



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO**

**INFLUENCIA DE LOS SERVICIOS DIGITALES PRESTADOS POR NO DOMICILIADOS  
EN EL IGV EN PERSONAS NATURALES, LOS OLIVOS, 2021**

**Línea de investigación:**

**Finanzas, modelación financiera, finanzas en PYMES**

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Tributación

**Autor**

Ramos Apaza, Luis

**Asesor**

Sánchez Camargo, Mario Rodolfo

ORCID: 0000-0002-3368-9102

**Jurado**

Patricio Aparicio, Santiago Saturnino

Carhuamaca Borda, Raúl

Tejada Estrada, Gina Coral

**Lima - Perú**

**2024**

# INFLUENCIA DE LOS SERVICIOS DIGITALES PRESTADOS POR NO DOMICILIADOS EN EL IGV EN PERSONAS NATURALES, LOS OLIVOS, 2021.

## INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal Trabajo del estudiante	4%
2	Marilyn Alarcón Agreda, John Hitler Mena Dávila, Adán Pablo Cieza Pérez. "Economía Digital y Tributación", TecnoHumanismo, 2022 Publicación	1%
3	iuslatin.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	obtienearchivo.bcn.cl Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Tecnológica del Peru Trabajo del estudiante	<1%



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO**  
**INFLUENCIA DE LOS SERVICIOS DIGITALES PRESTADOS POR NO**  
**DOMICILIADOS EN EL IGV EN PERSONAS NATURALES, LOS OLIVOS, 2021.**

**Línea de investigación:**

**Finanzas, modelación financiera, finanzas en PYMES**

Tesis para optar el grado académico de

Maestro en Tributación

**Autor:**

Ramos Apaza, Luis

**Asesor:**

Sánchez Camargo, Mario Rodolfo

(ORCID: 0000-0002-3368-9102)

**Jurado:**

Patricio Aparicio, Santiago Saturnino

Carhuamaca Borda, Raúl

Tejada Estrada, Gina Coral

**Lima-Perú**

**2024**

**Dedicatoria**

Dedico en primer lugar esta investigación a mis hermanos, ellos fueron las que me apoyaron incondicionalmente, y a mi hija Abigail Luana por ser motor y el motivo en mi vida personal y profesional.

## Índice de contenido

RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2. Descripción del Problema	10
1.3 Formulación del problema	13
1.3.1 Problema general	13
1.3.2 Problema específicos	13
1.4 Antecedentes	14
1.5 Justificación de la Investigación	23
1.6 Limitaciones de la investigación	25
1.7 Objetivos de la Investigación	26
1.7.1 Objetivo general	26
1.7.2 Objetivos específicos	26
1.8 Hipótesis	26
II MARCO TEÓRICO	28
2.1 Marco conceptual	28
III MÉTODO	52
3.1 Tipo de investigación	53
3.2 Población y muestra	54
3.3 Operacionalización de variables	57
3.4 Instrumentos	58

3.5 Procedimientos	59
3.6 Análisis de datos	59
3.7 Consideraciones éticas	60
IV. RESULTADOS	61
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	70
VI. CONCLUSIONES	75
VII. RECOMENDACIONES	777
VIII. REFERENCIAS	79
IX. ANEXOS	86
Anexo A: Matriz de consistencia	86
Anexo B. Validación de instrumentos	88
Anexo C. Confiabilidad del instrumento	94
Anexo D. Instrumento de medición	95
Anexo E. Prueba de normalidad	97

## Índice de tablas

Tabla 1 Distribución de la población de estudio de la Av., Los Próceres de Huandoy 7495	55
Tabla 2 Distribución de la muestra de la Av., Los Próceres de Huandoy 7495	56
Tabla 3 Operacionalización de la variable independiente: Servicios digitales prestados por no domiciliados	57
Tabla 4 Operacionalización de la variable dependiente: IGV a personas naturales	58
Tabla 5 Frecuencias sobre la variable independiente. Servicios digitales prestados por no domiciliados	61
Tabla 6 Frecuencias sobre la dimensión. Obligaciones formales	62
Tabla 7 Frecuencias sobre la dimensión. Obligaciones sustanciales	63
Tabla 8 Frecuencias sobre la dimensión. Obligación tributaria	64
Tabla 9 Frecuencias sobre la variable dependiente. IGV a personas naturales	65
Tabla 10 Prueba de la hipótesis principal	66
Tabla 11 Dependencia porcentual entre las variables	66
Tabla 12 Contraste de la hipótesis específica 1	67
Tabla 13 Contraste de la hipótesis específica 2	68
Tabla 14 Contraste de la hipótesis específica 3	69
Tabla 15 Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable independiente	88
Tabla 16 Expertos durante la evaluación de los instrumentos de variable dependiente	88
Tabla 17 Rangos de Confiabilidad	94
Tabla 18 Fiabilidad del instrumento de la variable independiente	94
Tabla 19 Fiabilidad del instrumento de la variable dependiente	94
Tabla 20 Prueba de normalidad Kolgomorov Smirnov	97

## Índice de figuras

Figura 1 Histograma sobre la frecuencia de la variable independiente. Servicios digitales prestados por no domiciliados	61
Figura 2 Histograma sobre la frecuencia de la dimensión. Obligaciones formales	62
Figura 3 Histograma sobre la frecuencia de la dimensión. Obligaciones sustanciales	63
Figura 4 Histograma sobre la frecuencia de la dimensión. Obligación tributaria	64
Figura 5 Histograma sobre la frecuencia de la variable dependiente. IGV a personas naturales	65

## RESUMEN

**Objetivo:** Explicar cómo influye los servicios digitales que prestan personas no domiciliadas en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021. **Método:** diseño no experimental, tipo explicativo, enfoque cuantitativo, asimismo se optó por considerar una población representada por 668 personas usuarias, así como una muestra equivalente a 489 usuarios de la urbanización Pro Av. próceres en Los Olivos (muestreo probabilístico). **Resultados:** Un 25 % se encuentran de acuerdo que para vencer cualquier tipo de limitación que evidencia la SUNAT sobre la recaudación efectiva del IGV en los servicios digitales mediante personas no domiciliadas en el Perú, mediante mecanismos nuevos para recaudar, se fomenta la promulgación de nuevas normativas y legislaciones modificando la Ley del IGV en el cual deben incluirse al sujeto del IGV o consumidor final en coordinación con empresas del sector financiero para que actúen como agentes retenedores del IGV. Por otra parte, el 21% indica sentirse de acuerdo en que las diversas normativas referentes a los servicios digitales que se prestan a determinados consumidores finales, se aprecia la existencia de vacíos legales, donde no se encuentra detallada concretamente quien es la persona obligada al pago del IGV al momento que el servicio que brindó la persona no domiciliada. **Conclusiones:** El valor del Nagelkerke, indica que en lo que respecta al ámbito del servicio digital brindados por medio de sujetos no domiciliados tienen influencia en el IGV en la personería natural, un 63%.

**Palabras clave:** Obligaciones formales, IGV en personas naturales, servicios digitales prestados por no domiciliados.

## ABSTRACT

**Objective:** Explain how the digital services provided by non-domiciled people influence the VAT on natural persons, Los Olivos, 2021. **Method:** non-experimental design, explanatory type, quantitative approach, it was also decided to consider a population represented by 668 users, as well as a sample equivalent to 489 users of the Pro Av. Próceres urbanization in Los Olivos (probability sampling). **Results:** 25% agree that to overcome any type of limitation evidenced by SUNAT on the effective collection of VAT on digital services by people not domiciled in Peru, through new collection mechanisms, the promulgation of new ones is encouraged. regulations and legislation modifying the VAT Law in which the subject of the VAT or final consumer must be included in coordination with companies in the financial sector to act as VAT withholding agents. On the other hand, 21% indicate that they agree that the various regulations regarding digital services provided to certain end consumers show the existence of legal gaps, where it is not specifically detailed who is the person obliged to pay. of the VAT at the time of the service provided by the non-domiciled person. **Conclusions:** The value of the Nagelkerke indicates that, with regard to the scope of the digital service provided through non-domiciled subjects, they have an influence on the VAT in natural personhood, 63%.

**Keywords:** Formal obligations, VAT in natural persons, digital services provided by non-domiciled persons.

## I. INTRODUCCIÓN

En el entorno actual, contar con una mayor accesibilidad a los mecanismos digitales tecnológicos resulta cada vez más simple, lo cual se refleja al utilizarse un Tablet, celular, laptop, computadora, puesto que con únicamente descargar un aplicativo se podrá ejecutar diversos servicios de streaming, gratuita o pagada, asimismo, el resultando de lo señalado se da por los constantes cambios en materia tecnológica, lo cual permite que las economías del mundo digital puedan surgir, las mismas fomentan la innovación de forma frecuente, lo cual causa que se modifiquen o creen modelos ligados a la economía, en determinadas ocasiones los retos que se generan por medio de la economía digital impactan de manera negativa en determinados países puesto que le genera dificultades para la implementación de reformas que faciliten la cobranza de impuestos por la utilización de los mencionados servicios, razón por la cual, diversas instituciones como lo son la OCDE y la ONU realizan el respectivo seguimiento de los niveles de crecimiento y evolución del modelo mundial de la economía y se proponen diversas alternativas para dar el más adecuado tratamiento tributario y normativo a las plataformas digitales que surgen por la aparición de la tecnología

El presente trabajo de tesis tiene como objetivo realizar la respectiva investigación acerca de la incidencia al IGV en asuntos relacionados con los servicios digitales brindados por medio de sujetos no domiciliados a contribuyentes de personería natural, el trabajo está centrado al mencionado impuesto, debido a que en el país, una de las principales fuentes que generan ingresos fiscales está orientado en los impuestos indirectos, razón por la cual, al realizar una ampliación de los criterios tributarios, incrementará el ingreso fiscal a las arcas del Estado y de esta forma el poder ejecutivo podrá destinar los recursos y financiar los servicios básicos y bienes.

Actualmente, el desarrollo de la tecnología genera en el ámbito internacional del mercado de bienes y servicios, de manera sustancial, razón por la cual las normativas internas de la tributación de un estado son también una preocupación sobre los servicios no físicos.

La influencia tecnológica en los ciudadanos resulta evidente y repercute directamente al entorno de todo individuo, de manera que influya en el ámbito económico, por ello en el ámbito digital se constituye por medio de la industria, telecomunicaciones y redes de las diversas actividades sociales y económicas, las mismas que se generan por medio de las redes sociales, la nube, internet, así como por determinados sensores remotos, etc., son impactos que la misma tecnología la tiene.

La digitalización está transformando la economía y la sociedad para la modificación de la manera en que los individuos interactúan, y que los servicios que son utilizadas dentro de un territorio nacional son prestados por los sujetos no domiciliadas que carecen de presencia física de alguna forma en el territorio nacional.

Por ejemplo, sobre el uso de Netflix o Spotify, con la finalidad de lograr acceder a las plataformas, primeramente se logra el acceso por medio de páginas web, posteriormente se crean los perfiles con la información personal, y al momento de hacer la transacción a través de un medio digital, por lo que no es necesario que la empresa internacional tenga algún agente directo como para obligar a que pague el IGV debido a que el respectivo servicio de entidades extranjeras no tienen establecimientos ni se constituyen en el país, a consecuencia del entorno económico digital. Por ende, no se puede realizar la recaudación del IGV, motivo por el cual el Perú pierde en recaudar dichos impuestos.

En el Perú se aplica lo señalado por medio del sistema tributario, el mismo que se encuentra constituido por la tributación indirecta y directa, razón por la cual el IGV y el Impuesto Renta representan las partidas con mayor recaudación del Estado, pero mayormente

los contribuyentes no cumplen con la amortización de sus tributos, lo cual resulta necesario la implementación de políticas de carácter tributario y fiscal con la finalidad de corregir las distorsiones de la tributación en el país.

### **1.1 Planteamiento del problema**

En diversos países ubicados en Latinoamérica se evidencia una continua evolución en el ámbito de la economía digital, tomando en consideración los datos señalados por la CEPAL resulta evidente que las personas usuarias del internet han ido en aumento periodo tras periodo, las adquisiciones ejecutadas en línea fueron en aumento en vista que los usuarios tienen la sensación de gozar de una comercialización segura y libre, lo mencionado se transforma en un gran pilar básico que se atornilla en la región, asimismo intercambiar servicios y bienes en línea se visualiza más en países como México, Brasil y Argentina. (Almachi, 2020).

Ante la ausencia de acuerdos por medio de la OCDE, se resaltó la importancia de las diversas opciones planteadas por medio de la Comisión Europea, la cual trató el ámbito de impuestos indirectos aplicados para diversos servicios digitales, por ejemplo para el caso de Francia, representó ser el país que más fomentó la existencia de una tasa Google en la totalidad de países de Europa, hecho que finalmente no se pudo concretar en vista que se opusieron Finlandia, Suecia, Dinamarca e Irlanda (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2021).

Ante la poca acogida de las propuestas realizadas por medio de la multilateral imposición, únicamente se optó por direccionarse a la unilateral imposición, razón por la cual en el periodo 2019 en Francia, se emitieron una serie de sanciones al ámbito que desempeñan los servicios digitales, se conoce comúnmente como tasa GAFA puesto que se pretende gravar toda partida que represente ingreso de Facebook, Apple, Amazon y Google, a pesar de que se

encuentran incluidas, diversas entidades digitales multinacionales, principalmente provenientes de Norteamérica. Asimismo, en Italia es conocida generalmente como Web tax y en forma periodística como: Tasa Google (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2021).

La alternativa estratégica a nivel tributario que diversos países ubicados en Europa decidieron realizar al gravar diversos servicios digitales prestados desde países del exterior con el impuesto al valor agregado, en el cual las personas usuarias resultan ser los sujetos del impuesto, aplicándoles la retención definitiva por medio de las empresas del sector financiero, tarjetas, otros, cuando se realiza la amortización que corresponda.

En la actualidad económica, es evidente la crisis generada por la coyuntura de la Covid19, en donde se visualizó un buen marcado descenso en materia de recaudación tributaria, pero se incrementan los gastos para la reducción de la recesión de la economía, razón por la cual debe atenderse los gastos en salud satisfaciendo los requerimientos básicos de la población, no es inoportuno que los encargados de velar por las políticas tributarias regionales puedan tomar de ejemplo lo ocurrido en diversos países de Europa. (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2021).

Durante el periodo 2019 en Italia, estuvo vigente el impuesto orientado en las operaciones digitales el cual resulta aplicable a entidades no domiciliadas, así como a las que si tenían la condición de domiciliadas.

Asimismo, se gravó las operaciones digitales en las cuales el valor y contenido que se generó a través de los usuarios no se encontraba capturado parcialmente, debido a lo señalado se estableció fijar la tasa del 3% sobre el valor de operaciones imponibles, lo cual significa el importe pagado de las contraprestaciones de prestar determinados servicios digitales a las personas que residen en Italia (Asesoría Técnica Parlamentaria, 2019).

Por otra parte, en República Dominicana, se logró constatar que en la actualidad el mencionado país no grava con el IVA el ámbito de las plataformas digitales, asimismo los Airbnb que se ofrecen por medio de empresas del extranjero favoreciendo a los usuarios finales, razón por la cual, el poder ejecutivo indicó que se presentará un proyecto legislativo en el año 2023 con el objetivo de que se apruebe vía congresal para lograr el recaudo de diversos ingresos establecidos. (Diario Libre, 2022 citado por Corrales, 2023).

Asimismo, en Bélgica, el impuesto relacionado con el ámbito de servicios digitales señalado no recibió la debida aprobación parlamentaria. Inicialmente se manejaron dos opciones como propuesta: (a) Primera: aplicar un 3% como impuesto aplicable sobre el ingreso por operaciones de venta de data de personas usuarias por parte de entidades que manejen un ingreso anual a nivel mundial de 750,000,000 de euros en la partida de ingresos. Los mencionados impuestos que resultarán aplicables sobre los ingresos de tres(3) principales actividades: publicación de anuncios on line orientado a personas usuarias de plataformas digitales, venta de data de personas usuarias, y brindar plataformas digitales para acelerar la relacion entre la transferencia de servicios o bienes y los usuarios. y (b) Segundo: que las entidades digitales se encuentren afectas al impuesto a las ganancias a nivel de corporación en Bélgica, al momento que presten servicios de indole digital en dicho país, en forma independiente de que no exista alguna presencia de carácter físico. (Grondona et al., 2020).

Durante el periodo 2011 en Noruega, se aplicó el gravamen que mostraba la particularidad de poseer un parámetro simplificado direccionado a personas operadoras de actividades electrónicas, pero sin ser residentes. A los mencionados se les impuso un IVA de 25%, lo cual equivale al nacional estándar, asimismo, dicho gravamen suele incluir las ventas de juegos, música, streaming de video, publicaciones on line, descarga electrónica de libros, por otra parte, se agregan aplicaciones, software, noticias, es importante resaltar que los juegos

de azar y los que se juegan en línea se encuentran excluidos del IVA (Asesoría Técnica Parlamentaria, 2019).

Durante el periodo 2019 en Polonia, se realizó la propuesta de aplicar un determinado impuesto a los servicios digitales, la misma que iniciaría desde el periodo 2020 mediante el informe del plan financiero a largo plazo, el mencionado impuesto utilizaría como fundamento principal la alternativa fomentada por medio de la Unión Europea acerca del ámbito del impuesto aplicado sobre los diversos servicios digitales, del cual se estimó una recaudación de 217.5 millones de eslotis polacos durante el periodo 2020, pero luego el mencionado país desistió de la alternativa propuesta luego de las constantes reuniones dadas entre la vicepresidencia de los EEUU y Polonia. (Grondona et al., 2020).

Durante el periodo 2017 en Australia, surge la aplicación del 10% como IVA, el cual se encuentra dentro de los estándares nacionales en lo que respecta al entorno de los servicios digitales brindados por los proveedores que no residen en el país pero que poseen ventas que no sean superiores a (USD \$53.830.- aproximadamente). Es importante resaltar que el mencionado impuesto resulta aplicable a la totalidad de entidades que registran ventas referentes a): web en línea, profesionales en línea, libros electrónicos, juegos, aplicaciones, películas, descarga de música, almacenaje y la nube. (Asesoría Técnica Parlamentaria, 2019).

Ante dicho escenario, diversos países de Latinoamérica, tales como Uruguay, Paraguay, México, Ecuador, Costa Rica, Colombia, Chile y Argentina, incorporaron los puntos establecidos de los servicios digitales en la base imponible del IVA, razón por el cual se inició la recaudación de los tributos, a pesar de que en dichos países se evidencia una variación de particularidades del impuesto, registro de proveedores, mecanismos para recaudar, alícuotas, etc. Tomando en consideración el criterio de recaudación, los mencionados países evidenciaron ingresos de tributos los cuales oscilan entre USD 20 y USD 120 millones por año, según la

magnitud económica digital, equivalente al 0,02% y 0,04% del PIB (cuadro 2). Cabe resaltar que, en determinadas ocasiones, tal como se evidencia en Chile, se incluyen los valores en la tabla correspondiente al primer semestre en que se aplica el IVA, razón por la cual al haber recaudado un año completo, por ello, el indicador bordea el 0,08% del PIB (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2021).

Asimismo, el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (2021), se resalta la importancia de estimar la potencial recaudación del IVA aplicado a los servicios digitales en los mencionados países en los que todavía no se aplicó el mencionado impuesto, tales como República Dominicana, Perú, Panamá, Nicaragua, Honduras, Guatemala, El Salvador y Bolivia. En términos del PIB la potencial recaudación se compara con la conseguida por la que consiguió Latinoamérica puesto que gravan dichas operaciones: entre 0,02 y 0,06% del PIB al año, asimismo cuando se aplique plenamente el impuesto, tomando en consideración el nivel en que se aplican las tecnologías, la tasa del IVA y magnitud de los países, recursos por año que se obtienen en países donde no se ha recaudado impuestos resulta equivalente a los USD. 6,000,000 en Nicaragua hasta USD 113,000,000 en el Perú.

