninguna deuda de carácter tributario.

#### **3.2.3.1 El análisis crítico de la propuesta**

- a. Necesidad de adaptación; el entorno de negocios ha evolucionado significativamente con la digitalización, lo que incluye nuevas formas de generación de ingresos a través de plataformas digitales y redes sociales. Ello, orilla a la necesidad de adaptar las regulaciones tributarias para abordar de manera adecuada esta nueva realidad. La creación de un nuevo

régimen digital, podría adaptarse específicamente a estas actividades y ser una respuesta adecuada para lidiar con las particularidades de los negocios digitales.

- b. Simplicidad y claridad; cualquier nuevo régimen debe ser claro y simple en su estructura para facilitar el cumplimiento tributario. Esto beneficiaría tanto a las personas naturales involucradas en negocios digitales, como a la administración tributaria.
- c. Equidad y competencia; es importante evaluar si el nuevo régimen digital garantiza una tributación equitativa para todos los actores involucrados en el negocio digital. Además, se debe evitar la creación de ventajas competitivas injustas para ciertos negocios digitales en detrimento de otros. El nuevo régimen debe garantizar que todos los actores en el negocio digital tributen de manera justa. Esto significa que las tasas impositivas deben ser equitativas y que no se deben otorgar ventajas fiscales injustas a ciertos tipos de negocios digitales sobre otros. La competencia justa es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad del ecosistema del negocio digital.
- d. Fomento del cumplimiento tributario; el nuevo régimen debe incentivar el cumplimiento tributario en lugar de desincentivar. Esto podría lograrse a través de beneficios fiscales para aquellos que cumplen con sus obligaciones tributarias. En otros términos, debe fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. Esto podría lograrse a través de incentivos fiscales, como deducciones o créditos fiscales para aquellos que cumplan puntualmente con sus impuestos. Un enfoque punitivo podría desincentivar el cumplimiento y aumentar la evasión.
- e. Supervisión y control; la implementación de un nuevo régimen digital también debe incluir mecanismos efectivos de supervisión y control para prevenir el fraude fiscal y la evasión. Esto podría implicar la colaboración con plataformas digitales y redes sociales para rastrear las transacciones y los ingresos, así como auditorías selectivas para verificar el cumplimiento.
- f. Colaboración con plataformas digitales; es crucial considerar la colaboración de las plataformas digitales y redes sociales en la recolección de impuestos, por la complejidad de rastrear las transacciones en línea. Esto podría requerir acuerdos que permitan a la administración tributaria acceder a datos relevantes de manera oportuna y segura. Esta colaboración es fundamental para garantizar la transparencia y la eficacia en la recaudación.

### 3.3 Aspecto Temporal y espacial del tributo

Es necesario definir los aspectos temporales y espaciales de un impuesto en un nuevo régimen digital, para asegurarnos de que los dueños de negocios digitales comprendan cuándo y dónde deben pagar impuestos.

#### 3.3.1 *Aspecto temporal*

El aspecto temporal de un impuesto se refiere al momento en que se considera que ha ocurrido el hecho imponible, lo que establece el momento en que se genera la obligación tributaria (De Los Rios 2020). En el contexto de un nuevo régimen digital, es fundamental definir claramente el aspecto temporal del impuesto para asegurarnos de que las personas naturales con negocios digitales comprendan cuándo están obligados a pagar impuestos.

En relación a este punto se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a. Frecuencia de pago; el aspecto temporal del tributo implica determinar con qué frecuencia se deben realizar los pagos de impuestos. En el caso de los negocios digitales, pese a que los ingresos pueden ser irregulares y fluctuantes, la frecuencia de pago debe ser mensual, tal y como se realiza en los demás regímenes.
- b. Sincronización con ingresos; es fundamental que el momento de los pagos de impuestos esté sincronizado con la generación de ingresos. Esto garantiza que los contribuyentes tengan la capacidad de cumplir con sus obligaciones fiscales sin crear una carga financiera insostenible.
- c. Estacionalidad; algunos negocios digitales pueden experimentar estacionalidad en sus ingresos, como tiendas en línea que venden productos estacionales. El aspecto temporal del tributo debe considerar estas fluctuaciones y permitir cierta flexibilidad en los pagos.
- d. Plazos de declaración y pago; los plazos para presentar declaraciones de impuestos y realizar los pagos deben ser razonables y proporcionar a los contribuyentes el tiempo suficiente para cumplir con sus obligaciones. La complejidad de la declaración y el pago en línea debe considerarse en este aspecto.
- e. Coordinación con soluciones propuestas; cada una de las soluciones propuestas (Incorporar los N.D al NRUS, Colaboración con las diversas plataformas digitales, Nuevo Régimen Digital) tendrá implicaciones en el aspecto temporal del tributo. Por ejemplo, si se crea un nuevo régimen, es necesario determinar cuándo y cómo se aplicará este régimen en relación con las regulaciones existentes.
- f. Efecto en la liquidez; el momento de los pagos de impuestos puede tener un impacto significativo en la liquidez de los negocios digitales. Si los pagos se realizan en momentos

inoportunos o si las tasas impositivas son demasiado altas, esto podría afectar negativamente la capacidad de inversión y crecimiento de estos negocios.

- g. Educación y concientización; en el aspecto temporal del tributo, es importante tener en cuenta la necesidad de educar a los contribuyentes sobre los plazos y las fechas de pago. La falta de conciencia sobre las obligaciones tributarias puede llevar a retrasos involuntarios en el cumplimiento.

