

A propósito del COVID-19: ¿Cómo se ha evolucionado en la fiscalización del comercio electrónico por parte de la Sunat en el año 2020?

Kim Anthony Osorio Ollero

20176016

Estudiante de noveno ciclo de estudios de la Facultad de Ciencias Contables de la PUCP.

Coordinador del equipo de Auditoría de la Revista Lidera.

Asistente Junior de Tax en EY Perú.

kim.osorio@pucp.edu.pe

Franz Sanchez Silvera

20195717

Estudiante de noveno ciclo de estudios de la Facultad de Ciencias Contables de la PUCP.

Representante estudiantil en el Consejo de Facultad 2020-2021.

Practicante de Contabilidad en Cementos Pacasmayo.

a20195717@pucp.edu.pe

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo principal indagar en la relación entre el comercio electrónico, la informalidad empresarial y el impacto en la recaudación tributaria en un contexto como el COVID-19, medido a través de la evolución del comercio electrónico y las disposiciones brindadas por parte de la Sunat para poder fiscalizar esta nueva forma de comercializar. De ese modo, se podrá concluir si las disposiciones brindadas por la Sunat lograron realizar una correcta fiscalización. La motivación de este trabajo surge ante un contexto de desempleo masivo a causa del COVID-19, ya que surgió una nueva forma de generar ingresos, con lo cual todos pudimos ser partícipes de su crecimiento. No obstante, al mismo tiempo, surgía otro problema de informalidad empresarial.

El resultado del presente artículo nos evidencia que, ante un crecimiento masivo del comercio electrónico, también aumentó la informalidad tributaria, puesto que la Sunat no tuvo las herramientas suficientes para poder fiscalizar a esta nueva forma de comercializar, lo cual tuvo efectos en la recaudación tributaria.

Palabras clave: comercio electrónico, COVID-19, informalidad empresarial, evasión tributaria, fiscalización de la Sunat.

Abstract

The main objective of this present work is to investigate the relationship between electronic commerce, business informality and the impact on tax collection in a context such as COVID 19, measured through the evolution of electro-

nic commerce and the provisions provided by SUNAT in order to supervise this new way of marketing. In this way, it will be possible to conclude if the provisions provided by Sunat managed to carry out a correct inspection of it. The motivation for this work arises that in a context of massive unemployment, due to COVID-19, a new way of generating income emerged, which we could all be participants in its growth. However, at the same time another problem of business informality emerged.

The result of this article shows us that in the face of a massive growth in electronic commerce, tax informality also increased, since SUNAT did not have enough tools to be able to control a new way of marketing, which had effects on tax collection.

Keywords: e-commerce, COVID-19, business informality, tax evasion, inspection of the Sunat.

Introducción

Durante el año 2020, fue inevitable observar el crecimiento de los negocios en línea: solo bastaba con navegar por las diferentes redes sociales que utilizamos, ya sea Facebook, Instagram o incluso WhatsApp para poder ver algún emprendimiento que surgiera por familiares o amigos cercanos. Este crecimiento se puede explicar, sobre todo, debido a que, en un contexto como la pandemia del COVID-19, el confinamiento interpuesto por el Estado peruano y las restricciones de algunos sectores económicos ocasionaron que muchas personas se quedaran desempleadas o, en algunos casos, que se redujeran drásticamente los ingresos que obtenían. De esta manera, por parte del Estado peruano, se suscitaron algunas medidas para poder revertir esta situación, tales como fomentar la suspensión perfecta, el subsidio para el pago de un porcentaje de las planillas de las empresas y los bonos en efectivo. Sin embargo, esto no fue suficiente, ya que estos beneficios no llegaron a tiempo y, en algunos casos, no se consideraron en la cobertura de estos beneficios a las personas que realmente sí lo necesitaban. Por todas estas razones, las personas empezaron con la

masificación de la nueva forma de poder comercializar productos: el comercio electrónico. No obstante, con la masificación de esta forma de vender, también se fomentó la informalidad, puesto que estos negocios, en muchos casos, no tenían RUC e incluso no pagaban ningún tributo. Por esta razón, el presente trabajo tiene como objetivo evidenciar la relación entre el comercio electrónico, la informalidad empresarial y su posible impacto en la recaudación de impuesto. Para lograr esto, primero se explicará qué se entiende por comercio electrónico y cómo se detalla su evolución en términos económicos. En segundo lugar, se explicará en qué consiste ser formal ante la Sunat, en qué casos se infringe esto, cómo ha evolucionado y cómo impacta a la recaudación de los impuestos. Finalmente, se tratará de relacionar al comercio electrónico y su impacto en la formalidad o informalidad en el contexto del COVID-19, y las medidas que Sunat interpuso para esa modalidad de comercializar.