Generalmente los países suelen aplicar el IVA (Impuesto al Valor Agregado), pero otros países aplican retenciones, como México, Australia y Chile, mientras tanto Corea del Sur, India y Hungría elaboró un impuesto direccionado al servicio digital, se recauda el impuesto sobre la renta aplicándose sobre la totalidad de las operaciones que se impusieron de manera directa a la sociedad que realiza la prestación de los mencionados servicios, por otra parte el impuesto que se aplica al valor agregado es recaudado de manera directa al consumidor final o usuario. (Almachi, 2020).

Por otra parte, en la India, se implementó diversas medidas con la finalidad de realizar la modificación del ámbito del establecimiento permanente, razón por la cual se tomó en

consideración la definición de significativa presencia económica. De esta manera, se conceptualiza el alternativo umbral, tomando en cuenta la cantidad de usuarios locales e ingresos, lo que permitirá gravar una serie de beneficios de la entidad no residente aplicado sobre la base, independientemente al entorno de presencia física de la entidad fiscal, asimismo, se resalta la aplicación del impuesto sobre la magnitud del giro del negocio, tomando en cuenta el nivel de ingresos obtenidos por la actividad de publicidad on line, para el mencionado caso, al aplicarse se tomará en cuenta el lugar donde se ubica el pagador, considerando a la persona residente en la correspondiente jurisdicción fiscal (Asesoría Técnica Parlamentaria, 2019).

En Israel, tomando en cuenta los informes, las instituciones encargadas del ámbito tributario del mencionado país realizó el plan para determinar una ley para introducir el impuesto al servicio digital aplicandose inicialmente entre 3% a 5% de tasa aplicable sobre el ingreso bruto, se entiende que la legislación está basado en el modelo francés, donde se introduce cuando se da el nombramiento del ministro de finanzas quien proyecta una acumulación de 1000 millones de nuevos séqueles (Grondona et al., 2020).

En Uruguay, se logró implementar el IVA aplicable a la intermediación de plataformas digitales y servicios de transmisión de contenido audiovisual, dando prioridad a que se recaude directamente sin tomar en cuenta los mecanismos de retención, a través del simplificado registro de proveedores. (Calderón, 2020).

En Ecuador, Uber, Amazon, Spotify, Netflix representan ser plataformas provenientes del extranjero que suelen ser utilizados en el Ecuador, ofreciendo determinados servicios de ventas al por menor, transporte, entretenimiento, actualmente las mencionadas entidades no están debidamente registradas en el mencionado país, puesto que se evidenció una serie de dificultades gravar el respectivo impuesto, la dificultad expuesta causa una serie de retos tributarios dificultando la aplicación de gravámenes y regulación, se aplicarán impuestos

indirectos y directos, los indirectos gravaran la transmisión de servicios y los directos le corresponderán a las entidades realizar el pago por rentas que se obtuvieron y las utilidades. (Almachi, 2020).

Ecuador establece como análisis la implementación de alternativas de cobranza de impuestos, y diferentes países empezaron a realizar diversas fiscalizaciones a entidades del extranjero que suelen ofrecer servicios digitales, apreciando el requerimiento de que se graven los impuestos a los ingresos crecientes que provienen de servicios digitales brindados por medio de entidades globales de mayor relevancia a nivel mundial, los mismos que no realizan tributación alguna por más que cuenten con enormes ingresos de venta por prestación de servicios, en cambio los ingresos que se encuentran afectos a gravamen representan los que son captados por medio de contribuciones realizadas por personas usuarias de los indicados servicios y no porque los usuarios participan. (Riquelme, 2018 citado por Almachi, 2020).

En México, se fomenta que las plataformas logren retener el ISR a los socios, así como el IVA, en el primer escenario se aplica la respectiva tasa de retención que oscila entre un 3% y 9%, la misma que va depender del nivel de ingresos del personal, en cambio en lo que respecta al IVA se aplica la reducida tasa de 8% (Asesoría Técnica Parlamentaria, 2019).

Mientras tanto en Paraguay, el Estado decidió adicionar diversas normativas vinculadas con el aspecto tributario para servicios digitales con la finalidad de modernizar y simplificar el Sistema Tributario Nacional”, durante el periodo 2019, la mencionada normativa fomenta una precisión mayor al tratamiento de la tributación con respecto al ámbito de los servicios digitales, sea por el Impuesto a la Renta como en el IVA, asimismo, las normativas anteriores vinculan la tributación de dichos servicios, carece de procesos para que haga efectiva la cobranza cuando la persona que realiza la importación resulte ser el consumidor final. (Jorratt, 2020).

Actualmente en el Perú, los diversos servicios digitales que se suministran por medio de entidades que no son residentes a determinadas personas que actúan como consumidores finales, se grava con IGV, cabe resaltar que no se evidencia la existencia de un procedimiento o mecanismos que brinde las facilidades necesarias para que la recaudación se haga efectiva, razón por la cual, en la realidad los servicios no se encuentran realizando el pago de los mencionados impuestos, razón por la cual, las entidades encargadas están diseñando la alternativa de implementar un proyecto de ley con la finalidad de lograr la implementación de un determinado mecanismo para recaudar el IVA que es lo conveniente para dichas operaciones (Jorratt, 2020).

Últimamente, en la Región Arequipa la utilización del comercio electrónico de parte de entidades y personas denominadas consumidores finales aumentó paulatinamente, generando una serie de dificultades en el IGV, los hechos tributarios ligadas al comercio electrónico en el IGV en las entidades arequipeñas analizadas se generan por actividades de prestación de servicio y venta, en vista que el contribuyente no da el debido cumplimiento de sus obligaciones de hacer entrega del importe recaudado al ente fiscalizador. (Cruz, 2017).

Por otra parte, en Lima Metropolitana, para lo que respecta el IGV, vender bienes digitales pertenecientes a una entidad catalogada como no domiciliada a determinados usuarios finales con personería jurídica o natural, resultan quienes deberán entregar el recaudo al ente fiscalizador, sin embargo, en la actualidad ello no se realiza, puesto que no se evidencia la existencia de una metodología para fiscalizar y recaudar. (Lazaro, 2020).

## **1.2 Descripción del problema**

En periodos anteriores con la generación de diversos mecanismos tecnológicos y la utilización del internet y servicios de carácter digital son más frecuente y su incremento de uso

es notable, los principales prestadores de servicios digitales son sujetos no domiciliados que exportan por su avance tecnológico que es mayor en estos países desarrollados y esto permite exportar dichos servicios.

En relación al título de tesis propuesto, se tiene el siguiente diagnóstico: En Perú con la utilización de los servicios digitales realizados por medio de sujetos calificados como no domiciliados no se está grabando el IGV.

Desde el punto de vista recaudatorio, Perú no ha logrado obtener ingresos de índole tributario por el IGV, tributar el entorno de plataformas digitales muestra una serie de inconvenientes debido a que las entidades no poseen una residencia en la ubicación exacta en la cual surgen sus ingresos, generando diversas actividades para lograr establecer la aplicación de gravámenes diversos a todo proveedor dedicado a la venta de servicios digitales.

Si bien es cierto que la ley del IGV mediante el art 1° inc. b) lo menciona sobre la utilización de servicios y prestación en el país, que están afecta o gravadas de forma general, de acuerdo al art. 2° numeral 1) inc. b), de reglamento de la ley del IGV, las prestaciones de servicios utilizados y prestados en el país, independiente de la ubicación, en este caso no especifica sobre la utilización de los diversos servicios digitales realizados por sujetos calificados como no domiciliados y no hay antecedentes sobre la grabación del IGV por la prestación de los diversos servicios digitales que son utilizados por medio de personas calificadas como consumidores finales, existen planteamientos de parte de la (OCDE) o la (CEPAL), que han emitido documentación relacionada con dichos asuntos.

El pronóstico de continuar con la problemática son las siguientes: De continuar sin tributar los servicios digitales ocasiona una serie de inconvenientes a las partidas correspondientes a ingresos tributarios, las labores económicas de las entidades que cuentan

con residencia que son considerados contribuyentes del respectivo impuesto, aparte de la afectación de la informalidad económica y el empleo.

La influencia negativa en las partidas de ingresos de las entidades muestra una serie de afectaciones de las proyecciones futuras en materia de recaudación de impuestos, como consecuencia aumentará si es que las entidades buscan la manera de que se desplace al ámbito digital y se pueda operar desde países del exterior, lo cual aumentará los niveles de pérdida fiscal de recaudación.

Los servicios digitales de seguir expandiendo y no tributen el impuesto general a las ventas limita e impide la competencia en igualdad de condiciones.

El control del pronóstico es el siguiente: Se tiene que realizar la incorporación a los servicios digitales dentro de la base imponible correspondiente al IGV

Además, como se viene haciendo en países de América Latina, la empresa proveedora extranjera debe registrarse como persona contribuyente del IGV a través de simplificados procedimientos, en la respectiva jurisdicción de la persona compradora y cuente con la responsabilidad de establecer la cobranza, declaración y amortización del impuesto.

Otra opción que se tiene que analizar es que las empresas pueden también cobrar el impuesto general a las ventas aplicado a los diversos servicios digitales que se adquieren en países del exterior, por medio de mecanismos retenedores en los medios de pago, adicionalmente como suelen realizarlo en Colombia y Argentina, se opta por la aplicación de la opción de inscripción obligatoria del IGV destinado para proveedores calificados como sujetos no domiciliados, a la par con las acciones correspondientes para retener el impuesto en los respectivos medios de pago únicamente en operaciones realizadas con determinados proveedores que no dan el cumplimiento necesario de la obligatoriedad para realizar su inscripción.

La ubicación surgida con la acción imponible y la de la tributación, resultan ser difíciles para la gestión realizada por la entidad fiscalizadora de tributos, el domicilio, la residencias y la fuente, representa factores de reconocimiento complicado, debido a que las entidades del extranjero están en distintos sectores del mundo.

La ausencia de control establecida por la entidad encargada de la fiscalización a los respectivos servicios digitales dejará en una situación riesgosa las acciones para recaudar impuestos, es importante resaltar que los diversos servicios digitales dedicadas al entretenimiento se cancelan por medio de tarjetas de débito y crédito debido a que las entidades que brindan los mencionados servicios, generalmente no cuentan con sucursales en el país, razón por la cual es recomendable la utilización de las tarjetas para amortizar el servicio, razón por la cual las empresas del sector bancario actuarán como agentes retenedores para que la recaudación sea efectiva.

### **1.3 Formulación del problema**

#### ***1.3.1 Problema general***

¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021?

#### ***1.3.2 Problema específicos***

- ¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021?
- ¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021?
- ¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021?

## **1.4 Antecedentes**

### ***1.4.1. Antecedentes internacionales***

Según Piza (2021) mediante su trabajo realizado, resalta la importancia del ámbito económico digital, que coloca en posición de jaque al ámbito que desempeña el derecho tributario”, estableciendo como conclusión, que en escenario relacionado con el derecho comparado, España, Reino Unido y Francia marcó los parámetros necesarios para marcar la pauta de lograr la inclusión en las normativas locales determinadas medidas unilaterales encaminadas a la inclusión de algún tipo de impuesto con la finalidad de que pueda gravar determinados ingresos que procedan de la prestación de servicios digitales, asimismo durante el periodo 2019, en Colombia se decidió adoptar modificaciones relevantes que se vinculan al IVA las cuales se orientaron a brindar eficientes soluciones a los desafíos fiscales surgidos por el ámbito de la economía digital, contemplando el hecho que genera el mencionado tributo para lograr la incorporación de servicios brindados desde países del exterior, así como lo que respecta a la cesión de derechos aplicados sobre activos intangibles, resulta simple establecer una serie de soluciones fáciles por la vía del impuesto.

Asimismo, Hanna et al. (2020) quienes, mediante su trabajo realizado, resaltaron la importancia del ámbito tributario que se relaciona a los servicios digitales como mecanismo alternativo fiscal en la coyuntura de una global tendencia, el estudio trató sobre la práctica global de introducir determinados impuestos para que sean aplicados a los diversos servicios digitales en Ucrania. El propósito de crear innovaciones en el sistema tributario es obtener adecuados índices de eficiencia para recaudar determinados ingresos y crear innovaciones en el ámbito fiscal de Ucrania se relaciona con la eficiencia en la recaudación de ingresos, es decir, para recaudar la cantidad máxima de ingresos para el estado. Según la interpretación de la Comisión Europea, el impuesto a los servicios digitales debe aplicarse y una característica

común de estos impuestos es que dependerán generalmente de la utilización de datos o participación del usuario.

Por otra parte Eltit (2020) mediante su trabajo de investigación realizado, considera importante el impuesto nuevo y la manera de amortización a la economía digital, estableciendo como conclusión que en las metas primordiales de la OCDE, se puede apreciar la manera en que tributan las multinacionales de manera efectiva en determinadas jurisdicciones en las cuales se generan una valoración, razón por la cual la mencionada entidad fomenta medidas para lograr gravar la economía presente y no la física de las entidades de diversos países a nivel mundial, sin tomar en consideración que el objetivo real es que recaiga el impuesto acerca de los proveedores, finalidad que no se cumple en Chile, debido a que lo realizaron plataformas como Play Station, Netflix, otros, notificaron a las personas usuarias el aumento de los precios con respecto al servicio que contrataron, en vista que se incluye el impuesto respectivo a los servicios digitales, resultando para las personas usuarias, el traspaso del tributo de manera efectiva.

Según Martínez (2020) en su tesis “Análisis crítico del gravamen a los negocios digitales”, concluyó que la adopción de medidas unilaterales, para gravar (en el territorio) operaciones ya fiscalizadas (gravadas o exentas) en otro lugar, puede tener consecuencias indeseables para la economía, además en determinados casos (plataformas de la llamada economía colaborativa) el impuesto es fácilmente trasladable al usuario o al consumidor en la jurisdicción de destino, lo que restará competitividad a las empresas usuarias y una deslocalización mayor de las plataformas con el territorio de mercado. Finalmente, aunque la mejora en los mecanismos actuales de cooperación internacional en materia fiscal y una mayor armonización es positiva para contener el fenómeno creciente de la pérdida de ingresos fiscales,

las soluciones clásicas de cálculo de los impuestos no están adaptadas al ámbito económico digital.

Tomando en consideración a Merino (2020) mediante su trabajo de investigación, considera importante resaltar los retos de las normas referidas a la tributación Chilena en el ámbito de la economía digital, con la meta principal de establecer si las normas de la tributación que se encuentra en vigencia, así como incorporar opciones que favorezcan al proyecto para modernizar al tributo señalado por la legislación N° 21.210, abarca en forma integral los retos impositivos que se asocian al ámbito que se asocia al ámbito económico digital. Se aplicó la metodología inductiva y cualitativa, estableciendo como conclusión, que las leyes de Chile abarca el escenario económico digital, a través de diversas modificaciones relacionados con el establecimiento permanente y causando determinadas definiciones que abarquen tales conceptos, ante dicha coyuntura, representa un avance relevante que se consagre legalmente el IVA como hecho gravado especial señalado mediante la letra n) del art. 8 de la respectiva Ley Sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, pero sin perjudicar los inconvenientes para fiscalizar, las mismas que suelen reconocer la ley conspirando con la equidad.

Según Fuenzalida (2018) mediante su trabajo de tesis realizado resalta la importancia del comercio directo electrónico, analizándolo desde el punto de vista tributario que se evidencia cuando se brindan determinados servicios digitales, con la finalidad de pretender establecer la demostración que en la actualidad digital uno de los desafíos principales de las gestiones es realizar la identificación del consumo realizado con respecto al servicio digital brindado desde países del exterior y que fueron usados en el país, resaltando la capacidad contributiva real y con el objetivo de establecer la recaudación equitativa de impuestos con eficiencia. Asimismo, una de las problemáticas más importantes de la afectación del comercio electrónico, tomando en consideración el aspecto tributario, es la reducción de los índices de

recaudación sufridas por las instituciones encargadas de fiscalizar los tributos, debido a las problemáticas para identificar las actividades llevadas a cabo en el ámbito digital.

Asimismo Pacheco (2018) mediante su trabajo de tesis realizado, considera importante desarrollar los lineamiento OCDE aplicado en el ámbito tributario relacionado con el aspecto económico digital, con la meta principal de fomentar la identificación de la suficiencia de lo que se propone las BEPS de OCDE, y la manera en que se aplica mediante la normativa actual chilena, el trabajo realizado es de tipo fenomenológico y bajo un enfoque cualitativo, estableciendo como conclusión que ante lo propuesto por medio de la OCDE, la cual está referida a las operaciones de carácter digital a una determinada actividad para lograr retener en la fuente, lo cual significa, que recaudar los impuestos representa un grado de obligatoriedad de las entidades del sector financiero. Finalmente, con la alternativa propuesta de aplicar el impuesto a los Bot Tax o transacciones, se refiere a gravar a los bytes que las entidades utilicen, debiéndose comprender que será un progresivo impuesto, donde cuantos más bytes se utilicen, mayor base será gravada con el impuesto, de esta manera no se perjudicará a las tradicionales entidades que, de la misma forma, suelen utilizar internet.

#### ***1.4.2. Antecedentes nacionales***

Según Corrales (2023) mediante su trabajo de tesis considera importante analizar las actividades implementadas para regular el ámbito de los servicios digitales que se brindan a determinados consumidores finales en el Perú, y la incidencia que se da al recaudar tributos como es el caso del IGV, dejando en evidencia que las actuales normas referentes al IGV no señala quien es la persona denominada sujeto obligado a realizar el pago del impuesto referido al ámbito de los servicios digitales que se otorgan a determinados consumidores finales en el país, asimismo, se revela que en determinados países latinoamericanos se logró implementar una alternativa para controlarlo con efectividad, tal como las acciones para designar agentes de

retención a las empresas del sector financiero, puesto que de esta forma retendrán el impuesto mencionado a las personas denominadas consumidores finales, debido a ello se logró demostrar que el Gobierno dejó de percibir aproximadamente 113 millones de dólares por año, asimismo se estableció como conclusión que resulta evidente la influencia positiva para regular los servicios digitales, motivo por el cual se realizó una alternativa para proponer mecanismos de acción, tal como la representa modificar diversos artículos del Código Tributario y LIGV.

Asimismo Gonzales (2023) mediante su trabajo sometido al análisis resaltó la importancia de las propuestas para regular el IGV cuando se brindan diversos servicios a contribuyentes con personería natural ubicadas en Lima metropolitana al utilizar determinadas plataformas digitales dadas por no domiciliados durante el periodo 2021, el resultado principal está referido al aumento significativo de los diversos servicios digitales y la ausencia de acciones para que sean reguladas, estableciendo como conclusión en que en la actualidad las normativas vinculadas al IGV no se evidencian regulación alguna de la manera en como tributan los prestadores de servicios por medio de no domiciliados quienes ofrecen plataformas digitales, asimismo, de las modificaciones realizadas por algunos países ubicados en América Latina con el objetivo de lograr determinar la regulación de los mencionados servicios para asegurar la recaudación del impuesto, modificaciones que deben replicarse a través del Estado peruano.