### **3.3.2 Aspecto espacial del tributo**

El aspecto espacial de un impuesto se refiere al territorio geográfico donde se aplica el impuesto (De Los Rios 2020). En el contexto de un nuevo régimen digital, es fundamental definir claramente el aspecto espacial del impuesto para asegurarnos de que los dueños de negocios digitales comprendan dónde deben pagar impuestos. Esto podría implicar considerar la presencia digital como un factor sujeto a impuestos, tal como se menciona en las características propuestas de un nuevo régimen digital.

Aquí algunas consideraciones clave a tener en cuenta:

- a. Jurisdicción territorial; el aspecto espacial del tributo implica determinar la jurisdicción territorial en la que se deben pagar los impuestos generados por los negocios digitales. Dado que el comercio electrónico es intrínsecamente global, es crucial establecer reglas claras sobre cuál es la jurisdicción fiscal aplicable, en este caso, debido a la naturaleza de los negocios, resulta conveniente utilizar el criterio de aprovechamiento económico, dicho de otro modo, la obligación tributaria se generará en el lugar donde se aprecien los beneficios económicos.
- b. Presencia física vs. digital; los negocios digitales pueden operar sin una presencia física tradicional en un lugar geográfico específico. Esto plantea desafíos para determinar la ubicación fiscal de estos negocios y, por lo tanto, la jurisdicción en la que deben tributar.
- c. Doble imposición internacional; la tributación de negocios digitales a menudo involucra cuestiones de doble imposición internacional, donde un negocio puede ser gravado en múltiples jurisdicciones por los mismos ingresos. El aspecto espacial del tributo debe abordar esta cuestión y evitar la doble tributación.
- d. Lugar de consumo vs. Origen; la tributación de negocios digitales también plantea la cuestión de si los impuestos deben basarse en el lugar de consumo (donde se realiza la compra) o en el lugar de origen (donde se genera la venta). Esta elección puede tener un impacto significativo en la distribución de ingresos fiscales entre diferentes jurisdicciones.
- e. Acuerdos internacionales; en un mundo globalizado, es esencial considerar acuerdos internacionales sobre tributación para evitar conflictos y garantizar una tributación justa y

coordinada. Los acuerdos bilaterales o multilaterales pueden ser necesarios para definir las reglas de tributación transfronteriza.

- f. f. Colaboración internacional; dado que el comercio electrónico a menudo cruza fronteras, la colaboración internacional en la recolección de impuestos es esencial. En ese sentido, la OCDE ha establecido acuerdos y regula distintos parámetros sobre intercambio de información en materia tributaria, la cual tiene como objeto promover la cooperación entre países para compartir información y garantizar que los ingresos sean debidamente gravados. (OCDE 2022)

### **3.4 Aspectos positivos y negativos de las posibles soluciones**

#### **3.4.1 Ventajas**

Respecto a la solución 1: Incorporar el ND al NRUS

- a. Simplificación del proceso tributario para las personas naturales con negocios digitales. El NRUS se caracteriza por su simplicidad y la reducción de trámites burocráticos, lo que podría ser beneficioso para los contribuyentes. No obstante, es importante asegurarse de que esta simplificación no se traduzca en una tributación insuficiente o injusta.
- b. Reducción de la carga administrativa, esto podría significar menos trabajo en términos de presentación de declaraciones, seguimiento de impuestos y procesamiento de información. Empero, es importante garantizar que la administración tributaria tenga la información y los recursos necesarios para supervisar adecuadamente las actividades de los ND y verificar la precisión de las declaraciones.
- c. Aumento del cumplimiento tributario y la recaudación de ingresos, cuando las obligaciones fiscales son menos onerosas y más fáciles de cumplir, es más probable que los contribuyentes cumplan voluntariamente con sus responsabilidades tributarias, lo que podría aumentar la recaudación de ingresos. No obstante, si el NRUS no toma en cuenta los ingresos reales de los ND, podría haber una falsa tributación, lo que afectaría negativamente la recaudación.
- d. Monitoreo y fiscalización efectiva, podría facilitar el monitoreo y la fiscalización de las actividades de los ND, ya que se integrarían en un régimen tributario simplificado. Esto permitiría a la administración tributaria tener un mejor control sobre estas actividades. Sin embargo, es necesario que la administración tributaria esté preparada para supervisar adecuadamente a los ND y detectar posibles evasiones fiscales.

Respecto a la solución 2. Colaboración con las diversas plataformas digitales

- a. Adaptación a la realidad digital; la modificación de las normas tributarias permite una adaptación específica a la realidad digital en constante evolución. Puede brindar la

flexibilidad necesaria para ajustar las regulaciones tributarias a medida que surgen nuevas tecnologías y modelos de negocio en línea.

- b. Simplificación y claridad; la implementación de las plataformas digitales, puede simplificar y aclarar las regulaciones tributarias para los negocios digitales. Esto puede reducir la incertidumbre y facilitar el cumplimiento tributario.
- c. Facilita la supervisión y control de las actividades digitales. Al estar sometidos a un sistema de registro digital propio de la Administración Tributaria, se obtendrá un mayor control de las transacciones comerciales, lo que puede ayudar con la prevención del fraude fiscal y la evasión tributaria.
- d. Colaboración con plataformas digitales, al ser propias de una entidad de la Administración Tributaria, facilitarán que la SUNAT logre obtener la información que requiera. En ese sentido, la reforma de las normas tributarias puede establecer las bases para una colaboración más efectiva entre la administración tributaria y las plataformas digitales en la recaudación de impuestos. Sin embargo, esta propuesta plantea desafíos en términos de protección de datos y la cooperación efectiva con otras entidades.

