

ARTÍCULO ORIGINAL

Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas

RESUMEN

Objetivo: Fue determinar si los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas (IGV) están relacionados, y establecer si la legislación peruana del mencionado impuesto grava dichos servicios. **Métodos:** De tipo correlacional y enfoque cuantitativo-cualitativo; las variables de investigación son: Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el IGV; la hipótesis de investigación es: Existe una relación significativa entre los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el IGV. **Resultados:** Se resuelve rechazar la hipótesis de investigación; y de la revisión documental a la legislación del IGV se resuelve que dicho impuesto sí grava los mencionados servicios, a pesar de que no los incluye expresamente ni establece un mecanismo para su recaudación. **Conclusiones:** Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el IGV no están relacionados; y la legislación peruana del IGV debe actualizarse para que las empresas prestadoras de los mencionados servicios se inscriban ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) para que sean sujetos del impuesto y agentes de retención, caso contrario, los sujetos del impuesto serán los consumidores de dichos servicios y los agentes de retención serán las empresas financieras por medio de las cuales se realiza el pago.

Palabras Clave: Servicios digitales foráneos; Personas naturales; Impuesto General a las Ventas.

Jorge Andres Bravo Padilla

jorgeandres.bravo@unmsm.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0196-9473>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables, Lima, Perú.

Presentado: 10/09/2023 - Aceptado: 11/10/2023 - Publicado: 31/12/2023

INTRODUCCIÓN

El uso de servicios digitales foráneos se ha globalizado por las personas naturales que tienen un computador, Internet y una tarjeta de crédito o débito. Los servicios digitales comprenden una gran variedad, como los que brindan acceso a audio y video (*streaming*), transporte de pasajeros, transporte de productos (*delivery*), alojamiento en hoteles, videoconferencias, almacenamiento de información (*data warehousing*), publicidad (*banner ads*), entre otros. El Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT, 2021) muestra como en el Perú también se ha desarrollado este fenómeno y se aprecia un incremento significativo en el consumo de los indicados servicios en los últimos años (ver Tabla 1).

Tabla 1

Ventas de servicios digitales de principales empresas foráneas en Perú, 2018-2020 (en millones de US\$)

Empresa	2018	2019	2020
Apple	67.10	86.00	101.10
Netflix	92.70	120.00	141.80
Spotify	28.70	34.10	35.30
Amazon	39.30	54.50	71.10
Google	243.20	296.40	316.70
Airbnb	9.50	12.40	7.40
Uber	85.30	85.80	67.60
Totales	565.80	689.20	741.00

Nota. Adaptado de CIAT, 2021.

Barrientos y Díaz (2021) sostienen que, si bien es cierto que el IGV nacerá cuando los servicios digitales foráneos sean consumidos por personas naturales en Perú, la SUNAT no ha desarrollado un mecanismo de recaudación para percibir el mencionado impuesto; las empresas prestadoras de los mencionados servicios deben ser los sujetos del IGV y los agentes de retención del mismo; y la facturación digital de los servicios indicados generaría una mayor recaudación tributaria y evitaría la elusión y evasión fiscal.

Choque (2021) afirma que, como resultado de que los servicios digitales foráneos no pagan ningún tributo cuando son consumidos por personas naturales en Perú, se desarrolla una competencia desigual en contra de las

empresas domiciliadas en el país las que sí tributan por las operaciones que realizan con personas naturales; y que el Estado peruano debería guiarse de las experiencias de los diversos países latinoamericanos que actualizaron sus legislaciones para gravar con IGV los mencionados servicios; de esta manera, percibiría una importante cantidad de ingresos necesarios para afrontar las épocas de crisis.

Ponce (2021) asevera que en Chile, debido a que los servicios digitales foráneos no están tributando Impuesto al Valor Agregado (IVA), las empresas que brindan dichos servicios incrementaron el precio al enterarse que se gravarán los mismos por el consumo de suscriptores, personas naturales domiciliadas en Chile; y que el consumo de Internet, móvil y fijo ha incrementado de forma sustancial durante la pandemia originada por el COVID-19, lo que es un indicador de un incremento en la recaudación tributaria.

Carbajal y Herrera (2021) sostienen que, actualmente, los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales en Perú no tributan IGV; algunos países sudamericanos, como Colombia, Chile, Argentina y Uruguay modificaron sus legislaciones para gravar los servicios mencionados, y que sería necesario que Perú también actualice su legislación ya que la misma generará un incremento de los ingresos tributarios que propiciará un mayor gasto público para atender de forma más eficiente las necesidades de la sociedad.