Por otra parte Linares y Vásquez (2023) mediante su trabajo realizado establecieron una alternativa para proponer opciones estratégicas para recaudar el IGV causado por medio de servicios que se brindaron como streaming a través de entidades calificadas como no domiciliadas en el Perú, estableciendo como conclusión que al utilizar o consumir los servicios de streaming se encuentran en el ámbito de aplicación de la legislación del IGV, pero resulta deficiente en las normas de la tributación que terminan siendo limitantes al momento de

recaudar, razón por la cual, se realiza el planteamiento para aplicar una metodología de retención con la finalidad de asegurar la recaudación efectiva del IGV que genera el streaming como servicio brindado por personas que no residen en el país.

Según Quiroz y Quispe (2023) mediante el trabajo de investigación realizado resalta la reforma de los tributos en lo que respecta a los diversos servicios prestados por concepto de streaming premium a través de no domiciliados direccionándolos a la personería natural y como suele impactar al recaudar tributos durante el periodo 2020 en Lima Metropolitana, estableciendo como conclusión en que al reformar tributos en el Perú en relación con los mencionados servicios impactará de manera significativa para que la administración logre recaudar, asimismo causa un impacto económico y social, la utilización de plataformas conocidas como streaming de video y audio que son utilizadas por individuos de personería natural en el Perú, en las leyes y normativas no están gravadas con el IGV y el IR (no domiciliado). Razón por la cual, al desarrollar la presente labor investigativa se identificó las maneras en que se aplica en distintos países, como impacta las acciones de recaudar, implementación y mecanismo de la reforma de tributos a dichas modificaciones o servicios a las leyes del IGV, IR y Código Tributario, las mismas que permitirán gravar a entidades que cuenten con la condición de no domiciliadas para el caso relacionado con plataformas digitales, así como para las personas que se consideren usuarias de los mencionados servicios cuando corresponda.

Asimismo Coronado (2022) mediante su trabajo de tesis considera importante el ámbito de los impuestos aplicados al rubro de los servicios digitales aplicados en Perú, estableciendo como conclusión que la amortización de impuestos dados por sujetos no domiciliados, los cuales aún no se encuentran regulados y no se evidencia existencia de procesos previamente establecidos, ante dicha coyuntura el Perú deja de cobrar aproximadamente S/.200,000,000 por

actividades vinculadas a los servicios digitales, aplicar el IR e IGV a los servicios digitales que brindan sujetos que cuentan con la condición de no domiciliados va permitir que el Perú pueda equiparar determinadas condiciones de índole tributario con los mencionados servicios, las mismas que están en cierta desventaja logrando inhibir su competencia tarifaria e innovación, por otra parte genera un considerable incremento de recaudación a la entidad fiscalizadora, al aplicarse el IGV e IR a dichas entidades se realizará considerando las políticas tributarias vinculadas al ámbito digital señaladas previamente por medio de las normativas y reglamentos establecidos por la SUNAT.

Por su parte Medrano (2021) mediante su trabajo sometido al análisis, considera importante que la dinámica de tributación en el ámbito que respecta los servicios digitales, estableciendo como conclusión que para el caso específico de personas usuarias que no cuentan con negocio, no poseen registros ni libros de contabilidad, para fiscalizarlas individualmente resulta una labor imposible, razón por la cual es necesario analizar la actividad bancaria con la finalidad de establecer algún tipo de mecanismo para recaudar impuestos, debido a ello es indispensable indicar exactamente cuáles serían las maneras fácticas de que ocurran para que pueda nacer la obligación de algún tipo de intervención de índole fiscal, la utilización de tarjetas de débito y crédito se generalizó en la totalidad de ámbitos y son empleados en los diferentes tipos de transacciones, es factible señalar como conclusión que no siempre la totalidad de casos evidencian amortizaciones que representan algún tipo de retribución dado por diversos servicios digitales, lo cual quiere decir que en diferentes ocasiones, para el sector bancario es una tarea de amplia complejidad determinar si en la amortización que efectúa la clientela es probable que se aplique algún tipo de impuesto, lo que generaría que se cometan errores incurriendo en . infracciones que puedan ser sancionadas, por lo que resulta indispensable tratar de evitar.

Según Villegas (2020) mediante su trabajo de investigación realizado, considera importante analizar cómo se imponen los impuestos en el ámbito del servicio digital dado por entidades de aplicativos que poseen la condición de no domiciliados, con el objetivo principal de lograr la identificación de la problemática principal del tratamiento fiscal del IGV y del IR para los mencionados servicios a través de actividades como analizar las normas del Perú para aplicar la respectiva metodología comparada en relación a la legislación de diversos países y tomando en cuenta el criterio de la OCDE. Se establece como conclusión que para lograr identificar la manera en que se desarrollan los mencionados servicios favorables de individuos que tengan la condición de no domiciliados, se determina un colaborativo esquema con el sector financiero que emiten tarjetas de débito y crédito por medio de las cuales las personas usuarias realizan el abono de comisiones o suscripción para los servicios señalados, asimismo según el principio de afectación en el país en el cual se realizó el respectivo consumo, resulta primordial que se modifiquen las normativas al IGV con la finalidad de lograr la incorporación del independiente hecho imponible que facilite gravar las labores de consumo que respecta a los servicios digitales de parte de personas naturales.

Por su parte Sotomayor y Valverde (2019) mediante sus labores realizadas resaltaron la importancia de la era digital para realizar la imposición a su consumo, estableciendo como conclusión que las leyes del IGV aplicados en la actualidad permitirán el sostenimiento de que se utilice en el Perú los servicios digitales que se encuentren sujetos al mencionado impuesto, lo señalado orienta a que los parámetros que rigen que se imponga al consumo facilitando que el servicio que se adquirió de países del exterior cuente con igualdad en el tratamiento aplicado al servicio que se originó al país, en relación a ello, la problemática legal presentada para dicho escenario no se encuentra en la determinación de si la actividad se encuentra o no gravada, más bien se encuentra más direccionado al contribuyente, por otra parte con la finalidad de

conseguir la meta de gravar con IGV el uso de los diversos servicios digitales, resulta primordial revisar, analizar y adecuar 3 concretos puntos, los cuales son: (a) la definición de contribuyente del IGV, el cual representa el punto de mayor debilidad en la actual regulación; (b) definición de servicios, debido a que se actualizará, a la par con lo indicado por el IR, con la finalidad de contar con una uniforme regulación de servicios digitales; y, (c) a los existentes mecanismos o cuando se implementen para asegurar el logro de recaudaciones efectivas de impuestos.

Por otra parte Cardeña (2019) mediante su trabajo de investigación, considera importante analizar el problema actual y alternativas para el tratamiento del IGV en la coyuntura del uso de servicios digitales brindados por personas que cuenten con la condición de no domiciliados direccionado a diversos consumidores finales, el requerimiento para regular los procedimientos tributarios en el Perú, con la finalidad de fomentar el análisis respectivo al tratamiento del IGV a través de plataformas virtuales, razón por la cual se realiza la propuesta de traslado a la ley del IGV de todo tipo de condición de características onerosas y comerciales de la habitualidad para el uso de los mencionados servicios señalados en el reglamento de la LIGV y de esta manera asegurar la preservación de la Reserva de Ley haciendo exigible la amortización del impuesto al consumidor final, también se realiza la propuesta de implementar diversas alternativas para lograr recaudar el IGV al tratarse de servicios digitales brindados por personas calificadas como no domiciliadas.

Según Fuertes (2017) mediante el trabajo de tesis realizado, considera importante analizar los diversos servicios prestados por internet y su influencia en el IGV en personas naturales durante los periodos comprendidos entre 2012 y el periodo 2016 en Lima Metropolitana, estableciendo como conclusión que en las leyes de la tributación se indica que la prestación de servicios en el país se encuentra debidamente gravado, pero los individuos que

cuentan con personería natural que realizan el consumo de los mencionados tipos de servicios actualmente no realizan alguna amortización al impuesto referido, motivo por el cual resulta recomendable la implementación de mecanismos para controlar dichas actividades con la finalidad de que todo contribuyente garantice el cumplimiento de las obligaciones en materia de tributos causados por esta modalidad de operaciones.

## **1.5 Justificación de la Investigación**

### ***1.5.1. Justificación metodológica.***

Se encuentra debidamente justificado metodológicamente puesto que resultará ser muy útil para orientar el trabajo realizado de tipo explicativo, así como los instrumentos empleados para recolectar la información para posteriormente ser sometidas a validación por medio de la confiabilidad y opinión de profesionales expertas. (Alfa de Cronbach) y los mencionados aportes podrán ser utilizados en otras labores realizadas que cuenten con las variables IGV en personas naturales y servicios digitales por no domiciliados.

### ***1.5.2. Justificación práctica.***

El trabajo realizado se encuentra justificado de manera práctica, puesto que se realiza la explicación de la coyuntura vinculada a los servicios digitales brindados por personas que cuentan con la condición de no domiciliados, las entidades que se encuentren presentes, pero sin estar sujetas a ninguna imposición, así como una serie de efectos que poseen en el interno sistema tributario.

La afectación con impuestos sin considerar algún tipo de presencia física en el Perú se relaciona con la no recaudación del IGV, a comparación de una entidad que se encuentra establecida en el país, sin perjudicar lo indicado, es observable que diversas jurisdicciones

incorporaron el impuesto en entidades que brindan servicios digitales desde países diversos países del exterior.

### ***1.5.3. Justificación teórica.***

El trabajo realizado se encuentra justificado de forma teórica con respecto a la variable independiente denominado como servicios digitales por no domiciliados el cual concilia con el denominado principio de destino puesto que cuenta como meta principal el aseguramiento de la totalidad de ingresos devengados en la respectiva jurisdicción en la cual se va producir el suministro al respectivo consumidor final, asimismo dicho principio no suele limitarse a los diversos suministros dado entre consumidor y empresa.

Por otra parte, en lo que respecta a la variable dependiente señalada como IGV en personas naturales se estima realizar la profundización de la teoría relacionada con la imposición tributaria, la misma que señala que el IGV se entiende como un indirecto impuesto para gravar cualquier tipo de capacidad de consumo, bajo lo mencionado, el Estado se guía de contribuyentes o intermediarios para realizar la cobranza de los importes al contribuyente de hecho y consumidor final, cuando se presenten servicios que añadan valoración a las fases en las que el proveedor de servicio o bienes intervengan, precisamente en esta valoración agregada, radicará el impuesto.

### ***1.5.4. Importancia de la investigación***

Según las actividades realizadas para analizar, se logró la identificación de que los directos beneficios son para el Estado peruano, debido a que se genera un aumento significativo de los ingresos por tributos cuando se realiza la aplicación del impuesto generado por la venta de servicios de índole digital, asimismo adquiere cierta relevancia debido a que al utilizar servicios digitales va terminar generando una recaudación mayor de impuestos que colabore a

que se financie el presupuesto a nivel nacional y la riqueza sea distribuida como corresponde en la economía del Perú.

El trabajo realizado muestra cierta viabilidad por la información amplia acerca de los problemas nacionales e internacionales del entorno tributario de los servicios digitales, resulta trascendental puesto que es factible mostrar un directo impacto económico lo cual se ha generado periodo tras periodo, motivo de esta modalidad de servicios, están exentos de realizar la amortización de impuestos indirectos o directos, obteniendo como resultado un considerable sacrificio fiscal y reducción presupuestal del Estado.

El trabajo de tesis, es original, puesto que, en el ámbito de la recaudación de impuestos aplicados al rubro de servicios digitales, se establece que las normas legales que se encuentran en vigencia no alcanzan a grabar los diversos impuestos aplicados al rubro de los servicios digitales, generando como resultado una serie de desigualdades tributarias con entidades del Perú.

### **1.6 Limitaciones de la investigación**

Se consideró como tal, el factor tiempo de disponibilidad de las personas que fueron calificadas como muestra sometida al estudio, al realizar el cuestionario puesto que se encontraron en horario laboral, asimismo la dificultad para acceder a determinados antecedentes nacionales de posgrado que se encuentren vinculados a los asuntos de servicios digitales por no domiciliados.

## **1.7 Objetivos de la Investigación**

### **1.7.1 Objetivo general**

- Explicar cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021.

### **1.7.2 Objetivos específicos**

- Establecer cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021.
- Explicar cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021.
- Establecer como influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021.

## **1.8 Hipótesis**

### ***1.8.1. Hipótesis general***

Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021.

### ***1.8.2. Hipótesis específicas***

- Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021.

- Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021.
- Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Marco conceptual

#### 2.1.1. *Teorías generales del estudio*

**2.1.1.1. Teoría de la Regulación.** Se entiende por regulación a las normativas emitidas por medio de una entidad gubernamental con la finalidad de que puedan ser administradas adecuadamente con la finalidad de tener una mayor influencia sobre las labores de la economía fijando precios, determinando estándares y modelos de bienes, así como los parámetros que deben dar cumplimiento de las entidades nuevas que operan en un sector determinado. Los estados con la finalidad de establecer una regulación de dichas actividades cuentan con la facultad de implementar entidades encargadas para la supervisión y establecer una serie de garantías para que se cumplan, por otra parte, la regulación abarca una serie de normativas específicas y generales determinadas por organismos que forman parte de la administración pública, las mismas que tienen influencia directa cuando se fijan precios en el mercado, y en forma indirecta cuando se decida sobre la demanda y oferta de los que participan en el mercado, a través de la regulación, el Estado logra instaurar restrictivas medidas en la discreción ejercida por personerías jurídicas o naturales que se soporte a través de que se apliquen las sanciones correspondientes, la finalidad que toda regulación persigue, dentro de la coyuntura de actuación estatal en un determinado mercado, es la de aumentar los niveles sociales de eficiencia reparando el efecto que produce el mercado al realizar sus actividades en competencia perfecta. (Linares y Vásquez, 2023).

**2.1.1.2. Teoría del tributo.** La mencionada teoría consta de 2 fases, la primera evidenciada durante la Edad Moderna desde el siglo XVIII al siglo XIX, en la cual surge la ciencia de la economía, sin embargo no se evidenciaba la existencia de la norma del derecho de los tributos, y la segunda se desarrolla durante la Edad Contemporánea iniciado en el siglo

XX a la actualidad, en la cual resulta evidente un especializado conocimiento y el derecho de los tributos se considera desde el ámbito de la ciencia: (a) Edad Moderna: durante el siglo XVIII se orientó al sector privado, de los que representan la escuela fisiocrática destaca el material aportado por medio de David Ricardo quien señaló que una de las problemáticas principales en el ámbito tributario es distribuir o repartir la riqueza, puesto que la legislación que rige la política de la economía provoca en empobrecimiento y enriquecimiento de las personas, razón por la cual David Ricardo determina lo relevante que son los impuestos puesto que mayormente resultan de la explotación laboral de un determinado país, en donde el Estado es el agente recaudador y a través de su manera de pensar deberán amortizarse considerando los ingresos de todo individuo, comparándose con la valoración de servicios y bienes que habitualmente se consume. Asimismo, es importante señalar que la Revolución Francesa fomentó la formación de los pilares básicos de las estructuras de las entidades estatales modernas, estableciendo una serie de objetivos y mecanismos para utilizarse a fin de lograrlos, de esta manera, asuntos relacionados a la gestión de la administración, impuestos, presupuestos, Estado, se proyectan ser analizados. Por otra parte en Alemania, se empezó a tener una mayor consideración al pensamiento señalado por medio del especialista en filosofía Georg Friedrich Meier afirmó que el tributo justificó los poderes de la política gubernamental, de esta manera el vínculo entre el Estado y los contribuyentes tiene la tendencia a volverse de corte vertical, lo cual significa que se analiza en forma primaria los verticales impuestos, que a nivel del Perú representan ser de 4ta y 5ta categoría, en donde las personas que generan ingresos superiores a un monto establecido por la entidad recaudadora, pagaran un mayor porcentaje de impuestos.

(b) Edad contemporánea: está comprendida desde inicios del siglo XX a la era actual, está caracterizada por el surgimiento de la ciencia del derecho en donde se fundamenta el

derecho tributario, en la mencionada fase son desechadas diversas definiciones que provienen de las normativas legales civiles, en donde el aspecto tributario se aborda desde la perspectiva económica conocida comúnmente como realismo de la economía, en la cual se realiza el planteamiento que la manera más adecuada de analizar sustantivamente los fenómenos de carácter fiscal es a través de la perspectiva económica, representando un principio que se aplica a la contributiva capacidad, lo señalado fue optimizado por medio de Benvenuto Griziotti, de esta forma, el Estado implementa la tributación la cual posee como fundamento la riqueza de la economía del contribuyente (Linares y Vásquez, 2023).

### ***2.1.2. Principios Tributarios***

El principal reto que afronta las entidades encargadas de administrar tributos es la adecuación de las leyes, prácticas y procedimientos existentes con la finalidad de asegurar la superación del nivel deficiente surgido cuando se generan modificaciones en el aspecto económico.

Según Fuenzalida (2018), los mencionados principios son aplicables al ámbito del comercio electrónico, puesto que de esta manera se preservará la soberanía de los tributos, logrando una equitativa y distribución justa de la basa imponible evitando que se dé el caso de una imposición múltiple:

- **Neutralidad:** todos los aspectos ligados a los sistemas tributarios tendrán que tratarse en forma equitativa y neutral entre las diversas maneras de comercio electrónico y entre las mismas, el tradicional o convencional comercio, asimismo la gran mayoría de las decisiones comerciales se fomentan por medio de determinadas consideraciones económicas, pero no de índole tributario, por otra parte los contribuyentes con acciones análogas, para efectuar actividades con cierta similitud se someten a parejos índices impositivos.

- **Eficiencia:** se estima realizar la reducción de los costos de cumplimiento que se soporta por gastos de administración y por contribuyentes, las mismas que tienen un peso por encima de la entidad encargada de la administración de tributos.
- **Certeza y simplicidad:** La normativa de carácter tributario debe tener claridad y facilidad de entendimiento, de manera que la persona que tiene la obligatoriedad tributaria se anticipe a cualquier operación o algún tipo de consecuencias fiscales, teniendo pleno conocimiento de dónde, cuándo y cómo lograr la satisfacción de la obligación tributaria.
- **Efectividad y justicia:** todo el ámbito del sistema tributario se direcciona a la generación de la forma y tiempo, reduciendo la mayor cantidad de opciones que faciliten acciones fraudulentas y evasivas, al momento que se realizan las labores para combatir adoptando proporcionales medidas a los riesgos que se enfrentan.
- **Flexibilidad:** todo el ámbito del sistema tributario posee dinamismo y flexibilidad para brindar las garantías necesarias de la coyuntura de la innovación comercial y tecnológica.

### ***2.1.3. Principio de destino***

En el ámbito del impuesto, al gravar los bienes intangibles y consumo de servicios, como meta internacional del comercio, se grava según las reglas y normativas de la competencia de consumo, por dicha razón el principio de destino se diseña para fomentar el aseguramiento de que el impuesto aplicado a los intangibles y servicios, se aplicará en la última instancia únicamente en la jurisdicción fiscal en la cual generalmente suele producirse el consumo final, manteniendo cierto nivel de neutralidad del sistema para lo que respecta el IVA el cual es aplicable al ámbito internacional de comercio. (Anabalón, 2020).

#### **2.1.4. Servicios digitales prestados por no domiciliados**

Cuando se trata el tema de servicios digitales debe entenderse como los que se brindan en la forma denominada online a las personas usuarias por medio de un dispositivo digital, tal como una computadora, Tablet, teléfono inteligente, otros. (Linares y Vásquez, 2023).

Los servicios digitales que brindan los sujetos denominados como no domiciliados se definen como aquel recurso que una entidad u organización que no está presente o constituida en territorio peruano con opciones como sucursales, agencias o establecimientos de corte permanente, y tiene un claro fin, el cual es garantizar la satisfacción de los requerimientos de la clientela por medio de la utilización de las redes informáticas a nivel mundial: internet (Fuentes, 2017).