1. El comercio electrónico y su crecimiento en términos económicos hasta 2020

El comercio electrónico, término proveniente del inglés, no es un término nuevo que nació en el siglo XXI, sino que ya existía desde el siglo XX; sin embargo, recién ha sido evidenciado producto de la pandemia causada por el COVID-19. De esta manera, es pertinente poder definir qué se entiende por comercio electrónico y explicar su crecimiento hasta 2020.

1.1. Definición de comercio electrónico

El uso de la Internet, el desarrollo de los medios tecnológicos y el auge de la globalización son

El confinamiento interpuesto por el Estado peruano y las restricciones de algunos sectores económicos ocasionaron que muchas personas se quedaran desempleadas o, en algunos casos, que se redujeran drásticamente los ingresos que obtenían.

tres aristas que han cambiado la forma de vender y comprar en el mundo. Ahora los vendedores ya no necesitan necesariamente un espacio físico para poder comercializar el producto que ofrecen y tampoco necesariamente deben vivir en el mismo país que el comprador, lo cual generó una nueva forma de general negocios: el *e-commerce*. Desde el lado conceptual, el comercio electrónico con el tiempo ha variado en su significado conforme se han desarrollado aún más las tres aristas mencionadas líneas arriba. Actualmente, al comercio electrónico se le puede definir, según Torres y Guerra (2012), como “cualquier actividad en la que las empresas y los consumidores interactúan y hacen negocios entre sí por medio de los medios electrónicos”. Esta definición es válida para la actualidad, puesto que hoy en día un medio electrónico como el celular o laptop puede ser una herramienta suficiente para poder empezar iniciar un negocio, en el cual el vendedor ofrece sus productos por medio de páginas web o redes sociales, el comprador contacta a este al momento de navegar por esta redes y, finalmente, se consume la transacción.

1.2. Crecimiento del comercio electrónico hasta 2020

Conforme aumentaba la globalización, el uso de Internet y de los medios digitales, la evolución del comercio electrónico ha avanzado progresivamente con ello. Para el caso de Perú, este avance ha suscitado, según la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE), las ventas en línea: desde 2013 a 2019, pasaron de 800 millones de dólares a 4000 millones de dólares, lo cual es un avance de alrededor de 400% (ver gráfico 2 en el anexo). Para el año 2020, esta evolución, en un comienzo, se vio afectada por las restricciones que se impuso a causa del COVID-19, puesto que solo se permitía el comercio sobre todo de productos de primera necesidad. No obstante, conforme los casos de contagios y muertes disminuían, al finalizar la primera ola, el Gobierno eliminó restricciones para fomentar el comercio electrónico a tal punto de llegar a finales de mayo e inicios de junio a su mayor crecimiento de alrededor de 150% (ver gráfico 3 en

el anexo). En término de venta, en 2020, a comparación de 2019, el crecimiento fue de 6000 millones de dólares (ver gráfico 3), lo cual representa un aumento de 50%, el más representativo de un año a otro entre todos los años anteriores mencionados.

2. La informalidad empresarial, sus causas y su impacto en la recaudación tributaria

La informalidad empresarial ha sido un problema persistente durante muchos años en el Perú. No obstante, el poder definir qué se entiende por informalidad empresarial es importante, puesto que nos ayudará a entender cuáles son sus causas y cómo esta afecta a la recaudación tributaria, lo cual tiene como consecuencia a que el Estado peruano posea menores ingresos para poder cumplir con sus fines.