Arias y Zambrano (2021) indican que la economía digital ocasiona graves riesgos socioeconómicos complicados de corroborar por las administraciones tributarias, como la exclusión de los sueldos de trabajadores y sus aportes a la seguridad social; la competencia desigual que asumen las empresas domiciliadas, cuyas ventas están gravadas con el IVA e Impuesto a la Renta, que conllevaría el riesgo de quiebra de sus operaciones; y la migración de las empresas, que ocasionaría pérdida en la recaudación tributaria. También afirman que, para afrontar los riesgos indicados, se necesita realizar actualizaciones tributarias, en el corto plazo, a las legislaciones actuales, lo que generará el aumento del erario público, en el mediano y largo plazo.

Pintado (2020) indica que las empresas foráneas que prestan servicios digitales consumidos por personas naturales en Perú deberían formalizar su inscripción ante la SUNAT, a través de un padrón diseñado por esta última, por simplicidad administrativa; para efectos del IGV, el sujeto del impuesto será la persona consumidora de los mencionados servicios y el agente de retención será la entidad financiera a través de la que se realice el pago; y para efectos de Impuesto a la Renta, el sujeto del impuesto y agente retenedor será la empresa foránea prestadora de los servicios indicados.

Sotomayor y Valverde (2019) aseveran que el IGV grava el uso de servicios digitales foráneos cuando se consuman en Perú; el ámbito de aplicación de dicho impuesto comprende a empresas y personas naturales domiciliadas en territorio peruano; para efectos recaudatorios lo idóneo es exigir a las empresas extranjeras a inscribirse ante la SUNAT para que declaren y paguen el IGV, de esta forma el pago del servicio incluirá dicho impuesto y la cantidad de contribuyentes será igual a la cantidad de empresas extranjeras que prestan los indicados servicios.

Hernández y Albagli (2017) afirman que el progreso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) ha ocasionado la provisión virtual de nuevos bienes y servicios, el incremento en la variedad de los éstos, la reducción de sus costos, y el aumento de la cantidad de proveedores, tanto nacionales como extranjeros. Además, sostienen que, para batallar contra la informalidad, la evasión tributaria y la competencia desleal, se necesita actualizar las legislaciones tributarias para que las empresas extranjeras tributen en el país en el cual se consumen sus servicios. Esto se alcanzará perfeccionando los mecanismos recaudatorios, fortaleciendo la fiscalización, estableciendo nuevos agentes retenedores de impuestos, los cuales deberían ser las empresas del sistema financiero cuando se realiza el pago.

En Perú, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto Supremo N° 055-99-EF Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1999), mediante el cual se grava la utilización de servicios en territorio nacional (artículo 1°); define

que el servicios es utilizado en dicho territorio cuando es brindado por una persona no domiciliada a una persona domiciliada en territorio peruano (artículo 3°); el impuesto, en el mencionado servicio, nace cuando se paga la contraprestación o se anote la factura en el libro de compras, lo que suceda primero (artículo 4°); las personas naturales que no ejerzan operaciones comerciales son sujetos del impuesto cuando utilicen de manera habitual el mencionado servicio (artículo 9°); y las personas responsables del impuesto, por los mencionados servicios, serán designados como agentes de retención mediante ley (artículo 10°).

En 1994 se promulgó en Perú el Decreto Supremo N° 122-94-EF, Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta (1994), el cual define al servicio digital como aquel que se entrega para que un usuario disponga de él a través de Internet, u otra red, mediante un acceso virtual; y cuya principal característica es que se trata de un servicio sustancialmente automático, es decir, requiere una mínima intervención humana. Además, precisa los siguientes servicios como digitales: Soporte técnico al cliente en red, aplicación de hospedaje, almacenamiento de páginas de Internet, publicidad, reparto de información, capacitación interactiva, entre otros (artículo 4°-A).

