

# Las implicancias tributarias y aduaneras del comercio electrónico



# Contenido

1. Presentación
2. Evolución del comercio electrónico en el Perú
3. Aspectos generales del comercio electrónico
  - 3.1 Concepto
  - 3.2 Agentes participantes
  - 3.3 Clasificación
  - 3.4 Ventajas
  - 3.5 Dificultades
4. Obligaciones tributarias del comercio electrónico
5. Obligaciones aduaneras del comercio electrónico
  - 5.1 Preguntas frecuentes
  - 5.2 Casos prácticos
6. Base legal
7. Fuentes de información

## **Elaboración de contenido:**

Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera.

## **Revisión:**

División de Atención al Usuario Aduanero y Liberaciones.

División de Procesos de Regímenes Especiales.

# 1. Presentación

El comercio electrónico se ha incrementado significativamente en nuestro país. El objetivo de esta guía es dar a conocer la importancia del comercio electrónico y sus implicancias tributarias y aduaneras.

Esta Guía Aduanera desarrolla el tema del “Comercio Electrónico”, a fin de que los participantes de los **Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal - NAF** conozcan las principales obligaciones tributarias y aduaneras para emprendedores, referidas a las operaciones realizadas a través del comercio electrónico tanto nacional como transfronterizo.



## 2. Evolución del comercio electrónico en el Perú

La pandemia marcó un hito respecto del comercio electrónico en el Perú. Antes de la llegada del Covid-19 a nuestro país, se proyectó un crecimiento del comercio electrónico aproximado del 30%. Nada hacía presagiar que tuviera un incremento superior al 54% en ventas mediante esta forma de comercio.

Según el Instituto Peruano de Marketing, “durante el 2019 el comercio electrónico facturó US\$ 4 mil millones y para finales del 2020 la facturación superó los US\$ 6 mil millones<sup>1</sup>”. Asimismo, se proyecta un crecimiento del comercio electrónico en el Perú de hasta 110% para el 2025.

---

<sup>1</sup> El comercio electrónico en el Perú antes y después de la pandemia.  
<https://ipm.com.pe/el-comercio-electronico-en-el-peru-antes-y-despues-de-la-pandemia/>

# 3. Aspectos generales del comercio electrónico

■ Para una mejor comprensión, a continuación, presentamos los principales aspectos relacionados con el comercio electrónico.

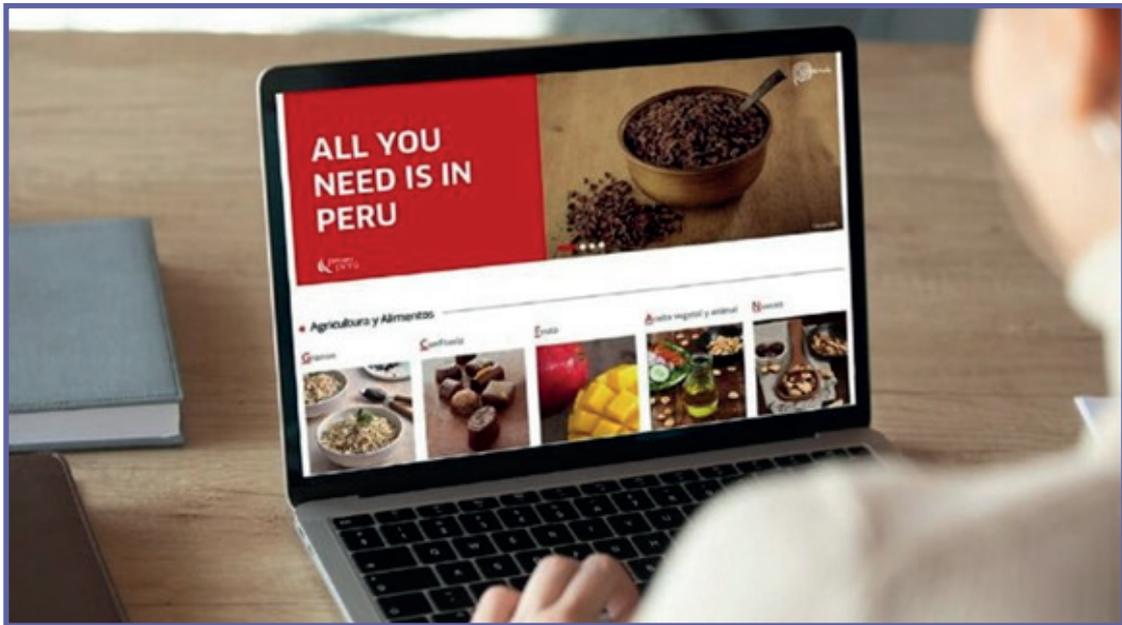
## 3.1 Concepto:

De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC), el comercio electrónico puede definirse como “la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”.