2.1. Definición de informalidad empresarial

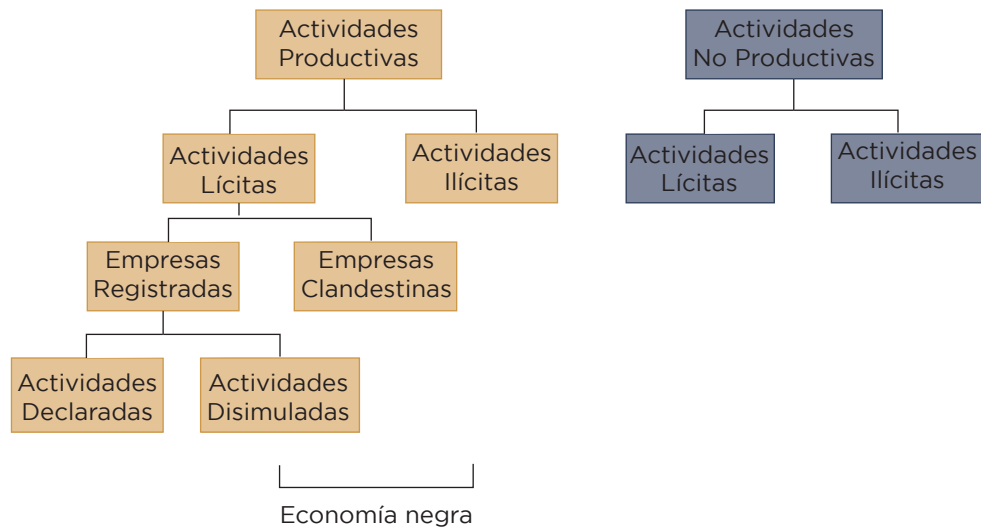
La informalidad es un fenómeno que conduce a un equilibrio social no óptimo, lo cual causa que los miembros de una sociedad queden desprotegidos en términos de salud y economía.

Al respecto, Scheneider y Enste (2000) hacen referencia a una definición inclinada al sector informal empresarial como “toda actividad económica que contribuye con el PBI observado o calculado de forma oficial, pero que no se encuentra registrada” (citado en Machado 2014). En el ámbito empresarial-tributario, esto significa desarrollar actividades legales de transacciones monetarias que eluden las reglas, leyes, derechos y sanciones que rigen de las actividades que son formales.

2.2. Situaciones en que se considera informalidad empresarial

La informalidad es el problema que se ha combatido a lo largo del tiempo con el propósito de disminuirlo y construir una mejor brecha de recaudación tributaria en el Perú; no obstante, para poder combatirlo, debemos entender en qué casos se considera ser una empresa informal en el Perú. Para poder explicar esto, debe-

Gráfico 1. Informalidad empresarial



Fuente: Ávila (2002).

mos comprender las situaciones en las cuales se comete la informalidad empresarial, representadas en el gráfico 1.

En este caso, se tomarán como un todo las actividades productivas, las cuales representan toda actividad económica que puede producir el país. De este punto, surgirán dos actividades: las actividades lícitas y las ilícitas. Centrándonos en las actividades lícitas, estas se subdividen en dos formas de empresas: las empresas registradas y las clandestinas. Las primeras se refieren a empresas que se han inscrito en Registros Públicos (Sunarp) y que tengan un Registro Único de Contribuyente (RUC), el cual es otorgado en Sunat. Para el caso de las segundas, estas no cuentan con los requisitos que se mencionaron líneas arriba, lo cual nos evidencia el primer punto de la informalidad empresarial. En seguida, partiendo de las empresas registradas, las cuales sí cumplen con la formalidad, se subdividen en actividades declaradas y actividades disimuladas. La actividad declarada es la acción que la empresa registrada realiza para los pagos de los tributos que le corresponde por la generación de renta y, por su lado, la actividad disimulada comprende a las empresas registradas que evaden a la ley y no declaran y/o pagan tributos. De esta manera, se llega a un segundo punto de la informalidad empresarial y se puede

deducir que las razones que generan informalidad empresarial se suscitan en dos situaciones: la primera cuando se realizan actividades clandestinas al no estar inscritas en el RUC y la segunda cuando las empresas, a pesar de estar registradas, ocultan su información para un menor o un nulo pago de tributos.