Analizando la situación en otros países de América Latina, se encontró que en Uruguay, en 1996, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto N° 338/96, Texto Ordenado referente a los tributos de competencia de la Dirección General Impositiva (1996), con el cual se grava con IVA la prestación de servicios dentro de territorio uruguayo (artículo 1°); la prestación de servicios a través de Internet, cuando sean utilizados en dicho país, se considera realizada dentro de Uruguay para efectos del IVA (artículo 5°); el IVA, en la prestación de servicios, nace cuando se ejecute la prestación (artículo 3°); el sujeto del IVA, en la prestación de servicios, es la persona quien los realiza (artículo 6°). Dos años después el Poder Ejecutivo de dicho país promulgó el Decreto N° 220/998, Reglamentación del IVA (1998), el mismo que indica que serán agentes retenedores del impuesto quienes paguen o acrediten contraprestaciones a entidades no domiciliadas en Uruguay (artículo 4°).

En Argentina, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto N° 280/97, Texto Ordenado de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (1997), con el que se gravan los servicios digitales prestados por un sujeto no domiciliado en dicho país cuando se utilicen en Argentina (artículo 1°); el impuesto, por los mencionados servicios, nace cuando finalice la prestación del servicio o cuando se realice el pago, lo que ocurra primero (artículo 5°); el sujeto del impuesto, en los servicios indicados, es la persona quien utiliza los mismos y el agente receptor del impuesto, en el caso que hubiera un intermediario en el pago, será este último (artículo 4°).

En Colombia, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto Ley N° 624 de 1989, Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales (1989), mediante el cual se grava con IVA la prestación de servicios desde el exterior cuando el usuario de los mismos tenga su domicilio en territorio colombiano (artículo 420°); el IVA, en la prestación de servicios, nace en la fecha en que se emitió la factura, o en la que culminó el servicio, o en la fecha del pago, lo que acontezca primero (artículo 429°); el sujeto del IVA, en la prestación de servicios desde el exterior, es el proveedor del mismo (artículo 437°); los agentes retenedores del IVA, en la prestación de servicios digitales foráneos, son las empresas que emiten tarjetas de débito o crédito, o las que venden tarjetas prepago, o las recaudadoras del pago (artículo 437°-2).

En la década de los setenta en Chile, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto Ley N° 825, Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios (1974), el cual grava con IVA los servicios digitales foráneos y consumidos en territorio chileno (artículo 5°); el impuesto, en los indicados servicios, nace en la fecha en que se emitió la factura, y cuando no corresponda su emisión, en la que se pagó al proveedor del servicio (artículo 9°); el retenedor del impuesto, en los servicios mencionados, será el emisor de tarjetas de débito, crédito, pago o similares (artículo 3°). Tres años después se promulgó el Decreto N° 55, Reglamento de la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios (1977), el mismo que indica que el sujeto del IVA, en los mencionados servicios, es la persona quien utiliza los mismos (artículo 21°).

En México, en 1978, el Poder Legislativo promulgó la Ley, sin número, Ley del Impuesto al Valor Agregado (1978), con la que se grava los servicios digitales foráneos cuando el receptor del mismo se encuentre en territorio mexicano (artículo 16°); el impuesto, en los mencionados servicios, nace en el momento en el que se cobre la contraprestación (artículo 17°); el sujeto del impuesto y agente retenedor, por los indicados servicios, es la empresa prestadora de los mismos (artículo 18°-D).

En Costa Rica, el Poder Legislativo promulgó la Ley N° 6826, Ley del Impuesto al Valor Agregado (1982), mediante la cual se grava los servicios digitales foráneos consumidos en Costa Rica (artículo 1°); el impuesto, en los indicados servicios, nace con la prestación, el pago, o la facturación, lo primero (artículo 3°); el sujeto del impuesto, en los mencionados servicios, es el consumidor del mismo (artículo 4°); los retenedores del impuesto, por los servicios indicados, son las entidades emisoras de tarjetas de crédito o débito (artículo 30°).

En Ecuador, el Poder Legislativo promulgó la Ley N° 2004-026 Ley de Régimen Tributario Interno (2004), la cual grava con IVA los servicios digitales foráneos utilizados en territorio ecuatoriano (artículo 56°); el impuesto, en los servicios mencionados, nace con el pago del mismo (artículo 61°); el sujeto del impuesto, en los indicados servicios, es el prestador del mismo (artículo 63°); el agente de retención, por los mencionados servicios, cuando el prestador del mismo está inscrito ante el Servicio de Rentas Internas es el prestador del servicio, y cuando no esté inscrito es la entidad emisora de tarjetas de crédito o débito (artículo 63°).