#### Respecto a la solución 3. Nuevo Régimen Digital

- a. Adaptación específica a la realidad digital (en constante evolución) esto significa que las regulaciones tributarias pueden diseñarse desde cero, teniendo en cuenta las peculiaridades de los negocios digitales. La adaptación es esencial, pero crear un nuevo régimen también puede ser un proceso largo y complejo. Se debe garantizar que las regulaciones sean efectivas y justas desde el principio, lo que requiere una planificación cuidadosa.
- b. Flexibilidad en la definición de ingresos digitales, lo que facilitaría la captura de diversas formas de ingresos generados en línea. No obstante, puede aumentar la complejidad, es importante definir claramente qué se considera un ingreso digital para evitar ambigüedades y disputas.
- c. Personalización de las tasas y reglas para adaptarse a la diversidad de negocios digitales. Esto puede permitir una tributación más justa y proporcional. Pero también puede aumentar la complejidad y la carga administrativa para la administración tributaria y los contribuyentes. Debe manejarse cuidadosamente.
- d. Fomento de la innovación y el crecimiento digital, un régimen digital bien diseñado puede fomentar la innovación y el crecimiento de los negocios digitales al proporcionar incentivos fiscales adecuados y un entorno tributario predecible. No obstante, deben ser cuidadosamente evaluados para evitar abusos.

### 3.4.2 *Desventajas*

En relación a la solución 1: Incorporar los ND al NRUS

- a. Posible tributación por debajo de los ingresos reales, el NRUS generalmente implica tasas impositivas bajas y simplificaciones significativas. Si las tasas se mantienen bajas para los ND, esto podría resultar en una tributación insuficiente dada la naturaleza lucrativa de muchos negocios digitales. Es esencial garantizar que las tasas impositivas en el NRUS sean adecuadas para capturar los ingresos reales de los ND. De lo contrario, se podría perder una parte significativa de la recaudación fiscal.
- b. Equidad Tributaria, algunos negocios digitales pueden generar ingresos considerables, mientras que otros pueden tener ingresos más modestos. Si todos se agrupan en el NRUS con las mismas tasas y reglas, podría resultar en una carga desigual para diferentes contribuyentes. Por ello, es necesario establecer categorías o rangos de ingresos dentro del NRUS que reflejen mejor la diversidad de ingresos generados por los ND y eviten una tributación injusta.
- c. Dificultad en la Fiscalización, los negocios digitales operan en línea y pueden ser difíciles de rastrear y fiscalizar de manera efectiva. Incorporarlos al NRUS podría dificultar aún más la fiscalización de estas actividades y aumentar el riesgo de evasión fiscal. Por tanto, se requerirá una mayor inversión en tecnología y capacidad de fiscalización por parte de la administración tributaria para abordar este desafío. Además, se deben establecer mecanismos efectivos para rastrear los ingresos digitales.
- d. Complejidad en la clasificación de negocios digitales, es decir, puede ser complicada debido a la diversidad de modelos de negocio en línea. Definir qué actividades califican como negocios digitales y cuáles no podría ser un desafío en sí mismo. Es importante tener criterios claros y específicos para clasificar los negocios digitales y determinar su elegibilidad para el NRUS. Esto podría requerir definiciones detalladas en la legislación.
- e. Impacto en la recaudación, la incorporación de los ND al NRUS podría tener un impacto negativo en la recaudación total de impuestos si no se establecen tasas adecuadas. Se debe realizar una evaluación cuidadosa del impacto fiscal de esta medida y considerar medidas compensatorias si la recaudación disminuye significativamente.

En relación a la solución 2. Colaboración con las diversas plataformas digitales.

- a. Complejidad Normativa, es decir, podría aumentar la complejidad normativa en el ámbito de los negocios digitales. La incorporación de nuevas regulaciones o cambios en las existentes puede generar confusión tanto para los contribuyentes como para los funcionarios tributarios. Por tanto, se debe proporcionar orientación adecuada a los

contribuyentes para asegurarse de que comprendan y puedan cumplir con las nuevas regulaciones.

- b. Posibles conflictos con la ley tributaria, si no se armonizan adecuadamente, esto podría generar ambigüedad y disputas legales. Cualquier modificación debe estar en plena conformidad con la ley tributaria vigente.
- c. Posible desafío en la aplicación práctica, especialmente si implican cambios sustanciales en la forma en que se tributa por los negocios digitales. Esto podría requerir una adaptación significativa por parte de la administración tributaria y los contribuyentes. Por ello, es necesario un período de transición gradual.
- d. Errores en la tecnología y mala gestión, al emplear estas plataformas digitales como agentes de retención de todos los contribuyentes que se suscriben a la misma, puede presentar fallas o errores en la declaración de los impuestos presentados.
- e. Incumplimiento de los parámetros establecidos en la plataforma, el vendedor registrado podría pretender evitar las normas y regulaciones establecidas en la plataforma, con la finalidad de eludir el registro de las operaciones comerciales y evadir el pago de impuestos.

#### En relación a la solución 3. Nuevo Régimen Digital

- a. Complejidad en la implementación, es decir, es un proceso que podría ser intrincado y llevar tiempo. Implicaría la redacción y aprobación de nueva legislación tributaria, la creación de estructuras administrativas específicas y la capacitación tanto de funcionarios tributarios como de contribuyentes. La complejidad de implementación puede retrasar la puesta en marcha del régimen y crear incertidumbre para los contribuyentes y la administración tributaria. Se necesita una planificación y ejecución cuidadosas para minimizar estas dificultades.
- b. Posible resistencia de los contribuyentes, especialmente aquellos que operan negocios digitales, pueden resistirse a la implementación de un nuevo régimen. Podrían verlo como una carga adicional y potencialmente onerosa. Por ello, es importante llevar a cabo campañas de concientización y comunicación efectivas para explicar los beneficios y la necesidad del régimen.
- c. Desafíos en la definición de ingresos digitales, esto es, definir qué se considera un ingreso digital. La diversidad de modelos de negocio en línea puede hacer que esta tarea sea complicada y pueda llevar a disputas sobre la clasificación correcta. Esto requiere un análisis exhaustivo de las diferentes formas de ingresos digitales.