2.3 Causas de la informalidad y su impacto en la recaudación tributaria

La causa de la informalidad empresarial se puede explicar por diferentes razones: en primer lugar, podemos entender a la informalidad como un efecto generado por los altos costos que genera la formalización, puesto que para un contribuyente es más rentable no asumir más gastos por el pago de los tributos y la contratación de un contador una; en segundo lugar, la falta de conciencia tributaria es otra causa, ya

De este punto, surgirán dos actividades: **las actividades lícitas y las ilícitas**. Centrándonos en las actividades lícitas, estas se subdividen en dos formas de empresas: **las empresas registradas y las clandestinas**.

que muchos de los contribuyentes no saben lo importante que es el pago de impuestos o la formalización de un negocio, pues, al realizar estos pagos, pueden ayudar al desarrollo de actividades por parte del Estado.

3. La situación del comercio electrónico, la informalidad empresarial y la fiscalización por parte de la Sunat

La Sunat, a lo largo de los años, ha tratado de erradicar la informalidad empresarial. No obstante, esta ha tomado nuevas formas de poder seguir a flote hasta nuestros días, como es el caso de realizar nuevas formas de negocios.

3.1. La relación entre el comercio electrónico, la informalidad empresarial y el impacto en la recaudación de tributos en el contexto del COVID-19

En el contexto del COVID-19, muchos negocios tuvieron que implementar nuevas formas de vender para poder seguir operando, tal es el caso del comercio electrónico. De igual manera, también se crearon nuevos negocios que operaron bajo esta modalidad de comercialización. Sin embargo, de todos estos últimos negocios, muchos se crearon informalmente, en los términos que se mencionaron líneas arriba. Esto quiere decir que hubo empresas que estuvieron dentro del sector lícito, pero realizaban sus actividades de forma clandestina (no contar con un RUC, por ejemplo) y también hubo empresas que realizaban actividades disimuladas (contar con un RUC, pero ocultar tus actividades de ingresos). Esto se puede evidenciar en la nota de prensa que emitió la Sunat, en la cual menciona que la entidad revisó “las ventas electrónicas que realizaron 21,200 contribuyentes desde el inicio del Estado de Emergencia en marzo, detectando que hasta un 60% de esta muestra no utiliza su número RUC” (Sunat 2020). Esto último hace referencia a que estas empresas no emitían comprobantes de pago para evadir el pago de impuestos como el IGV y el Impuesto a la Renta. De esta manera, estas empresas asumen la característica de empresas con informalidad empresarial, lo cual tiene como consecuencia que el Estado peruano recaude menores impuestos

y, como efecto, que no posean los recursos suficientes para poder cumplir efectivamente con sus fines a través de la creación de más centros de salud o comisarías, muy necesarias en esta situación de pandemia.

3.2. Medidas implementadas por parte de la Sunat para poder combatir la informalidad tributaria, la evasión tributaria y fortalecer el comercio electrónico en 2020

La Sunat, a través de disposiciones independientes o junto al Poder Ejecutivo, brindó medidas en torno al comercio electrónico, puesto que, para 2020, esta modalidad de comercializar llegó hasta un máximo histórico de crecimiento que no se había registrado años anteriores, lo cual aceleró que se pueda tener un mejor control de esta modalidad.

3.2.1. Tiempo de despacho de los productos importados

Hacia fines de noviembre del 2020, Sunat implementó una nueva plataforma digital, en la cual las personas o empresas que importan mercancías valoradas en menos de 2000 dólares podrían realizar las documentaciones pertinentes para la nacionalización del producto de forma anticipada a la llegada del producto. De esta manera, los productos importados no necesitarán de un almacenaje temporal, sino que serán trasladados directamente a los almacenes o casas de las personas que importan, lo cual representa un ahorro en tiempo y costo para quienes se dedican a la comercialización de productos vía comercio electrónico.