En Paraguay, el Poder Legislativo promulgó la Ley N° 6380, De Modernización y Simplificación del Sistema Tributario Nacional (2019), con la que se grava con IVA los servicios digitales foráneos aprovechados en Paraguay (artículo 81°); el impuesto, en los indicados servicios, nace con el pago del mismo o el vencimiento para su pago, lo primero (artículo 83°); el sujeto del impuesto, en los mencionados servicios, es el prestador del mismo (artículo 82°); los retenedores del impuesto, por los servicios indicados, son las entidades

financieras cuando se realice el pago a través de las mismas (artículo 97°).

El CIAT (2021) señala que los países latinoamericanos que no recabaron IVA durante el 2020 por los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales domiciliadas, debido a que el indicado servicio no estaba contemplado en sus legislaciones, fueron Perú, Bolivia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana; y estima que Perú dejó de percibir US\$ 113 millones durante dicho año por el indicado impuesto (ver Tabla 2).

El CIAT (2023) sostiene que los países de América Latina que gravan con IVA los servicios digitales foráneos consumidos por personas

naturales domiciliadas son Uruguay, desde el 2018 los grava con 22%; Argentina, desde el 2018 los grava con 21%; Colombia, desde el 2018 los grava con 19%; Chile, desde el 2020 los grava con 19%; México, desde el 2020 los grava con 16%; Costa Rica, desde el 2020 los grava con 13%; Ecuador, desde el 2020 los grava con 12%; y Paraguay, desde el 2021 los grava con 10% (ver Tabla 3).

Según la SUNAT (2023), los ingresos fiscales derivados del IGV fueron, en el 2018, S/ 60,666.09 millones; en el 2019, S/ 63,504.26 millones; y en el 2020, S/ 55,379.12 millones. Dichos importes expresados en dólares americanos son, en el 2018, US\$ 17,953.86 millones; en el 2019, US\$ 19,145.09 millones; y en el 2020, US\$ 15,281.22 millones (ver Tabla 4).

Tabla 2

Ventas de servicios digitales de principales empresas foráneas e IVA potencial dejado de recaudar en países de América Latina, 2018-2020 (en millones de US\$)

País	2018		2019		2020	
	Ventas	IVA	Ventas	IVA	Ventas	IVA
Perú	565.80	86.30	689.20	105.10	741.00	113.00
Bolivia	102.20	13.30	125.10	16.30	149.10	19.40
El Salvador	66.00	7.60	82.30	9.50	95.30	11.00
Guatemala	184.50	19.80	233.20	25.00	292.10	31.30
Honduras	60.00	7.80	75.70	9.90	91.90	12.00
Nicaragua	33.00	4.30	38.30	5.00	46.70	6.10
Panamá	165.20	10.80	204.90	13.40	233.80	15.30
República Dominicana	223.90	34.10	281.20	42.90	310.50	47.40
Totales	1,400.60	184.00	1,729.90	227.10	1,960.40	255.50

Nota. Adaptado de CIAT, 2021. Las principales empresas foráneas son Uber, Airbnb, Google, Amazon, Spotify, Netflix y Apple.

Tabla 3

Países de América Latina que gravan con IVA los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales domiciliadas

País	Desde	Porcentaje
Uruguay	2018	22%
Argentina	2018	21%
Colombia	2018	19%
Chile	2020	19%
México	2020	16%
Costa Rica	2020	13%
Ecuador	2020	12%
Paraguay	2021	10%

Nota. Adaptado de CIAT, 2023.

El presente artículo tiene como finalidad establecer si los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el IGV están relacionados, y determinar si la legislación peruana del mencionado impuesto grava los indicados servicios.

MÉTODOS

Tipo y enfoque de la investigación

La presente investigación es de tipo correlacional (Hernández *et al.*, 1997) porque se estableció si los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el IGV están relacionados; y de enfoque cuantitativo-cualitativo (Alan y Cortez, 2018), porque se recolectaron datos medibles con el fin de comprobar las hipótesis de investigación, revisándose diversos estudios y leyes para determinar si la legislación peruana del IGV grava los mencionados servicios.

Variables de investigación

Las variables de investigación son las siguientes:

- **Variable 1.** Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales.
- **Variable 2.** El Impuesto General a las Ventas.

(Ver Tabla 5)

Hipótesis de la investigación

Las hipótesis del presente artículo de investigación son las siguientes:

- **Hipótesis alternativa (H_1).** Existe una relación significativa entre los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas.
- **Hipótesis nula (H_0).** No existe una relación significativa entre los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas.