Los servicios digitales brindados por medio de sujetos calificados como no domiciliados es un servicio otorgado por entidades internacionales o extranjeras que no cuentan con el correspondiente RUC de la SUNAT, hacia el consumidor final, siendo personas naturales que consumen el servicio digital como Netflix, Disney plus, Amazon, entre otros (Fuentes, 2017).

Esta forma de actividad suele presentarse generalmente en el entorno actual, puesto que por medio de la accesibilidad directa con pago previo, o el que se ha realizado utilizando una amortización vía transferencia o tarjeta de crédito a diversas cuentas bancarias ubicadas en países del extranjero de manera directa o por medio de otras entidades bancarias nacionales que se comportan como un recaudador primario, autorizando a la persona usuaria del servicio a que realice la correspondiente descarga de archivos ejecutables que conforman el respectivo soporte técnico del producto digital, códigos para acceder o aplicaciones. (Cardeña, 2019).

El lucro de toda plataforma digital se da por medio de la interrelación intangible o actividades que demandan generalmente grandes consumos de servicios y bienes, la persona

usuaria suele buscar lo que realmente requiere, desea utilizarlo y consumirlo, motivo por el cual realizan la amortización correspondiente para dichas actividades y logrando de esta manera la plena satisfacción de sus requerimientos, las personas beneficiarias de este ámbito digital económico son las empresas y productores, de esta forma se permite que los estados puedan crecer y desarrollarse. (Almachi, 2020). Se resalta que los diversos tipos de servicios digitales, podrán ser:

Abonar para recibir un streaming relacionado con diversas películas (Ej.: Netflix)

- Abonar para recibir un streaming relacionado con diversos tipos de música (Ej.: Spotify)
- Localizar unidades de taxi (Ej.: Easytaxi)
- Membresías con la finalidad que se obtenga algún tipo de contenido premium relacionado con determinadas revistas digitales
- Comisión por la utilización de modalidad de amortización electrónica (Ej.: PayPal) (Pendino, 2020 citado por Castillo & Holguín, 2021).

#### ***2.1.5. Características de los servicios digitales***

Según Eltit (2020), cuando se trata del ámbito del negocio digital, muestra diversas particularidades que son propias que suelen diferenciarlas en relación a lo tradicional, resultando atractivas, tal es el caso de los niveles de extensión de mercado con reducidos costos, asimismo entre las características que conceptualizan mejor los servicios digitales están:

- No se necesita presencia física del individuo.
- No se evidencie espacio físico al momento que se ofrezcan servicios.
- Permitir una serie de interacciones dado entre las personas que actúen como contratantes separados desde el punto de vista geográfico.
- Generalmente represente costos fijos inferiores.

- Espectro mayor de la clientela a los cuales llegan dichos servicios.

#### **2.1.6. Medios de pagos electrónico**

Los medios de pagos electrónico son realizados por el pago del servicio digital de parte de los clientes que generalmente son personas naturales. Siendo usualmente las siguientes modalidades:

- Tarjeta de crédito

Esta referida a generar una orden de parte del cliente que posee el dinero electrónico con la finalidad que la entidad bancaria que tiene su dinero ejecute el pago, por medio de un depósito en una cuenta ya establecida, por la operación que el cliente realiza con una determinada empresa o persona natural (Fuertes, 2017).

- Tarjeta de crédito

Una entidad bancaria es la que concede los créditos, en la transacción se otorga una previa autorización y con condiciones para que se pueda aplicar el pago. La autorización es brindada cuando se compruebe la identidad del cliente, por medio de su clave o su firma, también de su línea o disponibilidad de crédito (Fernández, 2003 citado por Fuentes, 2017).

#### **2.1.7. Mecanismos de control**

Se encuentran ampliamente relacionados con las acciones, procesos y políticas que una entidad establece con la finalidad de asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas. (Fuertes, 2017).

Actualmente en el Perú, la SUNAT, realizó la implementación de diversas alternativas para controlar el ámbito de la informalidad, buscando que reducir los niveles de evasión e informalidad en el aspecto tributario, por ello se hace mención a las retenciones, percepciones y detracciones, así como las acciones realizadas al utilizar libros electrónicos.

### ***2.1.8. Comercio electrónico***

Brinda diversos servicios digitales por medio de diversas plataformas inteligentes, las mismas que están gravadas con impuestos debido a que brindan sus servicios en el país, al instante que realizan sus operaciones de carácter comercial on line, no resulta indispensable contar con la presencia física de la persona, razón por la cual es evidente la problemática dada en el sistema tributario del Ecuador al no determinar el sitio en el cual se formalizó la acción generadora y no lograr el reconocimiento para establecer la residencia de la persona calificada como contribuyente, las mencionadas dificultades se presentaron en el entorno global generando determinados efectos económicos en el sistema de tributación y mostrando en los Estados cierta inestabilidad tributaria. (Almachi, 2020).

La definición de comercio electrónico se relaciona con modificaciones adjetivas al comercio sustantivo. Lo cual implica que en lo que respecta al comercio electrónico, se reconocerá únicamente como comercio, pero resaltando una adjetiva variante de que para que realice la mencionada, se utilizarán determinados medios electrónicos, sin embargo, la imagen de que se califique como comercio no se modifica, más bien la variante se relaciona con el uso de mecanismos electrónicos, razón por la cual, se necesita de una regulación específica, autónoma y detallada para que sea integrada a las normativas básicas de los actos mercantiles actuales. (García, 2018).

### ***2.1.9. Estructura del comercio electrónico***

La evolución y origen del comercio electrónico conocido comúnmente como e-commerce se vincula a las actividades implementadas para desarrollar páginas web, se estructura en 3 generaciones:

**2.1.9.1. Primera generación.** Surge en el periodo 1993 cuando las entidades identificaron diversas ventajas al implementar páginas web con la finalidad de facilitar los

datos de servicios y productos, sin embargo en dicho periodo era prácticamente imposible adquirir bienes utilizando el internet, razón por la cual se necesitaba acudir de manera presencial para consumir servicios o adquirir bienes, pero a través de los datos que las entidades tengan a libre disponibilidad de la persona calificada como cibernauta podrían obtener mayores conocimientos, y si es que viaja a distintas ciudades podrán consumir los bienes, transformándose en una forma interesante para garantizar la atracción de potenciales clientes. (Linares y Vásquez, 2023).

**2.1.9.2. Segunda generación** las entidades suelen adaptar sus páginas web sin limitarse únicamente a facilitar información relacionada con ellos, sino para establecer la negociación por medio del internet de los servicios y bienes, originando lo que en el mundo virtual se conoce como centro comercial virtual, las entidades que cuentan con mecanismos tecnológicos así como una adecuada infraestructura que le permita la implementación de tiendas virtuales, no necesitan un área física para la realización de sus labores comerciales, razón por la cual, se empezó a realizar el arrendamiento de espacios a otras entidades que si necesitan contar físicamente con una tienda, la modalidad de amortización utilizada para adquirir bienes y contratar servicios, son tarjetas electrónicas, cheques y transferencias, razón por la cual las entidades surgen para lograr ofrecer los bienes a través de las redes. (Linares y Vásquez, 2023).

**2.1.9.3. Tercera generación** Se implementó alternativas para garantizar el mejoramiento de los procedimientos para seleccionar e informar de los bienes en forma automática, adicionando la respectiva base de datos de las distintas aplicaciones web, que se basan en un aspecto común que facilita el intercambio de información entre aplicaciones externas y servidores en forma estandarizada, implementando mejoras para que la clientela pueda utilizar las tarjetas de débito y crédito como una modalidad de amortización en forma segura. (Linares y Vásquez, 2023).

Para desarrollar adecuadamente las diversas tecnologías de comunicación e información, últimamente se generó un innovador paradigma que se identifica como una innovadora economía digital, que se generó por la masificación de las herramientas como el internet, el cual surgió a mediados de los años noventa y generó que el crecimiento electrónico pueda crecer, extendiéndose rápidamente a diversos países de Europa a finales del siglo XX, tomando en consideración a (Linares y Vásquez, 2023) el e – commerce o comercio electrónico representa la agrupación de canales de negocios útiles e importantes para las entidades que se dedican al comercio de bienes ofreciendo servicios a través de los mecanismos tecnológicos y de telecomunicación, asimismo se considera como la transacción comercial de servicios o bienes que se realiza a través del internet aplicándose medios de amortización electrónicas.

#### ***2.1.10. Características del Comercio Electrónico***

Según Linares y Vásquez (2023), se citan los siguientes:

- Ubicuidad: Se ejecutan diversos movimientos comerciales en cualquier momento y ubicación del mundo.
- Alcance global: El potencial mercado está conformado por la totalidad de la población mundial que cuente con la debida accesibilidad al internet.
- Estándares: Con herramientas como el internet se llega a diversos países a nivel mundial, reduciendo el costo de entrada a innovadores mercados y disminuyendo las labores de búsqueda de las personas usuarias.
- Multimedia: En la web generalmente se diseña la documentación práctica sin costo, imágenes, texto, color, lo cual añade mayores riquezas y diferenciando el resto de los medios.

- Interactividad: El e – commerce facilita una clara capacidad de comunicación en forma asíncrona o síncrona entre la persona consumidora y ofertante, con la finalidad de establecer un acuerdo común.
- Densidad de la información: la totalidad de participantes correspondientes a un disponen de datos en cantidad y calidad.
- Personalización: los datos mostrados a la persona consumidora se personalizan según las adquisiciones requerimientos e intereses.

#### ***2.1.11. Sujetos no domiciliados***

Con el objetivo de establecer una definición de los sujetos considerados como no domiciliados, se debe evaluar primeramente quien posee la calidad de ser calificado como sujeto domiciliado, según el num. 2 del art. 2º del Reglamento del IGV donde se toma en consideración al sujeto domiciliado al que garantice el cumplimiento de la normativa señalada en la LIR.

Asimismo, tomando en consideración lo indicado en la LIR en su art.7 (DS N° 179,2004) y la LIR en su art 4 (DS N° 122,1994) se toma en cuenta como sujeto no domiciliado a:

- Personas extranjeras que no residen en el país.
- Los peruanos emigrantes del país que actualmente son residentes en un nuevo país.
- Los peruanos que estuvieron más de 184 días calendario fuera del país en los últimos 12 meses.
- Las agencias, sucursales, personas jurídicas y demás establecimientos que no son permanentes o constituidas en el país.
- Las sucesiones, cuando el causante fallece, y fuese un no domiciliado.

- Las entidades unipersonales, bancos multinacionales, sociedades de hecho y diversas modalidades de contratos de colaboración para las empresas que no fueron establecidas o constituidas en el país.
- Con la finalidad de cumplir con las metas del trabajo realizado se tomará en consideración como sujetos no domiciliados a los señalados con anterioridad. (Cardeña, 2019).

#### ***2.1.12. Plataformas digitales***

Se define como la modalidad de negocio que surgió tomando como punto de partida las actividades necesarias para desarrollar los digitales tecnológicas promoviendo el intercambio dado entre productores, consumidores finales y oferentes de servicios o bienes, lo cual significa que las plataformas digitales se entienden como una agrupación de individuos que interactúan acerca de un asunto en común, adquiriendo y ofertando un servicio, producto, otros.

Las plataformas digitales se entienden como determinados espacios de la web las mismas que facilitan que se ejecute distintos programas o aplicaciones en una misma ubicación con la meta principal de asegurar la satisfacción de los requerimientos de la persona usuaria, los mencionados cibersitios suelen funcionar mediante un mecanismo operativo y están capacitados para la ejecución de aplicaciones y programas con diferentes contenidos, tales videos, imágenes, simulaciones, juegos textos, etc, asimismo se conciben las plataformas digitales como mecanismos que los encargados de desarrollarla sean externas o usuarias lo personalicen o programen acoplándolas a sus distintos requerimientos. (Linares y Vásquez, 2023).

#### ***2.1.13. Tipos de plataformas digitales***

Se aprecian hasta 3 tipos de plataformas digitales:

- Modalidad por suscripción: Para contar con la debida accesibilidad a dicho servicio, generalmente las personas que actúan como usuarios finales amortizan en forma periódica, tal es el caso, cuando los que utilizan Spotify o Netflix, realizan la cancelación de importes mensuales para contar con un debido acceso a música y películas.
- Modalidad con publicidad: los consumidores finales acceden al respectivo servicio en forma gratuita, puesto que la mencionada plataforma digital logra mantener los ingresos que generan a través de la publicidad, tal es el caso de Facebook y YouTube, en las mencionadas plataformas se accede al contenido gratuitamente, pero a la vez tendrán que visualizar la publicidad.
- Modelo con acceso: En esta forma de plataforma, los innovadores de la aplicación y contenido que desean realizar el pago de la respectiva plataforma con la finalidad de lograr llegar al respectivo usuario final, tal es el caso de App Store, conocida tienda digital, en el cual se cuelgan aplicaciones que se encuentran a libre disponibilidad de los usuarios de iOS, por otra parte, se encuentra Play Store implementada para Android.

Es importante resaltar que las plataformas digitales se entienden como alternativas que las entidades utilizan con la finalidad de lograr llegar al consumidor final, generalmente a través de diversas páginas web, para el caso específico de Streaming vienen previamente descargadas en los mecanismos tecnológicos (Linares y Vásquez, 2023).

#### **2.1.14. Streaming**

Se entiende como un mecanismo de la multimedia a través del cual un equipo que se conecte por medio de la internet podrá enviar video y audio como contenido, permitirá a la persona usuaria contar con el debido acceso a podcast, música, películas, series, en el instante

que se desea por medio de un móvil o PC sin que se requiera un sometimiento a ciertos horarios establecidos por algunos proveedores.

El streaming está definido como el servicio multimedia que presta un individuo en un tiempo real, que se destina generalmente a un consumidor final, la definición se refiere al conjunto de procedimientos para transmitir datos, es decir a la metodología utilizada para llegar al consumidor o usuario, no a las acciones, esta metodología se utiliza como opción para descargar archivos. (Linares y Vásquez, 2023).

#### ***2.1.15. Teoría del IGV en personas naturales***

**2.1.15.1. Teoría de la imposición.** Se encuentra fundamentado en las distintas formas que posee la administración tributaria para realizar el financiamiento del Estado y sus alternativas políticas, sociales y económicas, otros, por medio del coercitivo poder, así como el grado de exigibilidad con el que se toma en consideración por mandato legal ante las diferentes personas que califican como contribuyentes, con personería jurídica, natural, patrimonio y acciones jurídicas como la sucesión y donación. (Calderón, 2020).

**2.1.15.2. Teoría de la Causa en materia tributaria.** Tomando en consideración a (Torres, 2010 citado por Calderón, 2020) resalta la importancia de una primordial manera de debatir en el surgimiento de la obligatoriedad tributaria, la cual está centrada en determinar la suficiencia de que se realice el hecho generador señalado por la legislación o si resulta indispensable la presencia de componentes que fomenten que un juzgador logre declarar que no existe la obligación tributaria regulada por la legislación vigente, puesto que no.

**2.1.15.3. Teoría Causalista.** emerge a pesar de que se produzca el hecho generador, dependiendo de que surja la causa relacionada con la obligación, está configurado en como el contribuyente logre participar en las ventajas particulares y generales que son reportados a la agrupación social y que conforman indicios contributivos de capacidad. (Calderón, 2020).

**2.1.15.4. Teoría Anti-causalista.** Defendiendo la mencionada teoría se resalta la importancia de lo señalado por Achille Donato Giannini, el mismo que criticó la teoría causalista, indicando que se considera utópica, y determinando que el motivo no debe ser calificado como un componente de la obligación, más bien se maneja como un contrato, al mismo tiempo la voluntad de las personas contratantes, particularidades referentes al derecho privado, y en la obligatoriedad de los tributos, el único motivo es lo que contiene la legislación, puesto que por medio de la misma surge obligación (Torres, 2010 citado por Calderón, 2020).

**2.1.15.5. Principio de Neutralidad del IGV.** Se entiende como el impuesto sobre la demanda final, asimismo, el mencionado principio para la persona dedicada a los negocios hace que no se sienta afectado a nivel económico por el impuesto, debido a que cuando no lo incorpora como costo en el precio, termina trasladando el importe del impuesto a terceras personas, relacionando a los agentes de la economía para que pueda ser controlada, los mismos que por el debido interés de que pueda contar con el derecho del crédito fiscal, exigiendo el correspondiente comprobante de pago al proveedor, el mismo que forzará a su inclusión en la declaración que corresponda, reduciendo de esta manera la posibilidad de que se acumule el impuesto en el precio del servicio o bien para lograr alcanzar a un determinado consumidor final (Peruweek, 2020).

Asimismo es importante señalar que la neutralidad del IVA se mantendrá en relación a la persona negociante sea cual sea la tasa del IVA, debido a que las entidades realizan el pago del impuesto que se devenga debido a las ventas, deduciendo debidamente el impuesto que se gravó por medio de sus adquisiciones, generando que se pueda mantener la misma cantidad de ganancia, sin embargo la persona calificada como consumidor final, no podrá descargar el impuesto trasladado en el valor del precio de venta, se asumirá debido a que el valor de la tasa

suele afectar en el aspecto económico al realizar un pago superior al precio. (Chávez, 2012 citado por Peruweek, 2020).

**2.1.15.5. Principio de afectación.** Se considera importante en determinados impuestos orientados a las actividades profesionales o empresariales, sea por ejercer la mencionada, por obtener una serie de beneficios o por el negocio de la entidad. (Wolters kluwer, 2021).

En el entorno actual, generalmente diversos países apostaron por realizar la afectación de servicios digitales aplicándose determinados impuestos direccionándolos al consumo antes que, con impuestos aplicado a las ganancias, hechos que la persona residente suele aprovechar económicamente, hechos que justifican y acreditan la indirecta imposición. (Villegas, 2020).

#### **2.1.16. IGV en personas naturales**

Se considera como el impuesto indirecto, que se destina a gravar actividades ligadas al consumo, resulta aplicable a la totalidad de operaciones del proceso de servicios, bienes y producción, asimismo, en toda etapa se toma en consideración lo que se abonó aplicándolo como crédito de impuesto, por otra parte el valor agregado por cada etapa del ciclo para comercializar o fabricar se encuentra sujeta a imposición, es importante señalar que el gravamen incidirá en una sola ocasión en el precio final de servicios y bienes, reduciendo de esta manera la posibilidad de un efecto pirámide, igualmente se señala que el sujeto pasivo del impuesto logra realizar el traslado al consumidor final el grado de influencia de la misma a nivel económico. (Fuenzalida, 2018).

Según lo señalado por medio de Troya, 2015 citado por Calderón (2020), indica que el IGV suele gravar al consumidor final, conocido comúnmente como contribuyente de hecho, sin embargo, esta forma de impuesto suele gravar la totalidad de las fases de comercio de servicios y productos, razón por la cual la normativa tributaria fomenta la identificación y precisamente es donde termina generándose la problemática central del mencionado impuesto.

### **2.1.17. Elementos del Impuesto**

Se realiza la identificación de 5 componentes sustanciales relacionados con el impuesto:

- **Sujeto:** se evidencia la existencia del sujeto pasivo y activo, el pasivo puede contar con personería jurídica o natural y tiene la obligación de realizar la amortización tributaria basado a lo establecido por la legislación vigente, en cambio el activo es quien posee el poderío para establecer la exigencia de que se ejecute la amortización del impuesto.
- **Objeto:** está definida como la labor señalada por la legislación la cual se toma en cuenta como la acción generadora del impuesto, lo cual significa que se origina debido a la obligación tributaria.
- **Fuente:** Es la riqueza que se obtiene por medio de un individuo sea jurídico o natural, que se genera por la explotación del trabajo, capital o cuando se aplique agrupadamente dichos factores.
- **Base:** se denomina de esta forma al importe que resulta gravable sobre el que se aplicará un porcentaje del impuesto con la finalidad de establecer la cuantía del impuesto que debe pagarse, tal es el caso de la adición de la renta que se obtiene, el ingreso por periodo del contribuyente, etc.
- **Cuota.** Es el dinero que se percibe, según la legislación por labores que se originan en la obligatoriedad tributaria, el cual puede ser mediante una cuota fija en absolutas cantidades o variables cuando se aplica un porcentaje o tasa. Linares y Vásquez (2023).