3.2.2. Levantamiento de la información financiera sobre contribuyentes tributarios para la Sunat

El 31 de diciembre de 2020, mediante el Decreto Supremo 430-2020-EF, el Poder Ejecutivo oficializó la norma que permite poder acceder a la información financiera, el cual será brindado por los sistemas financieros a la Sunat de los contribuyentes que tengan en sus cuentas montos mayores a 10 000 soles. No obstante, el 26 de enero de 2021, se modificó esto mediante el Decreto Supremo 009-2021-EF, en el cual se

establece que el monto de las cuentas bancarias debe ser mayor a 7 UIT, lo que equivale a 30 000 soles a más.

3.2.3. Nueva forma de fiscalización al comercio electrónico

Para mediados del 2020, la Sunat anunció procesos de fiscalización masivos sobre el comercio electrónico a través de tecnologías como es el *big data*, inteligencia artificial y ciencia en datos. En este caso, Sunat, ayudado de estas tecnologías, fiscalizará a todas las publicaciones de anuncios de ventas de productos físicos o digitales a pesar de que el vendedor no haya obtenido ingresos, por lo cual este deberá sustentar que no ha obtenido ingresos por estas ventas.

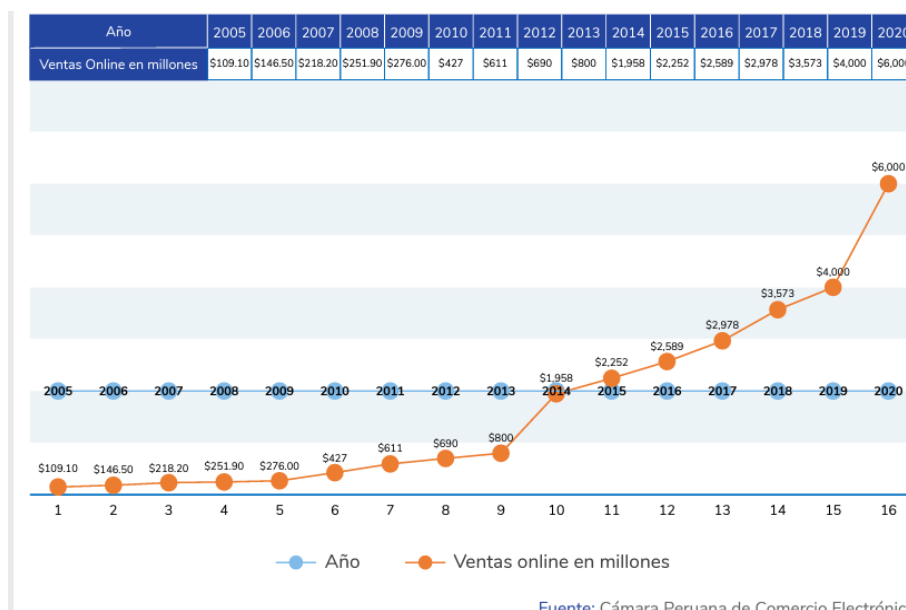
Conclusiones

Por lo mencionado líneas arriba, se puede concluir que el comercio electrónico, en el contexto del COVID-19, específicamente en 2020, creció significativamente en término de ventas, acelerado por la masiva creación de nuevos negocios ante el desempleo y disminución de los ingresos que percibían las personas. De

esta manera, esta nueva forma de hacer negocio se evidenció de manera abrupta, lo cual permitió expandir la economía de manera favorable al poder digitalizar los negocios. Sin embargo, también ha generado nuevas brechas de informalidad tributaria, puesto que se suma a la informalidad existente anterior al no poder fiscalizar de manera total a pesar de las medidas que interpuso la Sunat, tal es el caso del uso del *big data* y ciencia de datos. Esto se puede explicar, puesto que, al solo activarse esta fiscalización, cuando una persona publica un anuncio, deja de lado a las personas que venden sin activar estos anuncios, lo cual ocasiona que estos sigan operando sin ser fiscalizados, y perjudica a la recaudación tributaria y, de manera general, a todos los peruanos. Finalmente, este trabajo deja pendiente el análisis del impacto que pudo haber ocasionado esta informalidad en la recaudación, lo cual se podrá conocer con el pasar del tiempo al haber mayor información disponible para su estudio. De la misma manera, será cuestión de tiempo conocer si la medida del levantamiento de la información bancaria a los contribuyentes que superen las 7 UITs es una medida para la lucha contra la evasión tributaria.