Los datos del presente artículo de investigación se analizaron estadísticamente a través del software SPSS Statistics, versión 25, con la finalidad de comprobar las hipótesis de la investigación y elaborar las conclusiones de esta (ver Tabla 6).

RESULTADOS

Se aplicó la Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk a las variables de investigación y se obtuvo como resultado que ambas variables presentan una distribución normal.

Del análisis estadístico a las variables de investigación se obtiene un $Pvalue = 0.675 > 0.05$

Tabla 4

Ingresos fiscales derivados del IGV, 2018-2020 (en millones de US\$)

Concepto	2018	2019	2020
IGV Interno	10,395.08	11,423.49	9,025.36
IGV Importaciones	7,558.78	7,721.60	6,255.86
IGV Total	17,953.86	19,145.09	15,281.22

Nota. Adaptado de SUNAT, 2023.

Tabla 5

Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas, 2018-2020 (en millones de US\$)

Año	Variable 1: los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales	Variable 2: el Impuesto General a las Ventas
2018	86.30	17,953.86
2019	105.10	19,145.09
2020	113.00	15,281.22
Totales	304.40	52,380.17

Nota. El indicador de la variable 1 es el IGV anual no recaudado por dichos servicios, y el indicador de la variable 2 es el IGV anual. *Nota.* Adaptado de SUNAT, 2023; CIAT, 2021.

Tabla 6

Correlación de Pearson entre los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas

		Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales	El Impuesto General a las Ventas
Los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales	Correlación de Pearson	1	-,488
	Sig. (bilateral)		,675
	N	3	3
El Impuesto General a las Ventas	Correlación de Pearson	-,488	1
	Sig. (bilateral)	,675	
	N	3	3

Nota. Elaboración propia, 2023.

por lo que se resuelve rechazar la hipótesis alternativa (H_1): Existe una relación significativa entre los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas, y se acepta la hipótesis nula (H_0): No existe una relación significativa entre los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales y el Impuesto General a las Ventas.

De la revisión documental a la legislación peruana del IGV se resuelve que el mencionado impuesto sí grava los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales, a pesar de que no los considera expresamente ni determina la manera cómo serán recaudados.

DISCUSIÓN

Se concuerda con Barrientos y Díaz (2021) en lo referido a que la SUNAT no ha desarrollado un mecanismo de recaudación del IGV para los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales; y que las empresas que presten los servicios indicados sean los sujetos del impuesto y los agentes de retención, cuando estén inscritas ante la SUNAT.

Igualmente se congenia con Choque (2021) en lo afirmado a que, debido a que las empresas foráneas que prestan servicios digitales consumidos por personas naturales no están tributando en Perú, se genera una competencia desigual en perjuicio de las empresas domiciliadas en Perú, quienes sí tributan IGV e Impuesto a la Renta por las mencionadas operaciones; y que la legislación peruana del IGV debe actualizarse, tomando como referencia a los diversos

países latinoamericanos que realizaron dicha actualización, para recabar mayores ingresos fiscales.

Asimismo, se coincide con Ponce (2021) en lo que referido a que las empresas foráneas prestadoras de servicios digitales consumidos por personas naturales incrementarán el precio de los servicios mencionados cuando se les designe como agentes de retención del IGV o a las entidades financieras a través de las que se realice el pago del indicado servicio.

También se converge con Carbajal y Herrera (2021) en lo mencionado a que, como consecuencia de que Perú no ha actualizado su legislación tributaria del IGV (como sí la han realizado Uruguay, Argentina, Colombia, entre otros), los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales no están tributando dicho impuesto; y que Perú debe actualizar la legislación mencionada para que se establezca el mecanismo recaudatorio por los indicados servicios, lo que incrementará los ingresos tributarios.

Del mismo modo se concuerda con Arias y Zambrano (2021) en lo aseverado a que la economía digital genera riesgos difíciles de controlar por las administraciones tributarias, como la informalidad laboral que conlleva a la nula aportación para pensión de jubilación y seguro médico, la competencia desigual en materia tributaria en contra de las empresas domiciliadas originándoles el riesgo de quiebra de sus actividades, el desplazamiento de empresas nacionales a países donde se grave y recabe IGV por servicios digitales foráneos ocasionando la disminución de la base tributaria; y que se debe

actualizar la legislación tributaria en el corto plazo para incrementar la recaudación tributaria en el mediano y largo plazo.