### **2.1.18. La base imponible**

En el ámbito monetario sobre la que se aplica la correspondiente tasa del impuesto, se debe comprender como la suma que se compone por el importe que se consigna en el respectivo comprobante de pago, en el cual se incluirá todo cargo que se efectúa de forma adicional, como otras que pueden originarse en la prestación de complementarios servicios, el interés que se

devenga por el monto que figura pendiente de pagar o diversos tipos de gastos de financiamiento relacionados a las labores, por otra parte se suele incluir gastos efectuados por el comprador del servicio o el bien, debido a que ellos conforman generalmente la base imponible cuando se detalla en el respectivo comprobante de pago que se emite por la persona que venda el servicio o bien, al instante que se estructura el tributo, considerando esencialmente el ámbito cuantitativo con la finalidad de establecer el monto de recaudación, razón por la cual es relevante considerar la definición de base imponible, la cual se entiende como el importe sobre el que se aplicará el mencionado impuesto, se determinó que se encuentra conformada por el valor de venta del inmueble, valor de construcción, retribución por servicios, venta de bienes, otros, lo cual significa la totalidad de la obligación pendiente de amortización por parte del adquirente del servicio o bien, tomando en cuenta lo señalado en la Ley del IGV en sus art.13 y 14. Por otra parte, considerarse el reglamento particular para establecer la base imponible del impuesto: i) accesoriedad; ii) cuando no se evidencie la existencia de un comprobante de pago o no se logre establecer el precio; y iii) diversos supuestos especiales. (Linares y Vásquez, 2023).

#### ***2.1.19. Obligaciones formales***

Se refiere a una serie de formalidades que todo contribuyente debe dar cumplimiento, los mismos que son, otorgar oportunamente el debido comprobante de pago en virtud de las ventas que se realizan, presentando las correspondientes declaraciones determinativas y otro tipo de comunicaciones, llevando los registros y libros de contabilidad según la normativa vigente, permitiendo la fiscalización, otros. (Ipanaqué, 2018).

### **2.1.20. Obligaciones sustanciales.**

Están orientadas a la determinación y amortización de los diversos tributos correspondientes a todo contribuyente. Representa la esencia vinculada a la materia de la tributación. (Ipanaqué, 2018).

### **2.1.21. Obligación tributaria**

Según Ramírez (2020), indica que toda obligación de tributos determinada mediante la legislación fijada por las acciones imponibles, nacen y se vuelven exigibles orientándose al ámbito jurídico de los negocios, actos o hechos, sea cual sea la manera o denominación que las personas interesadas las brinden dejando de lado los defectos o vicios que puedan afectarlas.

### **2.1.22. De la imposición al consumo sobre los servicios digitales**

En relación al IGV, en la Ley del IGV en su art 1, inciso b) señala que el mencionado impuesto generalmente grava la utilización y prestación de servicios en el país y otras operaciones

Mediante el art 3, se conceptualiza a los servicios, como la prestación realizada por un determinado individuo para un tercero, percibiendo un ingreso o retribución, razón por la cual, en el ámbito del Impuesto a la renta, se le califica como renta de tercera categoría, a pesar de que no se encuentra afectado a dicho impuesto; (...)” (Decreto Supremo 055-99-EF,94 citado por Villegas, 2020).

Mediante el art 9 de la Ley del IGV se indica que se considera un sujeto del impuesto a las personas que realizan diversas operaciones gravadas con el impuesto, tal como puede ser prestar servicios afectos en el país, o que se utilicen servicios prestados por personas no domiciliadas en el país. (Decreto Supremo 055-99-EF,1999 citado por Villegas, 2020).

Asimismo, mediante la ley del IGV en su numeral 9.2 se determina que se entiende por sujetos del impuesto a toda persona natural que no realizan operaciones empresariales, pero si

las realizan en forma habitual el resto de operaciones que se encuentran gravadas al impuesto, por otra parte, se resalta la importancia de la habitualidad, la cual se establecerá en relación al monto, característica, operación y magnitud que determine el reglamento. (Villegas, 2020).

### **2.1.23. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)**

Según la Asesoría Técnica Parlamentaria (2019), en asuntos vinculados con el ámbito de la Economía Digital, la OCDE planteó el requerimiento de la aplicación de las definiciones primordiales evidenciadas a través del sistema tributario internacional, como atribución de beneficios o nexo, razón por la cual 129 países integrantes del BEPS establecieron la implementación de un mecanismo de actividades para presentar soluciones en el periodo 2020 como reto para digitalizar la economía, particularmente para lograr un global acuerdo para la cobranza de impuestos a las entidades de índole multinacional, con la proyección de poder avanzar en 2 pilares:

- Definición de la obligatoriedad tributaria si es que se presenta en donde la entidad reside, o donde están ubicados sus usuarios o clientela, para lo cual se establece una serie de propuestas para la elaboración de un test económico de presencia, la cual no necesariamente es de carácter físico suficientemente significativo para que se permita al país cuestionado lograr gravar una serie de beneficios de la multinacional, o donde residen sus clientes o usuarios. Para aquello se propone elaborar un test de presencia económica (no física) significativa suficiente como para permitir al país en cuestión gravar los beneficios de esa multinacional, al detectarse una sostenida y deliberada interacción con la mencionada jurisdicción, lo señalado va permitir gravar diversos intangibles vinculados a una digital economía.
- Definición de formulaciones de global reparto de beneficios de las digitales multinacionales acerca de predefinidos criterios, tal es el caso de considerar el número

de personal en una entidad o los índices de ventas por país, lo mencionado tiene influencia para que se incluyan normativas para implementar medidas como el caso del mínimo impuesto, permitiendo a diversos países la alternativa de que coloquen de manera extra una impositiva carga si es que la entidad generó ganancias con baja tasa impositiva.

#### ***2.1.24. Regulación Tributaria***

Se define a la agrupación de reglas y acciones que suelen imponer las organizaciones del Estado con la finalidad de interferir directamente con la asignación de precios dados en un determinado mercado, asimismo en forma indirecta cuando se establezcan decisiones por demanda y oferta entre demandantes y usuarios, de esta manera la finalidad u objetivo percibido en la regulación es la acción por la cual el Estado interviene en el mercado con el objetivo de establecer una reducción de los índices de ineficiencia y fallas que se evidencien para lograr conseguir un mercado que ejecute sus labores perfectamente. Por otra parte, las normativas de la tributación representan los reglamentos para regular la gestión adecuada de los tributos, creando, regulando y extinguiendo en algunos casos los impuestos que deban pagarse, las mismas que surgen por medio de resoluciones, decretos, leyes, gobiernos locales y por la constitución. (Gonzales, 2023).

#### ***2.1.25. Definición de términos básicos***

- **Afectación**

En el ámbito fiscal, está referido a que el proceso de recaudación se realiza con la finalidad de que sea destinado a un concreto gasto público, lo cual quiere decir que diversos bienes darán respuesta a la amortización de una deuda por concepto de tributos. (Wolters Kluwer, 2021).

- **Base imponible**

Es el importe sobre el cual se aplicará un valor porcentual por concepto de impuesto, determinado en la normativa legal relacionada a la misma, para establecer el gravamen que será amortizado. (Rivas, 2018).

- **Código Tributario**

Está definida como la normativa que suele regular el vínculo entre las personas que tienen intervención directa con el hecho tributario y cualquier tipo de consecuencia jurídica y económica causada por dicho vínculo, por otra parte es importante señalar que el código tributario suele detallar las normativas tributarias, así como los procedimientos y delitos por cobranza de impuestos, las normativas no establecen un vínculo de subordinación dado entre administrador y administrado, más bien genera diversas limitaciones de las obligaciones y derechos con la finalidad de que se dote al mecanismo de seguridad jurídica, normativas que sin las mismas no se puede discurrir el vínculo dado entre sujetos en un mismo Estado de Derecho. (Gonzales, 2023).

- **Consumidores**

Se le considera a la totalidad de individuos calificados como personas naturales, en cambio las que poseen personería jurídica y las microempresas que no tengan la capacidad de organización o económica para la superación de la informativa asimetría a la que se exponen, al realizar una actividad para la adquisición de un servicio o bien establecido cuando actúen como un destinatario final, pero en algunos casos las MYPES. (Vaisman, 2018).

- **Consumidor como destinatario final**

Se considera a los que disfrutan servicios o bienes o se adquieran para beneficiarse a sí mismo o a una agrupación social o familiar, excluyendo de esta forma a los que se destinan a operaciones como proveedores. (Vaisman, 2018).

- **Impuesto a la Renta**

Gravará las diversas rentas provenientes del trabajo, del capital y la totalidad de rentas provenientes de una fuente generadora de periódicos ingresos y sea durable, asimismo las leyes referidas al IR se adaptan al entorno actual, generalmente a las actividades internacionales generadoras de renta en donde el aspecto tributario concatena fiscos diversos. Ante el mencionado escenario, se celebra una serie de convenidos con la meta principal de reducir la posibilidad de que se presencie una doble imposición y compromisos para intercambiar datos e informes entre las entidades encargadas de administrar tributos. (Gonzales, 2023).

- **Hecho gravado**

Es la acción jurídica que facilita el surgimiento de una obligación referente a los tributos, es la agrupación de hechos por los cuales una persona legisladora relaciona el surgimiento de la obligatoriedad jurídica de amortizar un tributo establecido. (Rivas, 2018)

- **Las plataformas o aplicativos de suministros digitales**

Las mencionadas plataformas suelen brindar directamente una accesibilidad a contenidos de índole digital como música, series o películas, entre las plataformas más conocidas. (Villegas, 2020).

- **Medios electrónicos**

Está referida a la modalidad de amortización, razón por la cual se define como el mecanismo para pagar electrónicamente facilitando la aprobación de pagos electrónicos para toda operación realizada on line por medio del internet, se ejecuta la transferencia dineraria entre vendedores y compradores en acciones relacionadas a la compra-venta electrónica por medio de instituciones financieras con la debida autorización de ambas, razón por la cual es primordial en el e-commerce. (Rivas, 2018).

- **No domiciliado**

Son los individuos peruanos que son residentes en otro país, así como las personas extranjeras que no están domiciliadas de manera permanente o que tuvieron domicilio, pero se ausentaron más de 183 días en un periodo de 12 meses. (Lazaro, 2020).

- **Servicios digitales**

Facilitan la implementación procedimiento y almacenaje de datos e información digital brindado por medio de consumidores, se suministran de manera digital, sea audio, juegos, aplicaciones o video, se facilita su interacción para los diversos formatos digitales, redes o streaming, para la realización de actividades establecidas on line que se brindan a cambio de un importe dinerario otorgado a distancia. (Castillo, 2018 citado por Almachi, 2020).

### III. MÉTODO

El presente trabajo realizado se encuentra relacionado con el paradigma positivista, la misma que se orienta al enfoque filosófico, sistema o teoría que se encuentra fundamentado en la manera de pensar que la vida en sociedad, así como en el ámbito de las ciencias naturales, matemática, lógica y otras experiencias representan la exclusiva fuente de todo dato que sea relevante. (Pérez, 2015).

El paradigma positivista, toma como punto de partida el sistema hipotético deductivo para confirmar la importancia de que se reconozca los procedimientos medibles y sistemáticos en el marco del análisis casual y control empírico de los elementos, fenómenos y hechos que para el trabajo realizado se relacionan con las acciones para separar de las subjetivas nociones de los que participan en las labores investigativas a fin de proveer legislaciones y principios que derivan de metodológicos diseños fundamentados en la exactitud de la ciencia, para que se comprenda plenamente la realidad, generalizando explicaciones que se aplicarán en el entorno universal analizando las variables en las relaciones de dependencia-independencia y las de causa-efecto. (Miranda y Ortiz, 2020).

El presente trabajo de investigación está vinculado a la metodología hipotética deductiva puesto que se generará la respectiva hipótesis tomando como punto de partida las 2 premisas, la primera de carácter universal (teorías y leyes científicas, que se conocen comúnmente como un nomológico enunciado) y otra empírica (calificada como un entimemático enunciado, el cual es un hecho observable que suele causar la problemática motivando la indagación), con el objetivo de que se contraste empíricamente. (Sánchez, 2019).

Tal como lo señala Torres (2016), en lo que respecta al ámbito del enfoque cuantitativo, debe comprenderse que se parte de la identificación y formulación de la problemática científica, para que posteriormente sea revisada la literatura correspondiente al asunto, con la

cual se fomenta la construcción del marco teórico-referencial; luego sobre el ámbito de los mencionados aspectos se realizará la formulación de las hipótesis vinculadas al trabajo de investigación; precisando las variables del trabajo realizado, los que se definen operacional y conceptualmente, de dicho procedimiento resultará una agrupación de indicadores con los que se asegura la construcción de reactivos que causan los instrumentos investigativos debidamente estructurado, con los mencionados se obtendrá información, las mismas que se procesaran con potentes recursos de la estadística con la finalidad de establecer la confirmación o refutación de las hipótesis que inicialmente se establecieron.

El presente trabajo de investigación se relaciona al enfoque cuantitativo según lo establecido por medio de Valderrama (2019) tiene la particularidad de utilizar las acciones correspondientes para recolectar y analizar la información para dar contestación a la formulación de la problemática de investigación, asimismo suele utilizar las metodologías o técnicas de la estadística para la contrastación de la veracidad o falsedad de las respectivas hipótesis.

Por otra parte, se define como la actividad para generar la hipótesis tomando como punto de partida 2 premisas, una de carácter universal (teorías o leyes de la ciencia conocidas comúnmente como nomológico enunciado) y otra empírica (conocida como entimemático enunciado, el cual es la acción observable causante de la problemática motivando la indagación), con la finalidad de que sea llevada a una empírica contrastación (Popper, 2008 citado por Sánchez, 2019).

### **3.1 Tipo de investigación**

El trabajo de investigación realizado es considerado de tipo explicativo puesto que resultan mayores para describir fenómenos y conceptos para establecer el vínculo dado entre

las variables previamente diseñadas para establecer la causa de los fenómenos sociales y físicos o conceptos para establecer el vínculo dado entre las variables, las cuales se encuentran debidamente diseñadas para establecer las causas de los fenómenos sociales y físicos, así como los eventos. (Hernández et al., 2017). Se encuentra centrado en la explicación del motivo por el cual suceden los fenómenos y bajo qué condiciones suelen manifestarse, o el motivo por el cual se vinculan las variables.

Según Escobar y Bilbao (2020) señala que para los análisis que sean de tipo explicativo se realizan para intentar direccionar a un sentido de intelecto o juicio de un hecho, acontecimiento y fenómeno.

El trabajo realizado se ejecutó respetando el diseño no experimental tomando en consideración a Valderrama (2019), quien indica que no se realiza manipulación alguna de las variables independientes puesto que se encuentran dadas, asimismo es importante señalar que las diversas inferencias acerca del vínculo dado entre las diversas variables generalmente suelen ser realizadas sin influencia directa o intervención, y los vínculos son observados tal como se dan en un escenario natural, asimismo, es de corte transversal debido a que la labor de campo fue realizado en un instante único de tiempo.

## **3.2 Población y muestra**

### ***3.2.1. Población.***

Está definida como la agrupación de la totalidad de casos que tienen cierta similitud con especificaciones determinadas, asimismo una población generalmente se sitúa en forma concreta a sus particularidades de tiempo, lugar y contenido, así como el acceso. (Hernández y Mendoza, 2018). Asimismo, la población sometida al análisis se encuentra representada por

68 personas usuarias del servicio digital de la urbanización Pro Av. proceres distrito de Los Olivos.

**Tabla 1**

*Distribución de la población de estudio de la Av., Los Próceres de Huandoy 7495*

Detalle	No
Adulto mayor	74
Adulto	261
Joven	154
Adolescentes	67
Niños	114
Total	668

### **3.2.2. Muestra.**

Se le define a diversas partes, agrupación de elementos y unidades de una respectiva población (Amiel, 2014). La muestra se estableció en 489 del servicio digital de la urbanización Pro Av. Proceres de distrito de Los Olivos.

**Tabla 2**

*Distribución de la muestra de la Av., Los Próceres de Huandoy 7495*

Detalle	No
Adulto mayor	74
Adulto	261
Joven	154
Total	489

### **3.2.3. Muestreo**

Se le define al proceso o acto a través del cual se realiza las actividades que permitan seleccionar la muestra tomando como punto de partida una respectiva población definida previamente. (Amiel, 2014). La presente investigación aplicó el muestreo no probabilístico debido a que la respectiva muestra sometida al análisis estuvo al alcance de la persona encargada de la realización de la investigación.

### **3.2.4 Criterios de inclusión y exclusión**

#### **Criterio de inclusión**

- Usuarios de servicios de streaming mayores de edad.
- Usuarios de servicios digitales de la localidad distrital de Los Olivos

#### **Criterio de exclusión**

- Usuarios de servicios de streaming menores de edad.
- Usuarios de servicios digitales que no pertenezcan al distrito de Los Olivos.

### 3.3 Operacionalización de variables

#### 3.3.1. *Definición conceptual de la variable independiente: Servicios digitales prestados por no domiciliados*

Representa el servicio otorgado por entidades internacionales o extranjeras que no se encuentran inscritas debidamente en el RUC - SUNAT, hacia el consumidor final, siendo personas naturales que consumen el servicio digital como Netflix, Disney plus, Amazon, entre otros. (Fuentes, 2017).

#### 3.3.2. *Definición operativa de la variable independiente: Servicios digitales prestados por no domiciliados*

La definición operativa está conformada por las dimensiones propuestas las cuales son: medios de pago electrónico, mecanismos de control y comercio electrónico.

**Tabla 3**

*Operacionalización de la variable independiente: Servicios digitales prestados por no domiciliados*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
X1: Medios de pago electrónico	Tarjeta de debito Tarjeta de crédito
X2: Mecanismos de control	Deficiencia de los mecanismos de control Identificación de sujetos que participan en los servicios digitales
X3: Comercio electrónico	Acceso a servicios digitales Emisión de comprobantes de pago

### 3.3.3. Definición conceptual de la variable dependiente: IGV a personas naturales

Según Calderón (2020), indica que el IGV es aquel impuesto que grava generalmente a un determinado consumidor final conocido comúnmente como contribuyente de hecho, sin embargo, dicha modalidad de impuesto suele gravar a la totalidad de fases para comercializar un servicio o producto, razón por la cual la normativa de los tributos identificará toda etapa para comercializar las mismas que serán gravadas, precisamente ante lo mencionado se genera la problemática principal del impuesto señalado.

### 3.3.4. Definición operativa de la variable dependiente: IGV a personas naturales

La definición operativa está conformada por las dimensiones propuestas las cuales son: obligaciones formales, obligaciones sustanciales y la obligación tributaria.

**Tabla 4**

*Operacionalización de la variable dependiente: IGV a personas naturales*

Dimensiones	Indicadores
Y1. Obligaciones formales	Emisión de comprobantes de pago
	Declaración oportuna de tributos
Y2. Obligaciones sustanciales	Pago oportuno de tributo
	Exigir comprobantes de pago
Y3. Obligación tributaria	Hechos imponible
	Contribuyentes

### 3.4 Instrumentos

Como principal instrumento de medición se cuenta con el cuestionario que viene a ser una agrupación de interrogantes que se diseñaron con la finalidad de asegurar la generación de la información necesaria que facilite el alcance de las metas proyectadas en el trabajo realizado,

consiste en un planeamiento formal que permitirá recopilar datos acerca de una respectiva unidad para analizar un determinado hecho o problemática de la investigación. (Bernal, 2016).