### 3.5 La solución aplicable más idónea

Con base en los resultados de la búsqueda, la solución más adecuada para la tributación de personas naturales con negocios digitales en el Perú dependería de diversos factores, como las características de la economía digital del país, el sistema tributario y la capacidad administrativa de las autoridades tributarias. Sin embargo, aquí hay algunas ideas que podrían ayudar a determinar la solución más adecuada:

- Solución 1: Incorporar los ND al NRUS; podría simplificar el proceso tributario para las personas con negocios digitales y facilitarles el cumplimiento de las regulaciones tributarias. Sin embargo, puede que no sea la solución más eficaz, puesto que no permite una correcta tributación de acuerdo a los ingresos reales del contribuyente, así como tampoco es la vía más idónea para aumentar los ingresos de la economía digital.
- Solución 2: Colaboración con las diversas plataformas digitales para adecuar un régimen tributario especial para personas naturales con negocios digitales. Este modelo podría ser más efectivo para recaudar ingresos de la economía digital. Sin embargo, su implementación y cumplimiento puede incurrir en gastos excesivos para la Administración Tributaria, en donde la inversión sea mayor al beneficio que pueda obtenerse, ya que también se requiere una capacidad administrativa significativa.
- Solución 3: Crear un nuevo régimen digital, podría ser la solución más adecuada para la tributación de personas naturales con negocios digitales en Perú. Esta solución podría tener en cuenta las características únicas de la economía digital y proporcionar una forma más efectiva y eficiente de recaudar ingresos de la economía digital, puesto que es la alternativa con mayores beneficios a largo plazo, y que permite un constante desarrollo en las normas de fiscalización de acuerdo a los diversos cambios y/o fluctuaciones que se han venido dando en la economía digital, es decir que es de acuerdo a las circunstancias. Sin embargo, su diseño e implementación requeriría una voluntad política y una capacidad administrativa significativas, puesto que, para obtener un óptimo resultado, se requiere de un crecimiento en la cultura tributaria.

## Conclusiones

**Primero.** La naturaleza virtual de los negocios digitales se ha traducido en un gran problema para la Administración Tributaria, puesto que, dificulta determinar la ubicación del negocio y la jurisdicción fiscal que tiene el poder exclusivo de gravar los ingresos generados por el negocio. Por su parte, la SUNAT ha emitido el Decreto Legislativo N° 1524 con la finalidad de regular a dichos negocios digitales (C2C), sin embargo, se puede ver reflejado que la regulación actual carece de profundidad y no ha logrado fiscalizar eficientemente estos temas que tomaron mayor preponderancia en los tiempos más difíciles que acaeció en el mundo como es la pandemia Covid 19. Por ello, es necesario una solución alternativa para garantizar el pago justo de los impuestos de las personas naturales con negocios digitales.

**Segundo.** Las soluciones propuestas, como incorporar el ND al NRUS, colaboración con diversas plataformas digitales o la creación de un Nuevo Régimen Digital (NRD), tienen el potencial de simplificar el proceso tributario para las personas con negocios digitales y aumentar el cumplimiento tributario y por ende, la recaudación de ingresos.

Como ya hemos analizado anteriormente, cada una de ellas presenta ciertas ventajas y desventajas, la cual pueden hacer más o menos atractiva a cada una de las propuestas. Asimismo, debemos atender a diversos factores, como las características de la economía digital en el país, el sistema tributario y la capacidad administrativa de las autoridades tributarias.

Es por ello que, la alternativa de solución más adecuada para la tributación de personas físicas con negocios digitales es crear un Nuevo Régimen Digital (NRD), que permita regular correctamente este modelo de negocios, y que, a su vez, incentive que la cultura tributaria crezca mediante una tributación proporcional y el aprovechamiento de beneficios que ofrece este nuevo régimen.

Si bien, esta propuesta representa diversos desafíos para la Administración Tributaria, los cuales ya han sido esbozados en líneas anteriores, permitirá proporcionar una forma más eficiente y efectiva de recaudar ingresos, puesto que es la alternativa con mayores beneficios a lo largo del tiempo, generando a una acertada regulación a este actual modelo de negocio.

**Tercero.** La falta de orientación tributaria es un factor importante que contribuye al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de las personas físicas con negocios digitales en el Perú. En puridad, al tratarse de un tema nuevo y complejo, requiere de las facultades y capacidades de la Administración tributaria, así como un análisis cuidadoso y exhaustivo para adaptar este nuevo modelo a nuestro sistema tributario, con la finalidad de poder expresarlo y representarlo como una oportunidad para todos los ciudadanos y un

aprovechamiento colectivo. Permitted que la Administración Pública y los contribuyentes trabajen en pro del desarrollo del país.