Además se congenia con Pintado (2020) en lo indicado a que, por simplicidad administrativa, las empresas foráneas que presten servicios digitales consumidos por personas naturales deben formalizar su inscripción ante la SUNAT mediante un formulario elaborado por dicha entidad; y que las personas naturales mencionadas sean los sujetos del impuesto y las entidades financieras a través de las cuales se realiza el pago sean los agentes de retención, cuando las indicadas empresas no estén inscritas ante la SUNAT.

Igualmente se coincide con Sotomayor y Valverde (2019) en lo afirmado a que el IGV grava los servicios digitales foráneos cuando son utilizados por empresas o personas en territorio peruano; y que se debe exigir a las empresas prestadoras de los mencionados servicios a inscribirse ante la SUNAT para que actúen como agentes retenedores del IGV, declaren las mencionadas operaciones y realicen el pago del indicado impuesto.

Asimismo, se converge con Hernández y Albagli (2017) en lo sostenido a que, para combatir la informalidad, la evasión tributaria y la competencia desigual, se deben modernizar las legislaciones tributarias con la finalidad de que las empresas foráneas prestadoras de servicios digitales tributen en el país donde sus servicios son consumidos; y que el método de recaudación debe ser estableciendo como agentes retenedores del impuesto a las empresas financieras por medio de las que se realiza el pago.

Se discrepa con Barrientos y Díaz (2021) en lo relacionado a que la facturación digital de mencionados servicios incrementaría la recaudación tributaria debido a que el problema de la nula recaudación radica en que la SUNAT no ha desarrollado un mecanismo para recabarla, independientemente de si las empresas foráneas facturen o no sus servicios a sus consumidores personas naturales.

CONCLUSIONES

De la investigación cuantitativa se concluye que los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales

y el Impuesto General a las Ventas no tienen una relación significativa ya que al aplicarles la Correlación de Pearson se obtiene un $Pvalue = 0.675 > 0.05$, es decir, no están relacionados. Esto se debe a que el IGV no recaudado por los servicios mencionados desde el 2018 hasta el 2020, el cual es de US\$ 304.40 millones, representa el 0.58% del IGV anual del periodo indicado, el cual es de US\$ 52,380.17 millones.

De la investigación cualitativa se concluye que la legislación peruana vía el Decreto Supremo N° 055-99, Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1999) sí grava los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales, a pesar de que no los incluye de manera expresa o referenciada ni establece el mecanismo para su recaudación. Por consiguiente y siguiendo los ejemplos de Uruguay a través del Decreto N° 338/96, Texto Ordenado referente a los tributos de competencia de la Dirección General Impositiva (1996) y con el Decreto N° 220/998 Reglamentación del IVA (1998); de Argentina, mediante el Decreto N° 280/97, Texto Ordenado de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (1997); de Colombia, vía el Decreto Ley N° 624 de 1989 Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales (1989); de Chile, a través del Decreto Ley N° 825, Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios (1974) y del Decreto N° 55, Reglamento de la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios (1977); de México, mediante la Ley del Impuesto al Valor Agregado (1978); de Costa Rica, vía la Ley N° 6826, Ley del Impuesto al Valor Agregado (1982); de Ecuador, a través de la Ley N° 2004-026, Ley de Régimen Tributario Interno (2004), y de Paraguay, mediante la Ley N° 6380, De Modernización y Simplificación del Sistema Tributario Nacional (2019), se debe actualizar la legislación mencionada para que incluya los servicios indicados referenciando a los servicios digitales establecidos en el Decreto Supremo N° 122-94-EF, Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta (1994); y el mecanismo de recaudación del IGV para los servicios digitales foráneos consumidos por personas naturales debe establecer que las empresas prestadoras de los mencionados servicios se inscriban ante

la SUNAT para que sean sujetos del impuesto y agentes de retención, y cuando dichas empresas no cumplan con inscribirse, el sujeto del impuesto sea la persona consumidora de los indicados servicios y los agente de retención sean las entidades financieras mediante las cuales se realiza el pago, bajo sanción que asuman el pago del IGV en caso no lo retengan.