Las alternativas para solucionar el cuestionario se realizaron bajo una escala ordinal, conocida como tipo Likert según lo establecido por medio de (Hernández et al., 2014) se entiende como la agrupación de diversos ítems presentados como afirmaciones que aseguran la medición de las reacciones del sujeto en 3,5 y 7 categorías.

### **3.5 Procedimientos**

Para lograr la realización de la contrastación de las respectivas hipótesis se utilizará la versión 26 del SPSS, así como la información recopilada por medio de las rutas y encuestas que correspondan al Rho de Spearman, en el cual se determinará el valor sig. Bilateral, donde si resulta un valor inferior a 0.005 se procederá a la aceptación de la hipótesis alterna y si el valor resultara superior o igual a 0.005 entonces se procederá a la aceptación del valor nulo.

### **3.6 Análisis de datos**

Se realizará por medio de la versión 25 del SPSS al ingresar la información respectiva se ejecutará la distribución de frecuencias, la cual se define como la agrupación de puntuaciones con respecto a una variable ordenada y categorizada. Hernández y Mendoza (2018). Por otra parte, con respecto a la influencia se establecerá a través de la regresión logística ordinal (pseudor cuadrado).

Por otra parte, una regresión logística ordinal se utiliza en escenarios donde la meta es realizar la descripción de la incidencia dada entre una categórica variable politómica y una agrupación de explicativas variables cuantitativas o categóricas. (Huamani, 2018).

### 3.7 Consideraciones éticas

Se tomaron en consideración las consideraciones éticas siguientes:

- La investigación se está realizando de acuerdo al formato establecido por la Universidad Nacional Federico Villareal y a la Asociación Americana de Psicología (APA).
- En este trabajo de investigación se respetará la autoría de los conceptos y teorías mediante las referencias bibliográficas establecidas.
- Para elaborar la información relacionada con la base de datos se respetará las decisiones de los encuestados y sus puntos de vista de la problemática de estudio.
- Se acatará las decisiones en el juicio de experto y las modificaciones del cuestionario.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Interpretaciones descriptivas

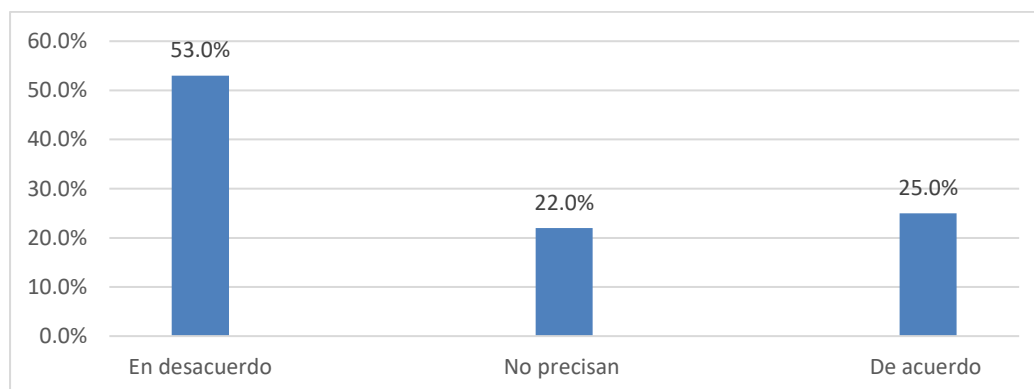
**Tabla 5**

*Frecuencias sobre la variable independiente. Servicios digitales prestados por no domiciliados*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	258	53
	No precisan	110	22
	De acuerdo	121	25
	Total	489	100

**Figura 1**

*Histograma sobre la frecuencia de la variable independiente. Servicios digitales prestados por no domiciliados*



Nota. Un 25 % están de acuerdo que para lograr vencer toda limitación mostrada por la SUNAT al intentar realizar la recaudación del IGV de manera efectiva para lo que respecta al ámbito de servicios digitales de sujetos no domiciliados por medio de mecanismos innovadores para recaudar, se debe ejecutar la promulgación de innovadoras legislaciones y normativas, modificando la ley del IGV donde se incluya al consumidor final como sujeto del IGV inclusive

trabajando a la par con la colaboración de instituciones financieras que actuarían como agentes retenedores del IGV cuando se utilicen dichos servicios.

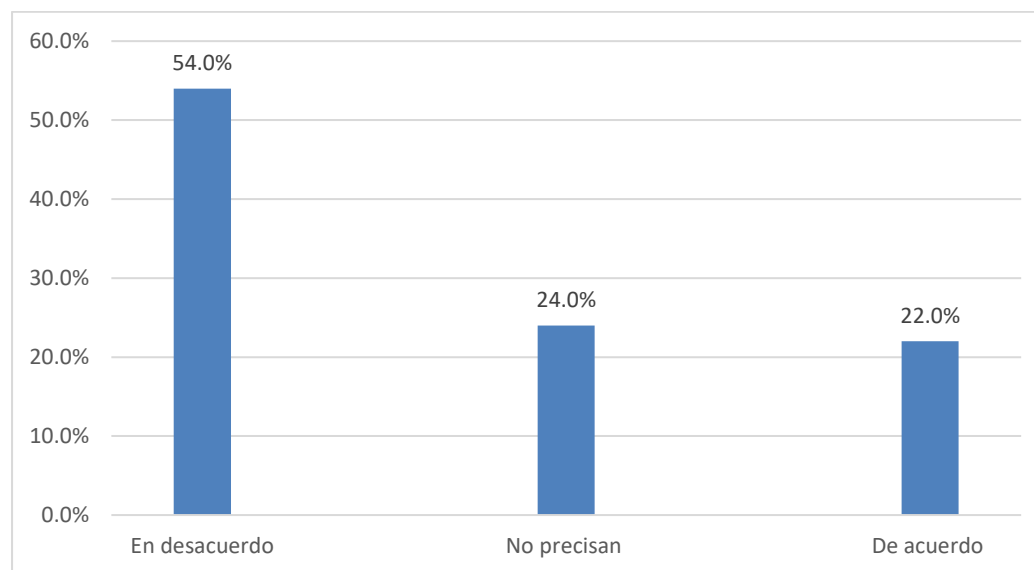
**Tabla 6**

*Frecuencias sobre la dimensión. Obligaciones formales*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	266	54
	No precisan	116	24
	De acuerdo	107	22
	Total	489	100,0

**Figura 2**

*Histograma sobre la frecuencia de la dimensión. Obligaciones formales*



Nota. Un 54% de encuestados señalaron estar en desacuerdo que las obligaciones formales se cumplen en los servicios digitales.

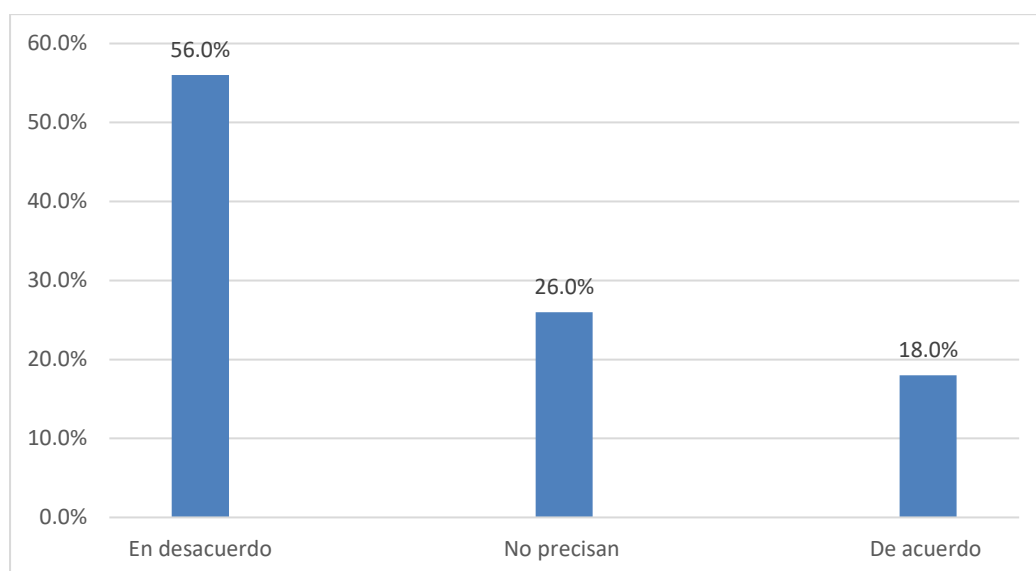
**Tabla 7**

*Frecuencias sobre la dimensión. Obligaciones sustanciales*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	273	56
	No precisan	130	26
	De acuerdo	86	18
	Total	489	100

**Figura 3**

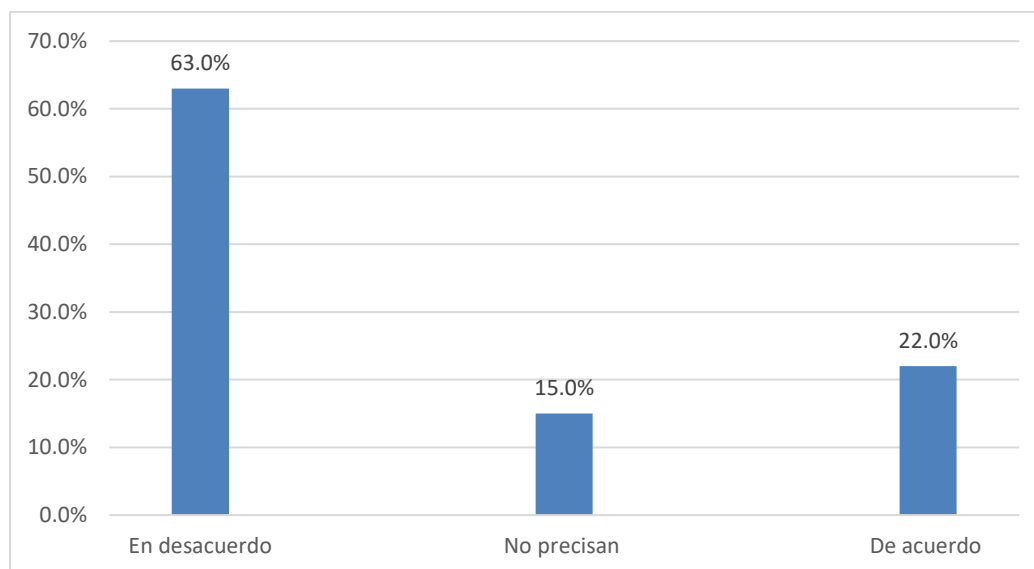
*Histograma sobre la frecuencia de la dimensión. Obligaciones sustanciales*



Nota. Un 56% de encuestados señalaron estar en desacuerdo que las obligaciones sustanciales se cumplen en los servicios digitales.

**Tabla 8***Frecuencias sobre la dimensión. Obligación tributaria*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	306	63
	No precisan	73	15
	De acuerdo	109	22
Total		489	100

**Figura 4***Histograma sobre la frecuencia de la dimensión. Obligación tributaria*

Nota. Un 63% de encuestados señalaron estar en desacuerdo que las obligaciones tributarias se cumplen en los servicios digitales.

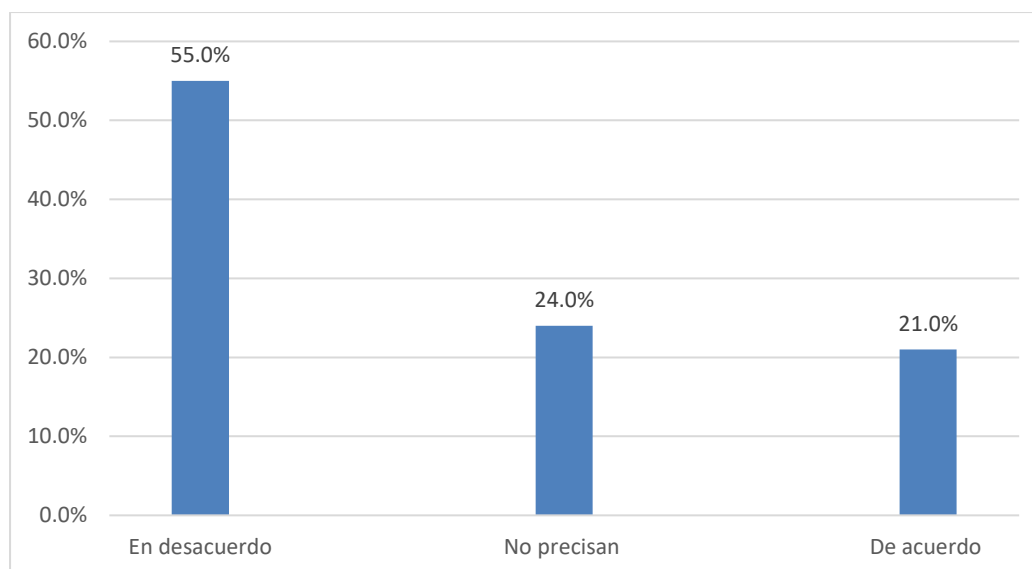
**Tabla 9**

*Frecuencias sobre la variable dependiente. IGV a personas naturales*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	271	55
	No precisan	115	24
	De acuerdo	103	21
	Total	489	100

**Figura 5**

*Histograma sobre la frecuencia de la variable dependiente. IGV a personas naturales*



Nota. Un 21% señalaron estar de acuerdo que, en las normativas relacionadas con el ámbito de los servicios digitales direccionados a determinados consumidores finales, resulta evidente que se presenta una serie de vacíos legales, puesto que no se logra señalar em forma concreta a quien se le considera como sujeto obligado de amortizar el IGV cuando el domiciliado brinda el servicio que utiliza un consumidor final, por otra parte, no se implementaron mecanismos para recaudar el mencionado impuesto.

## 4.2 Prueba de la hipótesis

### 4.2.1. Hipótesis principal

Ha. Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021.

Ho. Los servicios digitales prestados por no domiciliados no influyen significativamente en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021.

**Tabla 10**

*Prueba de la hipótesis principal*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo interceptación	553,771			
Final	110,714	443,057	4	,000

Función de enlace: Logit.

Nota. Se visualiza el sig. De 000 resultado generado por medio de la aplicación del SPSS, y resulta inferior al sig. Que figura en libros equivalente a 0.005, razón por la cual se procede con la aceptación de la hipótesis alterna.

**Tabla 11**

*Dependencia porcentual entre las variables*

Cox y Snell	,596
Nagelkerke	,630
McFadden	,311

Nota. Se visualiza la existencia de cierta dependencia tomando en consideración el pseudo R cuadrado se muestra una relación porcentual, donde el valor del Nagelkerke, indica que el ámbito de servicios digitales brindados por medio de sujetos calificados como no domiciliados tienen influencia directa en el IGV en personas naturales con un 63%.

#### **4.2.2. Prueba de la primera hipótesis específica**

Ha. Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021.

Ho. Los servicios digitales prestados por no domiciliados no influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021.

**Tabla 12**

*Contraste de la hipótesis específica 1*

	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Modelo	-2			
Sólo interceptación	374,669			
Final	145,448	229,222	4	,000

Función de enlace: Logit.

Nota. Se visualiza el sig. De 000 resultado generado por medio de la aplicación del SPSS el cual resulta inferior al sig. Que figura en libros equivalente a 0.005, razón por la cual se procede con la aceptación de la hipótesis alterna.

#### **4.2.3. Hipótesis específica 2**

Ha. Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021.

Ho. Los servicios digitales prestados por no domiciliados no influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021.

**Tabla 13**

*Contraste de la hipótesis específica 2*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo interceptación	-2	505,140		
Final	168,271	336,869	4	,000

Función de enlace: Logit.

Nota. Se visualiza el sig. De 000 resultado generado por medio de la aplicación del SPSS el cual resulta inferior al sig. Que figura en libros equivalente a 0.005, razón por la cual, se procede con la aceptación de la hipótesis alterna.

#### **4.2.4. Hipótesis específica 3**

Ha. Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021.

Ho. Los servicios digitales prestados por no domiciliados no influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021.

**Tabla 14***Contraste de la hipótesis específica 3*

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo interceptación	-2 580,656			
Final	147,399	433,257	4	,000

Función de enlace: Logit.

Nota. Se visualiza el sig. De 000 resultado generado por medio de la aplicación del SPSS, el cual es inferior al sig. Que figura en libros equivalente a 0.005, razón por la cual, se procede con la aceptación de la hipótesis alternativa.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La primera discusión está vinculada a Piza (2021) quien mediante su trabajo realizado, resalta la importancia del ámbito económico digital, que coloca en posición de jaque al ámbito que desempeña el derecho tributario”, estableciendo como conclusión, que en escenario relacionado con el derecho comparado, España, Reino Unido y Francia marcó los parámetros necesarios para marcar la pauta de lograr la inclusión en las normativas locales determinadas medidas unilaterales encaminadas a la inclusión de algún tipo de impuesto con la finalidad de que pueda gravar determinados ingresos que procedan de la prestación de servicios digitales, asimismo durante el periodo 2019, en Colombia se decidió adoptar modificaciones relevantes que se vinculan al IVA las cuales se orientaron a brindar eficientes soluciones a los desafíos fiscales surgidos por el ámbito de la economía digital, contemplando el hecho que genera el mencionado tributo para lograr la incorporación de servicios brindados desde países del exterior, así como lo que respecta a la cesión de derechos aplicados sobre activos intangibles, resulta simple establecer una serie de soluciones fáciles por la vía del impuesto.

Asimismo, tiene gran similitud al trabajo realizado por medio de Hanna et al. (2020) quienes resaltaron la importancia del ámbito tributario que se relaciona a los servicios digitales como mecanismo alternativo fiscal en la coyuntura de una global tendencia, el estudio trató sobre la práctica global de introducir determinados impuestos para que sean aplicados a los diversos servicios digitales en Ucrania. El propósito de crear innovaciones en el sistema tributario es obtener adecuados índices de eficiencia para recaudar determinados ingresos y crear innovaciones en el ámbito fiscal de Ucrania se relaciona con la eficiencia en la recaudación de ingresos, es decir, para recaudar la cantidad máxima de ingresos para el estado. Según la interpretación de la Comisión Europea, el impuesto a los servicios digitales debe

aplicarse y una característica común de estos impuestos es que dependerán generalmente de la utilización de datos o participación del usuario.

Además, se coincide en la investigación de Corrales (2023) mediante su trabajo de tesis considera importante analizar las actividades implementadas para regular el ámbito de los servicios digitales que se brindan a determinados consumidores finales en el Perú, y la incidencia que se da al recaudar tributos como es el caso del IGV, dejando en evidencia que las actuales normas referentes al IGV no señala quien es la persona denominada sujeto obligado a realizar el pago del impuesto referido al ámbito de los servicios digitales que se otorgan a determinados consumidores finales en el país, asimismo, se revela que en determinados países latinoamericanos se logró implementar una alternativa para controlarlo con efectividad, tal como las acciones para designar agentes de retención a las empresas del sector financiero, puesto que de esta forma retendrán el impuesto mencionado a las personas denominadas consumidores finales.