## Referencias

- Álamo, R. 2020. «La necesidad de un cambio tributario en materia de economía digital.» *Revista Vasca de economía (Ekonomiaz)* (98): pp. 108-125.
- Allevato, G., y A. Vico. 2021. «Gravar la economía digital: ¿es un impuesto sobre los servicios digitales la solución adecuada?» *Cuadernos de información económica* (Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS)) 280: pp. 23-32.
- Alva, M. 2020. *Evasión tributaria*. Instituto Pacífico.
- Atachahua, W. 2020. «Fiscalización tributaria y comercio electrónico en las redes sociales - provincia de coronel portillo, año 2020.» Tesis de título, Universidad Nacional de Ucayali.  
[http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5572/B4\\_2023\\_UNU\\_CONTABILIDAD\\_T\\_2022\\_WALDIR\\_ATACHAHUA.pdf?sequence=3](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5572/B4_2023_UNU_CONTABILIDAD_T_2022_WALDIR_ATACHAHUA.pdf?sequence=3).
- Ayala, W.A. 2020. «Fiscalización tributaria y comercio electrónico en las redes sociales – provincia de Coronel Portillo, año 2020.» Tesis de título, Universidad Nacional de Ucayali.
- Bilbao, C. 2019. «Localización tributaria de los negocios jurídicos realizados en el comercio electrónico por personas fiscales.» *Documentos - Instituto de Estudios Fiscales* (6): pp. 99-112.
- Cabrera, M.A., y et al. 2021. «Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú.» *Revista de Ciencias Sociales* (27): pp. 204-218.  
doi:<https://doi.org/10.31876/rce.v27i.36503>.
- Choque, I.A. 2021. «Impacto de la economía digital en la recaudación tributaria del Perú.» Tesis de título, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.  
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17520>.
- De Los Rios, R.A. 2020. «El caso del poder impositivo territorial en el aspecto especial del Impuesto de Industria y Comercio en la ciudad de Medellín. Una mirada constitucional bajo el análisis de ponderación.» *Revista de derecho fiscal*.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/5940/9227>.
- Dodero, S. R., y L.C. Zavaleta. 2022. «E-commerce y su impacto en la evasión tributaria en los comerciantes pertenecientes al RER en las galerías del mercado covida, los Olivos, periodo 2020-2022.» Tesis de título, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/662311/Dodero\\_GS.pdf?sequence](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/662311/Dodero_GS.pdf?sequence).

- Duran, L.A. 2020. «Diferencias en el tratamiento de la noción de establecimiento permanente en la legislación nacional y los CDI y su consecuencia en la tributación en el Perú por rentas empresariales de sujetos no domiciliados.» *Portal Asociación Fiscal Internacional*. [https://ifaperu.org/wp-content/uploads/2020/07/319\\_04\\_duran-1.pdf](https://ifaperu.org/wp-content/uploads/2020/07/319_04_duran-1.pdf).
- Echaiz Moreno, D., y S. Echaiz Moreno. 2014. «La elusión tributaria: análisis crítico de la actual normatividad y propuestas para una futura reforma.» *Derecho & Sociedad* pp. 151-167.
- Fierro, Y. 2020. «Conceptos de economía digital aplicados a la fiscalidad internacional.» *Iuris Dictio* (236): pp. 93-103.
- Galíndez, J.L, y F. Medrano. 2021. «Los desafíos de la tributación de la economía digital en América Latina. Nuevos paradigmas del derecho tributario por COVID-19.» *Humberto J. Bertazza* pp. 1-12.
- Giulio, G., y A. De Vito. 2021. «Gravar la economía digital: ¿es un impuesto sobre los servicios digitales la solución adecuada?» *Cuadernos de información económica* (280): pp. 23-32.
- Gonzales, D. 2020. «Alternatives to tax the digital economy.» *CIT. Inter-American Center of Tax Administrations*. <https://www.ciat.org/alternatives-to-tax-the-digital-economy/?lang=en>.
- Guerra, O.D., y R.L. Grijalba. 2021. «La fiscalización y su influencia en los ingresos públicos del impuesto a la renta de tercera categoría en el comercio electrónico en Lima metropolitana, año 2019.» Trabajo de suficiencia, Universidad San Martín de Porres. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8533/guerra\\_fod-grijalba\\_prl.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8533/guerra_fod-grijalba_prl.pdf?isAllowed=y&sequence=1).
- Hotmart. 2022. «¿Qué son los negocios digitales, para qué sirven y cómo iniciar uno con éxito? ¿Qué son los negocios digitales, para qué sirven y cómo iniciarlos? .» *Hotmart*. <https://hotmart.com/es/blog/negocios-digitales>.
- Huanca, I. 2019. «El comercio electrónico prestado por sujetos no domiciliados a personas naturales no habituales: implicancias en el impuesto general a las ventas.» Tesis de maestría, Universidad de Lima. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/9435/Huanca\\_Vargas\\_Ivonne.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/9435/Huanca_Vargas_Ivonne.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Iribarra, E. 2016. «La equidad tributaria en el comercio digital según la OCDE, y sus desafíos para la recaudación fiscal.» *Revista De Estudios Tributarios* (14): pp. 241-270. <https://revistaestudiostributarios.uchile.cl/index.php/RET/article/view/40287>.