REFERENCIAS

- Alan Neill, D., y Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Universidad Técnica de Machala.
- Arias Esteban, I., y Zambrano, R. (2021). La imposición indirecta de transacciones digitales. La porción que nos falta recaudar en tiempos de crisis. *Revista de Derecho Fiscal*, (18), 7-17. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/6971/9545>
- Barrientos Walker, F., y Díaz Mora, E. (2021). *Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana* [Tesis de Título Profesional, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70033/Barrientos_WFL-D%c3%adaz_MEJ-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Carbajal Sánchez, M., y Herrera Carrasco, I. (2021). ¿Existe un tratamiento tributario suficiente para los servicios de streaming brindados por sujetos no domiciliados en el Perú? *Lidera*, (16), 66-70. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/24856/23644>
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). (2021). *Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina*. CIAT. <https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosdeTrabajo/2021/DT-02-2021-Jimenez-Podesta.pdf>
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). (2023). *Sumario de Legislación Tributaria de América Latina 2022*. CIAT. <https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosTecnicos/Espanol/Sumario-legislacion-tributaria/2023-Sumario-Legislacion-Tributaria-CIAT.pdf>
- Choque Durán, I. (2021). *Impacto de la economía digital en la recaudación tributaria del Perú*. [Tesis de Bachiller, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17520/Choque_di.pdf?sequence=1#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20digital%20impacta%20en,que%20no%20tributan%20y%20que
- Decreto Ley N° 624 de 1989, Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Bogotá, Colombia. (1989, 30 de marzo). https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=6533
- Decreto Ley N° 825, Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios. Santiago, Chile. (1974, 31 de diciembre). <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=6369&idVersion=2023-01-01&idParte=>
- Decreto N° 220/998, Reglamentación del IVA. Montevideo, Uruguay. (1998, 20 de agosto). <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/220-1998>
- Decreto N° 280/97, Texto Ordenado de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. Buenos Aires, Argentina. (1997, 26 de marzo). <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-280-1997-42701/actualizacion>
- Decreto N° 338/96, Texto Ordenado referente a los tributos de competencia de la Dirección General Impositiva. Montevideo, Uruguay. (1996, 16 de setiembre). <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-originales/338-1996>
- Decreto N° 55, Reglamento de la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios. Santiago, Chile. (1977, 02 de febrero). <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?i=8355>
- Decreto Supremo N° 055-99-EF, Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (1999, 15 de abril). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/tuo.html>
- Decreto Supremo N° 122-94-EF, Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta. (1994, 19 de setiembre). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/reglamento.html#>
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw-Hill.
- Hernández, L., y Albagli, P. (2017). *Economía Digital: Oportunidades y Desafíos*. Centro Latinoamericano de Políticas Económicas y Sociales (CLAPES). https://s3.us-east-2.amazonaws.com/assets.clapesuc.cl/media_post_5432_10b-241cea2.pdf

- Ley del Impuesto al Valor Agregado. Ciudad de México, México. (1978, 29 de diciembre). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIVA.pdf>
- Ley N° 2004-026, Ley de Régimen Tributario Interno. Quito, Ecuador. (2004, 17 de noviembre). <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Ley N° 6380, De Modernización y Simplificación del Sistema Tributario Nacional. Asunción, Paraguay. (2019, 25 de setiembre). <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/9332/ley-n-6380-de-modernizacion-y-simplificacion-del-sistema-tributario-nacional#:~:text=Establ%C3%A9cese%20un%20R%C3%A9gimen%20Simplificado%20para,iguales%20o%20inferiores%20a%20G.>
- Ley N° 6826, Ley del Impuesto al Valor Agregado. San José, Costa Rica. (1982, 08 de noviembre). http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=32526#up
- Pintado Castillo, C. (2020). *Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8390/BC-4793%20PINTADO%20CASTILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ponce Carvajal, C. (2021). *Impuestos a los servicios digitales y su efecto en la recaudación fiscal en pandemia* [Tesis de Maestría, Universidad de Talca, Chile]. Repositorio institucional de la Universidad de Talca. <http://dspace.otalca.cl/bitstream/1950/12554/3/2021A000286.pdf>
- Sotomayor Hernández, P., y Valverde Casas, N. (2019). La imposición al consumo en la era de los servicios digitales. *Themis*, (76), 29-40. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/22617/21781>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (2023). Ingresos del Gobierno Central Consolidado. [Tabla de Excel]. <https://www.sunat.gob.pe/estadisticas-estudios/ingresos-recaudados.html>

Conflicto de intereses

El autor declara que no existe conflicto de intereses.

Contribución de los autores

Jorge Andres Bravo Padilla (autor principal): conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, software, validación, visualización, redacción (borrador original, revisión y edición).