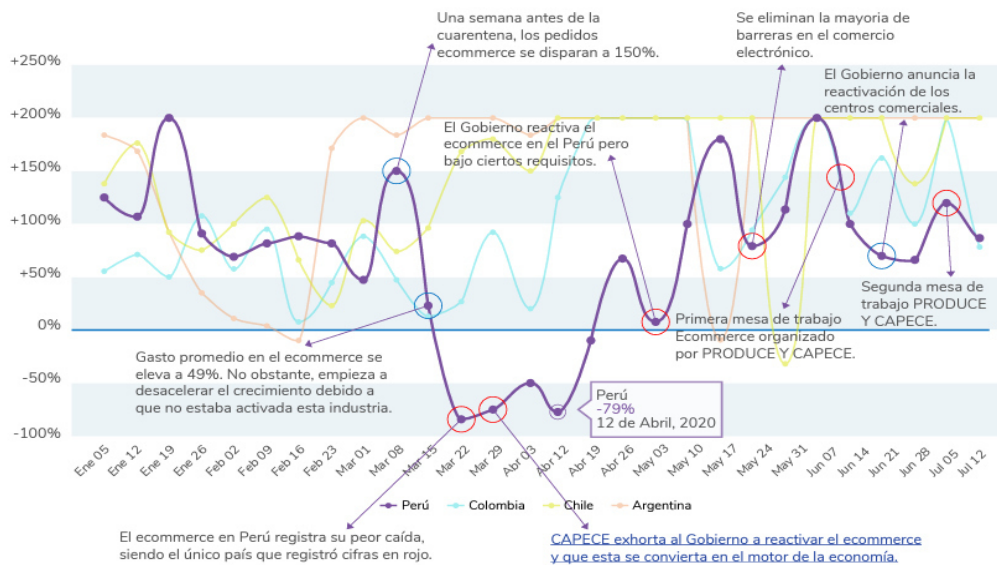
Anexos

Gráfico 2. Incremento de las ventas en línea



Fuente: CAPECE (2021).

Gráfico 3. Crecimiento del comercio electrónico



Fuente: CAPECE (2021).

Bibliografía

- ÁVILA, Juan
2002 La economía informal y la tributación en el Perú. Lima: La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Consulta 07 de octubre de 2021. https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_21/xiv_concurso2002_primer_premio_avila_peru.pdf
- CÁMARA PERUANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO
2021 *Reporte oficial de la industria del e-commerce en el Perú.* <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
2020 Decreto Supremo N.º 430-2020-EF. Lima, 31 de diciembre. <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/reglamentan-la-informacion-financiera-que-las-empresas-del-s-decreto-supremo-n-430-2020-ef-1916565-3>
- 2021 Decreto Supremo N.º 009-2021-EF. Lima, 26 de enero. <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/modifican-el-reglamento-que-establece-la-informacion-financi-decreto-supremo-n-009-2021-ef-1922745-2>
- SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA
2020 *Sunat identifica vendedores en línea que operan sin RUC y evaden impuestos.* Nota de prensa 061-2020. <https://www.sunat.gob.pe/salaprensa/2020/junio/NotaPrensaN0612020.doc>
- 2021 *SUNAT: Ingresos tributarios.* <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/>
- MACHADO, Roberto
2000 “La economía informal en el Perú: magnitud y determinantes (1980-2011)”. *Apuntes. Revista de Ciencias Sociales.* Lima, volumen 41, número 74, pp. 197-233 <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4786977.pdf&ved=2ahUKewimqci3vcbzAhWPSjABHWVGcGqFnoECAMQAQ&usq=AOvVaw2aTz54Fx79ZBcUULV ijiEx>
- TORRES, David y Javier GUERRA
2012 *Comercio Electrónico.* <https://www.eumed.net/ce/2012/tcgz.html#:~:text=El%20Comercio%20electr%C3%B3nico%20consiste%20en%20realizar%20electr%C3%B3nicamente%20transacciones%20comerciales%3B%20es,medio%20de%20los%20medios%20electr%C3%B3nicos>