- Juan de Assembler Institute. 2022. «Qué es un negocio digital y modelos de negocios digitales más usados.» *Assembler Institute*. <https://assemblerinstitute.com/blog/negocios-digitales/>.
- Kresalja, B., y C. Ochoa. 2019. «Derecho constitucional económico.» *Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú*.
- Lay, J.A. 2015. «El aspecto constitucional del tributo. LEX.» *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política* 13 (16): pp. 280-314. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/860/811>.
- Lazaro, K.M. 2020. «Negocios digitales y su incidencia en la evasión tributaria en las empresas que comercializan productos y servicios por internet en Lima Metropolitana, año 2020.» Tesis de título, Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.1269>.
- Luján, A. 2018. «Principales diferencias entre economía de opción, elusión tributaria y defraudación tributaria en el ordenamiento jurídico peruano.» *IUS 360*. <https://ius360.com/principales-diferencias-entre-economia-de-opcion-elusion-tributaria-y-defraudacion-tributaria-en-el-ordenamiento-juridico-peruano/>.
- Mena, J.H., y et al. 2022. «Economía Digital y Tributación.» *Tecno Humanismo* 2 (2): 64-97.
- Merino, J.M. 2020. «Ingresos digitales - impuestos análogos.» *Revista Economía y Negocios* 11 (2): 37-47.
- Monge, G.J. 2021. «Tratamiento de los deberes constitucionales de la persona en el Perú: Una introducción.» *FORSETI, Revista de Derecho* 9 (13): 46-64.
- Obando, M.L. 2021. «El régimen económico constitucional y el Sistema Nacional de Bienes Estatales.» *LP, Pasión por el Derecho*. 25 de octubre. <https://lpderecho.pe/regimen-economico-constitucional-sistema-nacional-bienes-estatales/>.
- OCDE. 2022. «Estadísticas tributarias en América Latina y el Caribe 2022 – Perú. Portal.» *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico- OCDE*. <https://www.oecd.org/tax/tax-policy/estadisticas-tributarias-america-latina-caribe-peru.pdf>.
- OECD. 2023. *Apoyo a la digitalización de las administraciones tributarias de los países en desarrollo*. OSDE.
- Organization for Economic Co-operation and Development. 2019. «Unpacking E-commerce: Business models, trends and policies. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD).» <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf>.

- Pauner, C. 2019. «El deber constitucional de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos.» Tesis doctoral, Universitat Jaume I. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=83148>.
- Pazmiño, J. 2020. «Impuesto a la renta en la economía digital. ¿Cuál es la situación del Ecuador?» 105-119. <http://dx.doi.org/10.18272/iu.v26i26.1834>.
- Puerto, N.R. 2019. «Ventajas más comunes en la implementación de e-commerce que deben conocer las empresas en Colombia.» Tesis de título, Universidad de Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/21399>.
- Rodríguez, L. 2019. «La tributación frente a las plataformas digitales.» Tesis de título, Universidad Católica San Pablo. <https://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/20.500.12590/16736>.
- Rojo, L.D. 2005. «Alcances del deber de contribuir en el Perú a partir de la jurisprudencia del Tribunal Constitucional.» *Derecho & Sociedad* pp. 12-16.
- Royo, J.M. 2021. «La tributación local ante el reto de la economía digital. Gabilex.» *Revista del Gabinete Jurídico de Castilla - La Mancha* (26): pp. 15-48.
- Ruiz de Castilla, F. 2017. *Derecho tributario: temas básicos*. Fondo Editorial, Pontificia Universidad Católica del Perú.

## Apéndices



## **Apéndice A. Encuesta a personas naturales que realizan transacciones comerciales mediante plataforma digitales**

Con la finalidad de continuar con nuestro trabajo de investigación hemos realizado una encuesta dirigida a personas naturales que se dedican a realizar transacciones comerciales de productos o servicios mediante plataformas digitales.

Para calcular el tamaño de la muestra de nuestra población a quien irá dirigida, se ha tenido en cuenta lo siguiente:

Como el tamaño N de la población de personas naturales con negocios digitales no se conoce, se consideran como infinita dicho tamaño. En este caso, la fórmula a utilizar con el objetivo de determinar el tamaño de muestra, para estimar una proporción es:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 PQ}{e_1^2}$$

$P = 0.5$ ; Que representa la proporción de personas naturales con negocios digitales que no han formalizado.

$Q = 1 - P$  = Proporción de personas naturales con negocios digitales que si han formalizado.

Nivel de significancia =  $1 - \alpha = 0.95$  (95%)

$$Z_{0.025} = 1.96$$

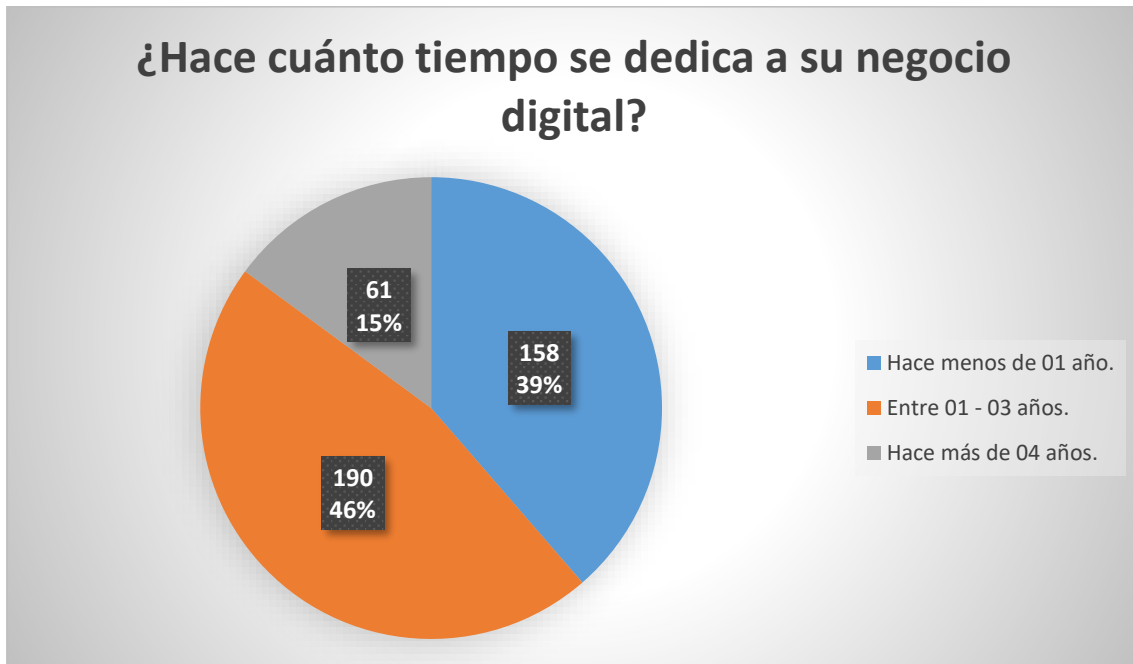
Error de muestreo =  $e = 0.05$

$Q = 1/2$  con  $P + Q = 1$ .