Asimismo, se coincide con la investigación de Gonzales (2023) mediante su trabajo sometido al análisis resaltaó la importancia de las propuestas para regular el IGV cuando se brindan diversos servicios a contribuyentes con personería natural ubicadas en lima metropolitana al utilizar determinadas plataformas digitales dadas por no domiciliados durante el periodo 2021, el resultado principal está referido al aumento significativo de los diversos servicios digitales y la ausencia de acciones para que sean reguladas, estableciendo como conclusion en que en la actualidad las normativas vinculadas al IGV no sevidencian regulacion alguna de la manera en como tributan los prestadores de servicios por medio de no domiciliados quienes ofrecen plataformas digitales, asimismo, de las modificaciones realizadas por algunos países ubicados en América Latina con el objetivo de lograr determinar la regulación de los

mencionados servicios para asegurar la recaudación del impuesto, modificaciones que deben replicarse a través del Estado peruano.

La segunda discusión se vincula con la investigación de Martínez (2020) quien concluyó que la adopción de medidas unilaterales, para gravar (en el territorio) operaciones ya fiscalizadas (gravadas o exentas) en otro lugar, puede tener consecuencias indeseables para la economía, además en determinados casos (plataformas de la llamada economía colaborativa) el impuesto es fácilmente trasladable al usuario o al consumidor en la jurisdicción de destino, lo que restará competitividad a las empresas usuarias y una deslocalización mayor de las plataformas con el territorio de mercado. Finalmente, aunque la mejora en los mecanismos actuales de cooperación internacional en materia fiscal y una mayor armonización es positiva para contener el fenómeno creciente de la pérdida de ingresos fiscales, las soluciones clásicas de cálculo de los impuestos no están adaptadas a la economía digital.

Asimismo, se coincide con Sotomayor y Valverde (2019) quienes mediante sus labores realizadas resaltaron la importancia de la era digital para realizar la imposición a su consumo, estableciendo como conclusión que las leyes del IGV aplicados en la actualidad permitirán el sostenimiento de que se utilice en el Perú los servicios digitales que se encuentren sujetos al mencionado impuesto, lo señalado orienta a que los parámetros que rigen que se imponga al consumo facilitando que el servicio que se adquirió de países del exterior cuente con igualdad en el tratamiento aplicado al servicio que se originó al país, en relación a ello, la problemática legal presentada para dicho escenario no se encuentra en la determinación de si la actividad se encuentra o no gravada, más bien se encuentra más direccionado al contribuyente, por otra parte con la finalidad de conseguir la meta de gravar con IGV el uso de los diversos servicios digitales, resulta primordial revisar, analizar y adecuar 3 concretos puntos, los cuales son: (a) la definición de contribuyente del IGV, el cual representa el punto de mayor debilidad en la

actual regulación; (b) definición de servicios, debido a que se actualizará, a la par con lo indicado por el IR, con la finalidad de contar con una uniforme regulación de servicios digitales; y, (c) a los existentes mecanismos o cuando se implementen para asegurar el logro de recaudaciones efectivas de impuestos.

La tercera discusión se relaciona con la investigación de Fuertes (2017) quien mediante el trabajo de tesis realizado, considera importante analizar los diversos servicios prestados por internet y su influencia en el IGV en personas naturales durante los periodos comprendidos entre 2012 y el periodo 2016 en Lima Metropolitana, estableciendo como conclusión que en las leyes de la tributación se indica que la prestación de servicios en el país se encuentra debidamente gravado, pero los individuos que cuentan con personería natural que realizan el consumo de los mencionados tipos de servicios actualmente no realizan alguna amortización al impuesto referido, motivo por el cual resulta recomendable la implementación de mecanismos para controlar dichas actividades con la finalidad de que todo contribuyente garantice el cumplimiento de las obligaciones en materia de tributos causados por esta modalidad de operaciones.

Además, se coincide con la investigación de Medrano (2021) mediante su trabajo sometido al análisis, considera importante que la dinámica de tributación en el ámbito que respecta los servicios digitales, estableciendo como conclusión que para el caso específico de personas usuarias que no cuentan con negocio, no poseen registros ni libros de contabilidad, para fiscalizarlas individualmente resulta una labor imposible, razón por la cual es necesario analizar la actividad bancaria con la finalidad de establecer algún tipo de mecanismo para recaudar impuestos, debido a ello es indispensable indicar exactamente cuáles serían las maneras fácticas de que ocurran para que pueda nacer la obligación de algún tipo de intervención de índole fiscal, la utilización de tarjetas de débito y crédito se generalizó en la

totalidad de ámbitos y son empleados en los diferentes tipos de transacciones, es factible señalar como conclusión que no siempre la totalidad de casos evidencian amortizaciones que representan algún tipo de retribución dado por diversos servicios digitales, lo cual quiere decir que en diferentes ocasiones, para el sector bancario es una tarea de amplia complejidad determinar si en la amortización que efectúa la clientela es probable que se aplique algún tipo de impuesto, lo que generaría que se cometan errores incurriendo en . infracciones que puedan ser sancionadas, por lo que resulta indispensable tratar de evitar.

La cuarta discusión se relaciona con la investigación de Linares y Vásquez (2023) quienes mediante su trabajo realizado establecieron una alternativa para proponer opciones estratégicas para recaudar el IGV causado por medio de servicios que se brindaron como streaming a través de entidades calificadas como no domiciliadas en el Perú, estableciendo como conclusión que al utilizar o consumir los servicios de streaming se encuentran en el ámbito de aplicación de la legislación del IGV, pero resulta deficiente en las normas de la tributación que terminan siendo limitantes al momento de recaudar, razón por la cual, se realiza el planteamiento para aplicar una metodología de retención con la finalidad de asegurar la recaudación efectiva del IGV que genera el streaming como servicio brindado por personas que no residen en el país.

## VI. CONCLUSIONES

- Se establece como conclusión que los diversos beneficios obtenidos para regular las normativas ligadas al IGV en el ámbito de servicios prestados por medio de plataformas digitales a través de personas calificadas como no domiciliadas, en vista que en la actualidad el Estado no percibe ingresos debido a la ausencia de mecanismos de control de dichos negocios que realizan sus operaciones en el país, en vista que las normas actuales no regulan con precisión los servicios digitales al consumirse por medio de individuos catalogados como personas naturales, se propone que esta modalidad sea normada como corresponda, asimismo es evidente la existencia de cierta dependencia según el pseudo R cuadrado, que muestra una relación porcentual en la cual el valor del Nagelkerke, indica que en el ámbito de los servicios digitales brindados por individuos calificados como no domiciliados tienen influencia directa en el IGV en personas naturales con un 63%.
- Los diversos servicios digitales suelen brindarse por medio del internet y actualmente cuentan con un alto índice de consumidores en todo el mundo, estadística que representa gran parte de las operaciones ligadas al ámbito del comercio electrónico, los mencionados servicios tomando en consideración lo señalado por la OCDE causan que los niveles de evasiones tributarias vayan en constante aumento, razón por la cual se establece la aplicación de normativas para buscar su regulación.
- Se muestra cierta influencia positiva para que se regulen los servicios digitales prestados a través de personas no domiciliadas direccionándolos a diversos consumidores finales del Perú, así como los aspectos ligados a la recaudación del IGV donde se refleja la forma en que el Estado ha dejado de percibir una gran magnitud

dineraria de ingresos por periodo, los cuales se estiman que pudieron ser utilizados en gastos e inversiones para beneficiar a la sociedad.

- Se establece como conclusión que las definiciones de elusión o evasión no se generan por parte de personas con la condición de no domiciliada, en vista que en las leyes peruanas aún no figuran como gravadas, pero al darse una reforma de tributos orientado a los casos de las plataformas digitales premium directamente se podrá realizar la evaluación de su se da el caso de elusión o evasión.

## VII. RECOMENDACIONES

- Es recomendable que se regule el IGV en el ámbito que respecta a los diversos servicios brindados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados, modificando las normas actuales, facilitando de esta manera que el Estado perciba ciertos ingresos cuando se regula esa modalidad de servicio, en vista que en la actualidad el comercio gira entorno a los canales digitales generando que se presenten varios vacíos en la ley y normatividad tributaria, resultando de esta manera la necesidad de que se amplíen los conceptos referentes a los servicios en el literal c) del artículo 3 de la Ley del IGV e ISC, para incluir diversos términos relacionados a los servicios digitales.
- Es recomendable que cuando se realice la implementación de alternativas estratégicas para recaudar, se realice acorde a lo señalado por la OCDE, organización que es integrada por el Perú, por otra parte, se sugiere analizar la información del CIAT acerca del ámbito económico digital, en la cual se hace mención de las modificaciones que se debe proyectar el Perú con la finalidad de que coincida con lo expresado por varios países de América Latina.
- Es recomendable la implementación de diversos mecanismos de control, aplicando la retención a través de las diversas instituciones financieras que no se relacionen con plataformas digitales, las mismas a las que se les encargará la labor de agentes retenedores puesto que mediante las tarjetas de crédito se puede asegurar la cobranza del IGV al consumidor final, y fácilmente se rinda cuentas a la entidad recaudadora.
- Es recomendable a las instituciones del sector bancario, que, si cumplen el rol de agentes retenedores designados por la SUNAT, puedan dar el cumplimiento adecuado de sus funciones con eficacia, con el objetivo de cumplir con las metas proyectadas para

recaudar mayor cantidad de ingresos, por otra parte, reducir la posibilidad de que se presenten contingencias tributarias en periodos posteriores.

## VIII. REFERENCIAS

- Asesoría Técnica Parlamentaria. (2019). *Impuesto a las plataformas digitales. Experiencia internacional*. Obtenido de [https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27629/1/BCN\\_\\_\\_Impuesto\\_a\\_las\\_plataformas\\_digitales\\_final\\_edPM.pdf](https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27629/1/BCN___Impuesto_a_las_plataformas_digitales_final_edPM.pdf)
- Almachi, D. (2020). *Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo*. [Tesis de pregrado]. Universidad Técnica de Ambato.
- Amiel, J. (2014). *Metodología y diseño de la investigación científica*. T- Copia SAC.
- Anabalón, J. (2020). *Lineamiento OCDE para la tributación de la economía digital*. [Tesis de maestría]. Universidad de Chile.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Calderón, C. (2020). *La recaudación del impuesto al valor agregado en Ecuador a empresas con*. [Tesis de maestría]. Universidad Central del Ecuador .
- Cardeña, F. (2019). *Problemática actual y propuesta del tratamiento tributario del IGV en la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a consumidores finales, la necesidad de su regulación en la política tributaria del Perú moderno*. [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castillo, R., & Holguín, M. (2021). *Análisis Tributario sobre el Impacto del Cobro del IVA a los Servicios Digitales*. [Tesis de grado]. Universidad de Guayaquil.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. (10 de septiembre de 2021). Obtenido de Impuesto sobre Servicios Digitales Digital Services Tax: <https://www.ciat.org/impuesto-sobre-servicios-digitales-digital-services-tax/>
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, Abril 2021. (29 de abril de 2021). Obtenido de Emparejando la cancha en tiempos de crisis: Tributación indirecta sobre

la economía digital en América Latina y su potencial recaudatorio:

<https://www.ciat.org/emparejando-la-cancha-en-tiempos-de-crisis-tributacion-indirecta-sobre-la-economia-digital-en-america-latina-y-su-potencial-recaudatorio/>

Coronado, C. (2022). *El impuesto a los servicios digitales en el Perú*. [Tesis de grado].

Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5283/8/TL\\_CoronadoArbuluChristian.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5283/8/TL_CoronadoArbuluChristian.pdf).

Corrales, Y. (2023). *Regulación de servicios digitales prestados a consumidores finales peruanos y su efecto en recaudación tributaria: impuesto general a las ventas*. [Tesis de maestría]. Universidad Señor de Sipán.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11351/Corrales%20Perez%20Yanira%20del%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Cruz, R. (2017). *Implicancias tributarias del comercio electrónico en el impuesto general a las ventas en el Cercado de Arequipa 2016*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional de San Agustín.

Eltit, C. (2020). *El nuevo impuesto y forma de pago a la economía digital*. [Tesis de maestría]. Universidad del Desarrollo.

Escobar, P., & Bilbao, J. (2020). *Investigación y Educación Superior* (2 ed.). Editorial Lulu.com.

Fuenzalida, K. (2018). *Comercio electrónico directo. Análisis tributario de la prestación de servicios digitales*. [Tesis de posgrado]. Universidad Nacional de Córdoba .

Fuertes, P. (2017). *Servicios por internet prestados por no domiciliados y su incidencia en el impuesto general a las ventas en personas naturales de Lima Metropolitana, 2012-2016*. [Tesis de maestría]. Universidad San Martín de Porres .

- García, H. (2018). La regulación del comercio: retos ante el cambio tecnológico. *Revista del instituto de ciencias jurídicas de Puebla*, 43-70.  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v12n41/1870-2147-rius-12-41-43.pdf>.
- Gonzales, J. (2023). *Propuesta en la regulación del IGV por servicios prestados a personas naturales de lima metropolitana por uso de plataformas digitales de sujetos no domiciliados-2021*. [Tesis de grado]. Universidad Privada del Norte.  
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33158/6.%20GONZALES%20MARCA%20JULIO%20CESAR\\_%20SUSTENTACION%20FINAL%20TESIS\\_PDF\\_TOTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33158/6.%20GONZALES%20MARCA%20JULIO%20CESAR_%20SUSTENTACION%20FINAL%20TESIS_PDF_TOTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Grondona, V., Muheet, A., & Uribe, D. (2020). *Medidas tributarias nacionales*. South Centre.
- Hanna, C., Maryna, S., & Yulia, P. (2020). Taxation of digital services as an alternative fiscal tool in the context of global trends. *Institutional Repository of Vadym Hetman Kyiv National Economic University*, 188-194. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.33>.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, P., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Huamani, R. (2018). *Competencias TIC, comunicación organizacional en la gestión institucional, en las Instituciones Educativas de la RED 5 Ventanilla, 2018*. [Tesis para optar el grado de doctora en educación]. Universidad Cesar Vallejo.

- Ipanaqué, K. (2018). *La incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias: comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017*. [Tesis de grado]. Universidad Señor de Sipan .
- Jorratt, M. (2020). *Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital*.  
Obtenido de  
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Experiencias-internacionales-en-la-tributacion-de-la-economia-digital.pdf>
- Lazaro, 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 grado]. Universidad Cesar Vallejo.
- Linares, W., & Vásquez, C. (2023). *Propuesta de una estrategia recaudadora del IGV generado por los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas en territorio peruano*. [Tesis de grado]. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.  
[https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/11886/Linares\\_Tapia\\_Walter%20y%20V%c3%a1squez\\_Santin\\_Claudia\\_Romina.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/11886/Linares_Tapia_Walter%20y%20V%c3%a1squez_Santin_Claudia_Romina.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Martínez, M. (2020). *Análisis crítico del gravamen a los negocios digitales*. [Tesis de maestría]. UNED.
- Medrano, H. (2021). Tributación en servicios digitales. *Advocatus*, 15-18.  
<https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n040.5280>.
- Merino, F. (2020). *Desafíos normativos para la tributación de la economía digital en Chile*. [Tesis de maestría] Universidad de Chile.

- Miranda, S., & Ortiz, J. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE. Rev. Iberoam. Investig. Desarro.*, 11(21), 1-18. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>.
- Pacheco, P. (2018). *Lineamiento OCDE para la tributación de la economía digital. Parte I*. [Tesis de maestría]. Universidad de Chile .
- Pérez, J. (2015). El Positivismo y la Investigación Científica. *Revista Empresarial, volumen 9, número 3*, 29-34. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/viewFile/20/16>.
- Peruweek. (21 de julio de 2020). Obtenido de Tratamiento del IGV en el Perú en referencia a los servicios digitales, dificultades pendientes por resolver: <https://www.peruweek.pe/tratamiento-del-igv-en-el-peru-en-referencia-a-los-servicios-digitales-dificultades-pendientes-por-resolver/>
- Piza, J. (2021). La economía digital pone en jaque al derecho tributario. *Revista De La Academia Colombiana De Jurisprudencia*, 57-78. [http://revistaacademiacolombianajurisprudencia.acj.org.co/index.php/revista\\_acj/article/view/188](http://revistaacademiacolombianajurisprudencia.acj.org.co/index.php/revista_acj/article/view/188).
- Quiroz, J., & Quispe, E. (2023). *Reforma tributaria en los servicios de streaming premium prestados por no domiciliados a personas naturales y su impacto en la recaudación en Lima Metropolitana, 2020*. [Tesis de grado]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661398/Quiroz\\_GJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661398/Quiroz_GJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y).

- Ramírez, L. (2020). *El Impuesto General a las Ventas y su Incidencia en la Informalidad Comercial en un Centro comercial de Gamarra 2019*. [Tesis de grado]. Universidad Peruana de las Americas .
- Rivas, B. (2018). *Tributación de los Servicios Digitales*. [Tesis de pregrado]. Universidad de Concepción.
- Sánchez, A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>.
- Sotomayor, P., & Valverde, N. (2019). La imposición al consumo en la erade los servicios digitales. *THEMIS Revista De Derecho*, 29-40. DOI: <https://doi.org/10.18800/themis.201902.002>.
- Torres, P. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34), 1-11. <https://www.redalyc.org/journal/4780/478054643001/478054643001.pdf>.
- Vaisman, S. (2018). *Plataformas digitales que facilitan transacciones de consumo: Delimitación de responsabilidades de los proveedores frente a los usuarios finales en el marco del Derecho de Protección al Consumidor*. [Tesis de pregrado]. Universidad de Piura.
- Valderrama, S. (2019). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa, cualitativa y mixta* (10 ed.). San Marcos.
- Villegas, R. (2020). *Imposición en el Perú a los servicios digitales prestados por empresas de aplicativos no domiciliadas: los casos de NETFLIX Y AIRBNB*. [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Wolters kluwer. (11 de septiembre de 2021). Obtenido de Afectación :

[https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAIAAAEAMtMSbF1jTAAAUNDU0NTtbLUouLM\\_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAc\\_rNDzUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAIAAAEAMtMSbF1jTAAAUNDU0NTtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAc_rNDzUAAAA=WKE)

**IX. ANEXOS**

**Anexo A: Matriz de consistencia**

<b>Influencia de los servicios digitales prestados por no domiciliados en el igr en personas naturales, Los Olivos, 2023.</b>																																	
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>																														
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Explicar cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Establecer como influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales, Los Olivos, 2021.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones formales, Los Olivos, 2021.</p>	<p><b>Variable independiente (X): Servicios digitales prestados por no domiciliados</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th><b>Dimensiones</b></th> <th><b>Indicadores</b></th> <th><b>Ítems</b></th> <th><b>Escala</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">X1: Medios de pago electrónico</td> <td>Tarjeta de debito</td> <td>1, 2</td> <td rowspan="2">Ordinal</td> </tr> <tr> <td>Tarjeta de crédito</td> <td>3, 4</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">X2: Mecanismos de control</td> <td>Deficiencia de los mecanismos de control</td> <td>5, 6</td> <td rowspan="2">7, 8</td> </tr> <tr> <td>Identificación de sujetos que participan en los servicios digitales</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">X3: Comercio electrónico</td> <td>Acceso a servicios digitales</td> <td>9, 10</td> <td rowspan="2">11, 12</td> </tr> <tr> <td>Emisión de comprobantes de pago</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Variable dependiente (Y): IGV a personas naturales</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th><b>Dimensiones</b></th> <th><b>Indicadores</b></th> <th><b>Ítems</b></th> <th><b>Escala</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Emisión de comprobantes de pago</td> <td>1, 2</td> <td>Ordinal</td> </tr> </tbody> </table>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala</b>	X1: Medios de pago electrónico	Tarjeta de debito	1, 2	Ordinal	Tarjeta de crédito	3, 4	X2: Mecanismos de control	Deficiencia de los mecanismos de control	5, 6	7, 8	Identificación de sujetos que participan en los servicios digitales		X3: Comercio electrónico	Acceso a servicios digitales	9, 10	11, 12	Emisión de comprobantes de pago		<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala</b>		Emisión de comprobantes de pago	1, 2	Ordinal
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala</b>																											
X1: Medios de pago electrónico	Tarjeta de debito	1, 2	Ordinal																														
	Tarjeta de crédito	3, 4																															
X2: Mecanismos de control	Deficiencia de los mecanismos de control	5, 6	7, 8																														
	Identificación de sujetos que participan en los servicios digitales																																
X3: Comercio electrónico	Acceso a servicios digitales	9, 10	11, 12																														
	Emisión de comprobantes de pago																																
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala</b>																														
	Emisión de comprobantes de pago	1, 2	Ordinal																														