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 PQ}{e_1^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384.16 \approx 384 \text{ personas naturales con negocios digitales.}$$

De esta manera obtenemos que según la fórmula debemos realizar 384 encuestas como mínimo. No obstante, se pudieron obtener favorablemente un mayor número de encuestas de las previstas anteriormente, siendo un total de 411 respuestas obtenidas.

Asimismo, cabe señalar que dicha encuesta se ha realizado de manera digital mediante la plataforma de Google Forms, manteniendo en anonimato la identidad de los encuestados.

**Figura A1.***Gráfico o circular del tiempo dedicado a su negocio***Tabla A1.***Tiempo dedicado a su negocio*

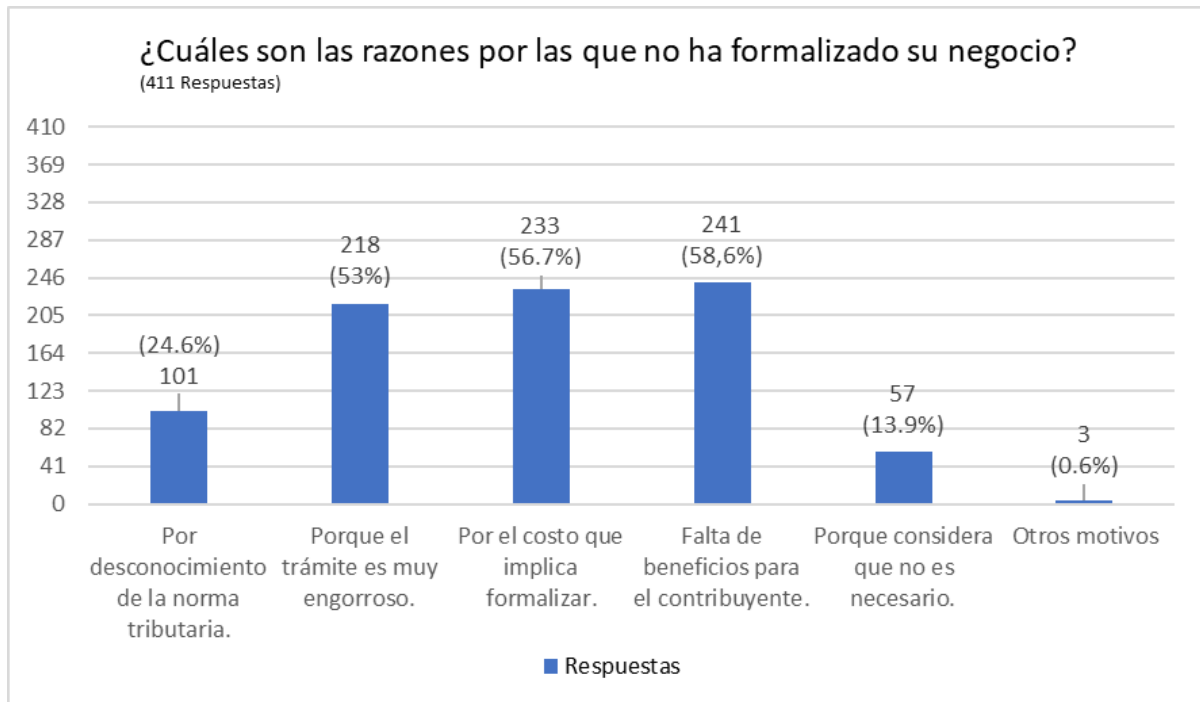
¿Hace cuánto tiempo se dedica a su negocio digital?		
Tiempo dedicado al negocio	Número de respuestas	Porcentaje (%)
Menos de 01 año	158	38.6 %
Entre 01 – 03 años	190	46.5 %
Más de 04 años	61	14.9 %
Total	409	100.0 %

Cabe precisar que responder a esta pregunta no fue de carácter obligatorio, es por ello que se han obtenido 409 respuestas, a pesar de haber encuestado a 411 personas. Sin embargo, no ha representado un problema para conseguir nuestros objetivos.

Tomando en cuenta esto, podemos evidenciar que el mayor número de personas encuestadas (190- 46 %) creó su negocio entre los años 2020, 2021 y 2022, seguido por las personas que tienen su negocio hace menos de 01 año (158- 39%), y finalmente en un porcentaje menor están las personas que se dedican a su negocio digital hace más de 04 años (61- 15%).

**Figura A2.**

*Gráfico de barras para las razones de informalización de los negocios*

**Tabla A2.**

*Las razones por las que no formalizan sus negocios*

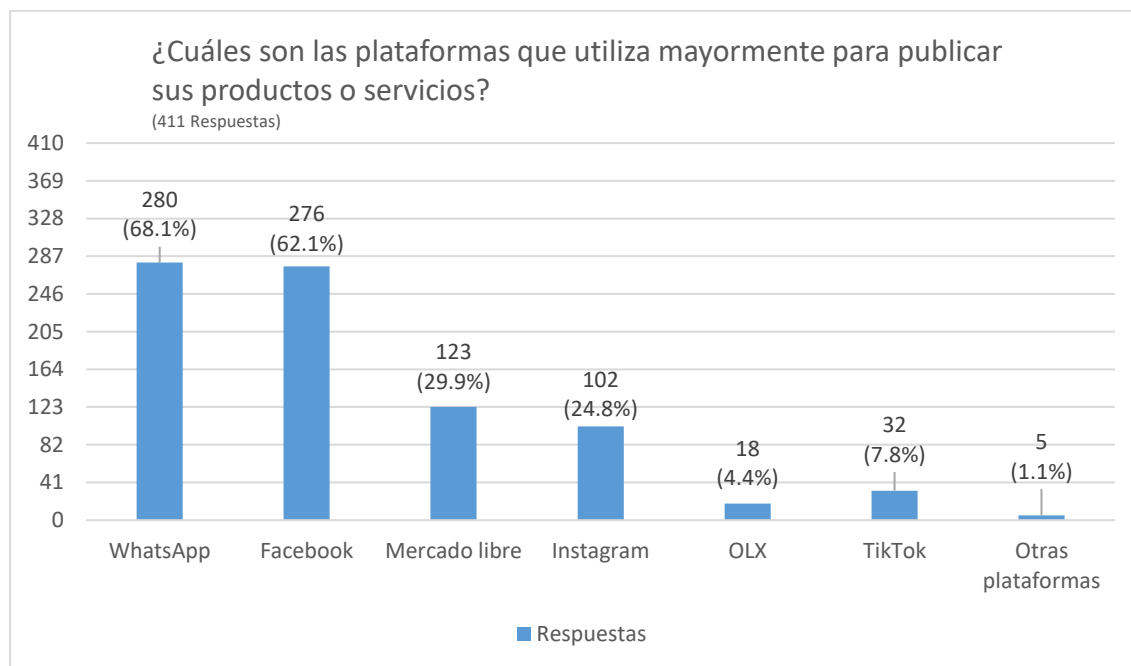
¿Cuáles son las razones por las que no ha formalizado su negocio?		
Razones por las que no ha formalizado su negocio	Total de respuestas	Porcentaje (%)
Por desconocimiento de la norma tributaria.	101	24.6 %
Porque el trámite es muy engoroso.	218	53.0 %
Por el costo que implica formalizar.	233	56.7 %
Falta de beneficios para el contribuyente.	241	58.6 %
Porque considera que no es necesario.	57	13.9 %
Otros motivos	3	0.6 %
<b>TOTAL</b>	411	207.4 %

Con respecto a esta segunda pregunta, de las 411 personas que respondieron la encuesta, 241 (lo que representa el 58.6% del total de encuestados) respondieron que no formalizan porque no hay beneficios perceptibles para los contribuyentes. Por otro lado, de los 411 que se encuestaron, se obtuvieron 233 respuestas (que representan el 56.7% del total de los encuestados) referidas al costo que implica formalizar; en tercer lugar tenemos 218 respuestas

(que representan el 53.0% del total de encuestados) señalando que el trámite es muy engorroso; de ese mismo modo 101 personas respondieron (que representa el 24.6% del total de encuestados) que la razón es por desconocimiento de la norma tributaria; asimismo, 57 respondieron (que representa el 13.9% del total de encuestados) que no lo consideran necesario, finalmente 3 personas señalaron (que representa el 0.6%) que no formalizan por otros motivos.

### Figura A3.

Gráfico de barras para las plataformas más utilizadas



### Tabla A3.

Las plataformas mayormente utilizadas para publicar sus productos

¿Cuáles son las plataformas que utiliza mayormente para publicar sus productos o servicios?		
Plataformas mayormente utilizadas	Total de respuestas	Porcentaje (%)
WhatsApp	280	68.1 %
Facebook	276	67.2 %
Mercado libre	123	29.9 %
Instagram	102	24.8 %
OLX	18	4.4 %
TikTok	32	7.8 %
Otras plataformas	5	1.1 %
<b>TOTAL</b>	411	203.3 %

Con relación a la tercera pregunta, de las 411 personas que respondieron la encuesta, 280 respondieron (lo que representa el 68.1% del total de encuestados) que utiliza mayormente la plataforma de WhatsApp. En segundo lugar, 276 personas respondieron (lo que representa el 67.2% del total de los encuestados) que utilizan Facebook; por otro lado se obtuvieron 123 respuestas (que representa el 29.9% del total de encuestados) señalando que utilizan mercado libre, así mismo 102 personas respondieron (lo que representa el 24.8% del total de encuestados) que utilizan Instagram, en quinto lugar tenemos 32 respuestas (que representan el 7.8% del total de encuestados) que señalan que utilizan la plataforma de TikTok; de ese mismo modo 18 personas señalaron (que representa el 4.4% del total de encuestados) que utilizan OLX para promocionar sus productos, y finalmente 5 personas aseguran (que representan el 1.1% del total de encuestados) utilizar otras plataformas.

### **Conclusiones**

Del siguiente análisis realizado a través de las encuestas se puede concluir que: En primer lugar, la mayor cantidad de negocios digitales entre personas naturales se ha producido durante los años 2020, 2021 y 2022, es decir en la época de pandemia y post pandemia, debido a las consecuencias que trajo consigo el Covid-19.

Asimismo, podemos concluir que, entre las razones más relevantes por las cuales las personas deciden no formalizar, es porque no evidencian que haya un beneficio directo en relación con sus negocios, seguido del costo que implica realizar el trámite para formalizar el negocio y lo complejo que resulta hacer dicha gestión.

Finalmente, en cuanto a las plataformas frecuentemente utilizadas para publicar sus productos podemos demostrar que un gran porcentaje utiliza WhatsApp y Facebook como herramientas principales para publicar sus productos o servicios, seguidos de otras plataformas como Mercado libre e Instagram.