<p>¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021?</p>	<p>Explicar cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021.</p>	<p>Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de las obligaciones sustanciales, Los Olivos, 2021.</p>	<p>Y1. Obligaciones formales</p>	<p>Declaración oportuna de tributos</p>	<p>3, 4</p>	
<p>¿Cómo influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021?</p>	<p>Establecer como influye los servicios digitales prestados por no domiciliados en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021.</p>	<p>Los servicios digitales prestados por no domiciliados influyen significativamente en el IGV en personas naturales según la dimensión de la obligación tributaria, Los Olivos, 2021.</p>	<p>Y2. Obligaciones sustanciales</p>	<p>Pago oportuno de tributo</p>	<p>5, 6</p>	
			<p>Y3. Obligación tributaria</p>	<p>Hechos imponible</p>	<p>9, 10</p>	
				<p>Contribuyentes</p>	<p>11, 12</p>	
<p>METODOLOGÍA</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Explicativo</p> <p>Diseño: No experimental – corte transversal</p> <p>Población: 668 usuarios</p> <p>Muestra: 489 usuarios</p> <p>Muestreo: No probabilístico</p>						

## Anexo B. Validación de instrumentos

### Validez del instrumento

**Tabla 15**

*Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable independiente*

<b>Experto</b>	<b>Dominio</b>	<b>Decisión</b>
Sánchez Sotomayor, Segundo	Estadístico	Si existe suficiencia
Sánchez Camargo Mario	Metodólogo	Si existe suficiencia
Aquino Perales Laura	Temático	Si existe suficiencia

*Fuente:* autoría propia

**Tabla 16**

*Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable dependiente*

<b>Experto</b>	<b>Dominio</b>	<b>Decisión</b>
Sánchez Sotomayor, Segundo	Estadístico	Si existe suficiencia
Sánchez Camargo Mario	Metodólogo	Si existe suficiencia
Aquino Perales Laura	Temático	Si existe suficiencia

*Fuente:* autoría propia

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable independiente: servicios digitales prestados por no domiciliados**

N°	DIMENSIONES / Ítem	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión. Medios de pago electrónicos</b>								
01	¿Considera usted que las entidades bancarias, que canalizan el pago de los servicios digitales, tienen un rol importante?	X		X		X		
02	¿Cree usted que las tecnologías de la información evolucionan rápidamente y que generan riesgos tributarios?	X		X		X		
03	¿Según usted los medios de pagos electrónicos facilitan el consumo de los servicios como Netflix, Disney plus, entre otros?	X		X		X		
04	¿Considera usted que la cantidad de operaciones por el servicio digital se afectaría si se exigiera el pago del Impuesto General a las Ventas?	X		X		X		
<b>Dimensión. Mecanismos de control</b>								
05	¿Los mecanismos de control de la SUNAT es deficiente respecto de los servicios digitales que consumen las personas naturales?	X		X		X		
06	¿Cree usted que es necesario establecer un mecanismo de retención del IGV en los servicios digitales prestados por no domiciliados?	X		X		X		
07	¿La falta de identificación de los sujetos que participan en los servicios digitales, dificulta las labores de verificación de la SUNAT?	X		X		X		
08	¿En su opinión las personas naturales adquieren servicios digitales de empresas no domiciliadas porque no pagan el IGV?	X		X		X		
<b>Dimensión. Comercio electrónico</b>								
09	¿Cree usted que el acceso a servicios digitales prestados por no domiciliados, como Netflix, Spotify, Apple Music, entre otros, ha aumentado en los últimos años?	X		X		X		
10	¿Considera usted que los consumidores finales, al adquirir los servicios digitales, evidencian su capacidad económica para asumir el cargo del IGV?	X		X		X		
11	¿En su opinión es necesario exigir la emisión de comprobantes de pago en los servicios por Internet prestados por no domiciliados?	X		X		X		
12	¿En su opinión los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del IGV?	X		X		X		
Observaciones (precisar si hay suficiencia): <u>Existe suficiencia</u>								

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable**  **Aplicable después de corregir** [ ] **No aplicable** [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Sánchez Satomayor Sagrado

Especialidad del validador: Estadística

12 de 09 del 2021

Sánchez

Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable independiente: servicios digitales prestados por no domiciliados**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión. Medios de pago electrónico</b>								
01	¿Considera usted que las entidades bancarias, que canalizan el pago de los servicios digitales, tienen un rol importante?	X		X		X		
02	¿Cree usted que las tecnologías de la información evolucionan rápidamente y que generan riesgos tributarios?	X		X		X		
03	¿Según usted los medios de pagos electrónicos facilitan el consumo de los servicios como Netflix, Disney plus, entre otros?	X		X		X		
04	¿Considera usted que la cantidad de operaciones por el servicio digital se afectaría si se exigiera el pago del Impuesto General a las Ventas?	X		X		X		
<b>Dimensión. Mecanismos de control</b>								
05	¿Los mecanismos de control de la SUNAT es deficiente respecto de los servicios digitales que consumen las personas naturales?	X		X		X		
06	¿Cree usted que es necesario establecer un mecanismo de retención del IGV en los servicios digitales prestados por no domiciliados?	X		X		X		
07	¿La falta de identificación de los sujetos que participan en los servicios digitales, dificulta las labores de verificación de la SUNAT?	X		X		X		
08	¿En su opinión las personas naturales adquieren servicios digitales de empresas no domiciliadas porque no pagan el IGV?	X		X		X		
<b>Dimensión. Comercio electrónico</b>								
09	¿Cree usted que el acceso a servicios digitales prestados por no domiciliados, como Netflix, Spotify, Apple Music, entre otros, ha aumentado en los últimos años?	X		X		X		
10	¿Considera usted que los consumidores finales, al adquirir los servicios digitales, evidencian su capacidad económica para asumir el cargo del IGV?	X		X		X		
11	¿En su opinión es necesario exigir la emisión de comprobantes de pago en los servicios por Internet prestados por no domiciliados?	X		X		X		
12	¿En su opinión los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del IGV?	X		X		X		

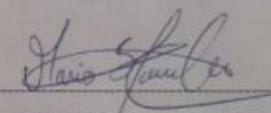
Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Sánchez Camargo Mario R.

Especialidad del validador: Metodología

10 de 09 del 2021

  
Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable dependiente: IGV en personas naturales**

**DIMENSIONES: ítems**

N°	Dimensión, Obligaciones formales	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
01	¿Usted tiene conocimiento de los tributos que administra la SUNAT?	X		X		X		
02	Al realizar el pago de un servicio digital, ¿Exige comprobante de pago?	X		X		X		
03	¿El incumplimiento de las leyes tributarias y la evasión afecta a la recaudación?	X		X		X		
04	¿Según usted los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del Impuesto General a las Ventas?	X		X		X		
<b>Dimensión, Obligaciones sustanciales</b>								
05	¿Considera que SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes respecto a sus Obligaciones sustanciales?	X		X		X		
06	¿Cree usted que el nivel de evasión del Impuesto General a las Ventas por utilización de servicios digitales realizados por personas naturales aumenta a diario?	X		X		X		
07	¿En su opinión es necesario exigir comprobantes de pago en los servicios digitales prestados por no domiciliados (Netflix, Disney plus, entre otros)?	X		X		X		
08	¿Es importante el pago de impuestos para el desarrollo del país?	X		X		X		
<b>Dimensión, Obligación tributaria</b>								
09	¿El hecho imponible (valor de compra y/o venta) origina el impuesto general a las ventas y la obligación tributaria?	X		X		X		
10	¿El contribuyente debe cumplir sus obligaciones tributarias para determinar el impuesto general a las ventas?	X		X		X		
11	¿Conoce las sanciones a las que puede estar afecto en caso incumpla con sus Obligaciones Tributarias?	X		X		X		
12	¿Conoce sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyente?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable**  **Aplicable después de corregir**  **No aplicable**

Apellidos y nombres del juez validador: Sánchez Sotomayor Segundo

Especialidad del validador: Enfermería

12 de 09 del 2021

[Firma]  
Firma del Experto Informante

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado.

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable dependiente: IGV en personas naturales**

**DIMENSIONES: ítems**

N°	Dimensión, Obligaciones formales	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
01	¿Usted tiene conocimiento de los tributos que administra la SUNAT?	X		X		X		
02	Al realizar el pago de un servicio digital, ¿Exige comprobante de pago?	X		X		X		
03	¿El incumplimiento de las leyes tributarias y la evasión afecta a la recaudación?	X		X		X		
04	¿Según usted los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del Impuesto General a las Ventas?	X		X		X		
<b>Dimensión, Obligaciones sustanciales</b>								
05	¿Considera que SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes respecto a sus Obligaciones sustanciales?	X		X		X		
06	¿Cree usted que el nivel de evasión del Impuesto General a las Ventas por utilización de servicios digitales realizados por personas naturales aumenta a diario?	X		X		X		
07	¿En su opinión es necesario exigir comprobantes de pago en los servicios digitales prestados por no domiciliados (Netflix, Disney plus, entre otros)?	X		X		X		
08	¿Es importante el pago de impuestos para el desarrollo del país?	X		X		X		
<b>Dimensión, Obligación tributaria</b>								
09	¿El hecho imponible (valor de compra y/o venta) origina el impuesto general a las ventas y la obligación tributaria?	X		X		X		
10	¿El contribuyente debe cumplir sus obligaciones tributarias para determinar el impuesto general a las ventas?	X		X		X		
11	¿Conoce las sanciones a las que puede estar afecto en caso incumpla con sus Obligaciones Tributarias?	X		X		X		
12	¿Conoce sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyente?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable**  **Aplicable después de corregir**  **No aplicable**

Apellidos y nombres del juez validador: Sánchez Coronado Mario R.

Especialidad del validador: Psicología

10 de 09 del 2021

[Firma]  
Firma del Experto Informante

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado.



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable dependiente: IGV en personas naturales

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión. Obligaciones formales</b>								
01	¿Usted tiene conocimiento de los tributos que administra la SUNAT?	X		X		X		
02	Al realizar el pago de un servicio digital ¿Exige comprobante de pago?	X		X		X		
03	¿El incumplimiento de las leyes tributarias y la evasión afecta a la recaudación?	X		X		X		
04	¿Según usted los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del Impuesto General a las Ventas?	X		Y		X		
<b>Dimensión. Obligaciones sustanciales</b>								
05	¿Considera que SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes respecto a sus Obligaciones sustanciales?	X		X		X		
06	¿Cree usted que el nivel de evasión del Impuesto General a las Ventas por utilización de servicios digitales realizados por personas naturales aumenta a diario?	X		X		X		
07	¿En su opinión es necesario exigir comprobantes de pago en los servicios digitales prestados por no domiciliados (Netflix, Disney plus, entre otros)?	X		X		X		
08	¿Es importante el pago de impuestos para el desarrollo del país?	X		X		X		
<b>Dimensión. Obligación tributaria</b>								
09	¿El hecho imponible (valor de compra y/o venta) origina el impuesto general a las ventas y la obligación tributaria?	X		X		X		
10	¿El contribuyente debe cumplir sus obligaciones tributarias para determinar el impuesto general a las ventas?	X		X		X		
11	¿Conoce las sanciones a las que puede estar afecto en caso incumpla con sus Obligaciones Tributarias?	X		X		X		
12	¿Conoce sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyente?	X		Y		Y		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  / Aplicable después de corregir  / No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Aguirre Perales, Laura  
 Especialidad del validador: tributación

11 de 07 del 2022  
  
 Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable independiente: servicios digitales prestados por no domiciliados

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión. Medios de pago electrónico</b>								
01	¿Considera usted que las entidades bancarias, que canalizan el pago de los servicios digitales, tienen un rol importante?	X		X		X		
02	¿Cree usted que las tecnologías de la información evolucionan rápidamente y que generan riesgos tributarios?	X		X		X		
03	¿Según usted los medios de pagos electrónicos facilitan el consumo de los servicios como Netflix, Disney plus, entre otros?	X		X		X		
04	¿Considera usted que la cantidad de operaciones por el servicio digital se afectaría si se exigiera el pago del Impuesto General a las Ventas?	X		X		X		
<b>Dimensión. Mecanismos de control</b>								
05	¿Los mecanismos de control de la SUNAT es deficiente respecto de los servicios digitales que consumen las personas naturales?	X		X		X		
06	¿Cree usted que es necesario establecer un mecanismo de retención del IGV en los servicios digitales prestados por no domiciliados?	X		X		X		
07	¿La falta de identificación de los sujetos que participan en los servicios digitales, dificulta las labores de verificación de la SUNAT?	X		X		X		
08	¿En su opinión las personas naturales adquieren servicios digitales de empresas no domiciliadas porque no pagan el IGV?	X		X		X		
<b>Dimensión. Comercio electrónico</b>								
09	¿Cree usted que el acceso a servicios digitales prestados por no domiciliados; como Netflix, Spotify, Apple Music, entre otros; ha aumentado en los últimos años?	X		X		X		
10	¿Considera usted que los consumidores finales, al adquirir los servicios digitales, evidencian su capacidad económica para asumir el cargo del IGV?	X		X		X		
11	¿En su opinión es necesario exigir la emisión de comprobantes de pago en los servicios por Internet prestados por no domiciliados?	X		X		X		
12	¿En su opinión los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del IGV?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [ X ]    **Aplicable después de corregir** [ ]    **No aplicable** [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Aguino Paredes Laura  
Especialidad del validador: Tributación

..... de 07 del 2024

Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup> pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup> relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup> claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

### Anexo C. Confiabilidad del instrumento

Para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicara la prueba piloto, donde una prueba piloto es un ensayo, una prueba a pequeña escala que sirve para probar la calidad del instrumento y proponer mejoras significativas.

**Tabla 17**

*Rangos de Confiabilidad*

Intervalos	Interpretación
De 01 a 20	Poca Confiabilidad
De 21 a 40	Baja Confiabilidad
De 41 a 60	Regular Confiabilidad
De 61 a 80	Alta Confiabilidad
De 81 a 100	Excelente Confiabilidad

**Tabla 18**

*Fiabilidad del instrumento de la variable independiente*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,883	12

Nota. Mediante el SPSS versión 25 se obtuvo un coeficiente de fiabilidad de 0.883, según la tabla 17 se interpreta como una alta confiabilidad.

**Tabla 19**

*Fiabilidad del instrumento de la variable dependiente*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	12

Nota. Mediante el SPSS versión 25 se obtuvo un coeficiente de fiabilidad de 0.897, según la tabla 17 se interpreta como una alta confiabilidad.

### Anexo D. Instrumento de medición

Esta información será utilizada en forma confidencial, anónima y acumulativa; por lo que agradeceré proporcionar información veraz, sólo así serán realmente útiles para la presente investigación. Lea con atención y conteste a las preguntas marcando con una “X” en un solo recuadro, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificaciones:

Codificación				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

#### Cuestionario de la variable independiente: Servicios digitales prestados por no domiciliados

Servicios digitales prestados por no domiciliados		1	2	3	4	5
<b>Dimensión. Medios de pago electrónico</b>						
01	¿Considera usted que las entidades bancarias, que canalizan el pago de los servicios digitales, tienen un rol importante?					
02	¿Cree usted que las tecnologías de la información evolucionan rápidamente y que generan riesgos tributarios?					
03	¿Según usted los medios de pagos electrónicos facilitan el consumo de los servicios como Netflix, Disney plus, entre otros?					
04	¿Considera usted que la cantidad de operaciones por el servicio digital se afectaría si se exigiera el pago del Impuesto General a las Ventas?					
<b>Dimensión. Mecanismos de control</b>						
05	¿Los mecanismos de control de la SUNAT es deficiente respecto de los servicios digitales que consumen las personas naturales?					
06	¿Cree usted que es necesario establecer un mecanismo de retención del IGV en los servicios digitales prestados por no domiciliados?					
07	¿La falta de identificación de los sujetos que participan en los servicios digitales, dificulta las labores de verificación de la SUNAT?					
08	¿En su opinión las personas naturales adquieren servicios digitales de empresas no domiciliadas porque no pagan el IGV?					
<b>Dimensión. Comercio electrónico</b>						
09	¿Cree usted que el acceso a servicios digitales prestados por no domiciliados; como Netflix, Spotify, Apple Music, entre otros; ha aumentado en los últimos años?					
10	¿Considera usted que los consumidores finales, al adquirir los servicios digitales, evidencian su capacidad económica para asumir el cargo del IGV?					
11	¿En su opinión es necesario exigir la emisión de comprobantes de pago en los servicios por Internet prestados por no domiciliados?					
12	¿En su opinión los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del IGV?					

<b>IGV en personas naturales</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Dimensión. Obligaciones formales</b>						
01	¿Usted tiene conocimiento de los tributos que administra la SUNAT?					
02	Al realizar el pago de un servicio digital ¿Exige comprobante de pago?					
03	¿El incumplimiento de las leyes tributarias y la evasión afecta a la recaudación?					
04	¿Según usted los servicios digitales dificultan la identificación del nacimiento de la obligación tributaria del Impuesto General a las Ventas?					
<b>Dimensión. Obligaciones sustanciales</b>						
05	¿Considera que SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes respecto a sus Obligaciones sustanciales?					
06	¿Cree usted que el nivel de evasión del Impuesto General a las Ventas por utilización de servicios digitales realizados por personas naturales aumenta a diario?					
07	¿En su opinión es necesario exigir comprobantes de pago en los servicios digitales prestados por no domiciliados (Netflix, Disney plus, entre otros)?					
08	¿Es importante el pago de impuestos para el desarrollo del país?					
<b>Dimensión. Obligación tributaria</b>						
09	¿El hecho imponible (valor de compra y/o venta) origina el impuesto general a las ventas y la obligación tributaria?					
10	¿El contribuyente debe cumplir sus obligaciones tributarias para determinar el impuesto general a las ventas?					
11	¿Conoce las sanciones a las que puede estar afecto en caso incumpla con sus Obligaciones Tributarias?					
12	¿Conoce sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyente?					

## Anexo E. Prueba de normalidad

**Tabla 20**

*Prueba de normalidad Kolgomorov Smirnov*

		Servicios digitales prestados por no domiciliados (agrupado)	IGV en personas naturales (agrupado)	Obligaciones formales (agrupado)	Obligaciones sustanciales (agrupado)	Obligación tributaria (agrupado)
N		489	489	489	489	488
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	2,56	2,55	2,42	2,38	2,39
	Desviación estándar	1,177	1,106	1,200	1,108	1,353
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,210	,243	,181	,192	,240
	Positivo	,210	,243	,181	,192	,240
	Negativo	-,137	-,145	-,142	-,154	-,153
Estadístico de prueba		,210	,243	,181	,192	,240
Sig. asintótica (bilateral)		,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Nota. La prueba Kolgomorov Smirnov señala que el valor sig. Asintótica es menor al teórico de 0.005, por consiguiente, se utiliza las pruebas no paramétricas.