Entonces, el comercio electrónico es un medio para que los consumidores tengan un mayor acceso a productos y servicios a mejores precios, ahorren tiempo y compren con mayor comodidad.

La SUNAT define el comercio electrónico como la venta, distribución de productos y/o servicios a través de medios electrónicos, tales como redes sociales, páginas web y plataformas virtuales.

Es importante diferenciar entre el comercio electrónico nacional y el internacional o transfronterizo.



**Imagen 1: Comercio electrónico**

### **3.2 Agentes participantes**

- **Comprador:** Usuario que accede al sistema informático para adquirir un bien o servicio.
- **Vendedor:** Persona natural con negocio o persona jurídica que vende bienes o comercializa servicios.
- **Entidad financiera:** Aquella que autoriza los pagos en línea, cuando se utiliza esta modalidad de pago.
- **Transportista nacional:** Es la persona natural o jurídica que se encarga de transportar mercancías entre distintos distritos o provincias de un país.
- **Transportista internacional:** Es la persona natural o jurídica que se encarga de transportar mercancías entre distintos países de origen y destino.

### 3.3 Clasificación

El comercio electrónico se puede clasificar en:

- **Nacional:** Consiste en adquirir y/o vender bienes por medios electrónicos dentro del territorio nacional.
- **Internacional o transfronterizo:** Consiste en adquirir y/o vender bienes por medios electrónicos fuera del territorio nacional.
- **Indirecto:** Consiste en adquirir bienes que necesitan ser enviados físicamente utilizando los servicios de un tercero (que no es el comprador ni el vendedor) en el mercado nacional e internacional.

El comprador hace un pago antes de recibir el bien (pre-pago), mediante depósito en cuenta o tarjetas de crédito/débito, entre otros.

Y la entrega se efectúa, mediante los canales convencionales de distribución, con empresas de envíos nacionales o internacionales, quienes entregan el bien y el comprobante de pago en el domicilio del comprador, como por ejemplo Serpost o los servicios de courier. El comprador no se acerca a ningún punto de entrega.

- **Directo:** Consiste en adquirir bienes que tienen el contacto inicial por Internet. Pero solo participan el comprador y el vendedor (se incluye dentro del concepto “vendedor” a su personal).

Luego de efectuada la transacción de forma virtual, ambos acuerdan un punto de entrega del bien. Y en ese punto se recoge el bien juntamente con el comprobante de pago y se paga contra entrega.

## Imagen 2: Comercio electrónico directo e indirecto nacional



## Imagen 3: Comercio electrónico directo e indirecto internacional o transfronterizo



### 3.5 Dificultades

Las principales dificultades respecto de los comerciantes son las siguientes:

- En algunos casos, existe mucho temor y desconocimiento a la tecnología, por lo cual se necesita asesoría.
- Mantienen el comercio tradicional (venta física) como arraigo generacional.
- Existen nuevos costos que no se desean asumir; como el costo del sitio web, costo de aprendizaje para utilizar las redes, entre otros.
- Implementación del sistema delivery en el negocio.

Las principales dificultades respecto de los clientes son las siguientes:

- Desconfianza para comprar con el pago adelantado (pre-pago). Existe el temor a posibles estafas.
- Se está incorporando este tipo de comercio por necesidad.
- Desconocimiento de cómo interactuar con las plataformas virtuales.
- La devolución post venta ante una insatisfacción.

# 4. Obligaciones tributarias en el comercio electrónico

La realización de transacciones por Internet no elimina el deber de cumplir con las obligaciones tributarias como la entrega de comprobantes de pago.

La persona natural o jurídica que vende bienes y servicios por medios electrónicos está obligada a cumplir con las obligaciones siguientes:

- Inscribirse en el RUC.
- Emitir comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realicen.
- Escoger un régimen tributario según su actividad y nivel de ingresos.
- Declarar y pagar los impuestos oportunamente.
- Llevar libros contables, en caso corresponda, según el régimen tributario.
- Solicitar los comprobantes de pago (facturas) por las compras vinculadas al giro de su negocio.

Es importante indicar que el cumplimiento de dichas obligaciones implica la formalización de su negocio y la posibilidad de acceder a nuevos mercados y créditos financieros, entre otros beneficios.

Si no se inscriben en el RUC ni cumplen con sus obligaciones tributarias, estarán cometiendo infracciones y serán objeto de las sanciones establecidas en el Código Tributario, como por ejemplo: multas y/o comiso de bienes, entre otras.

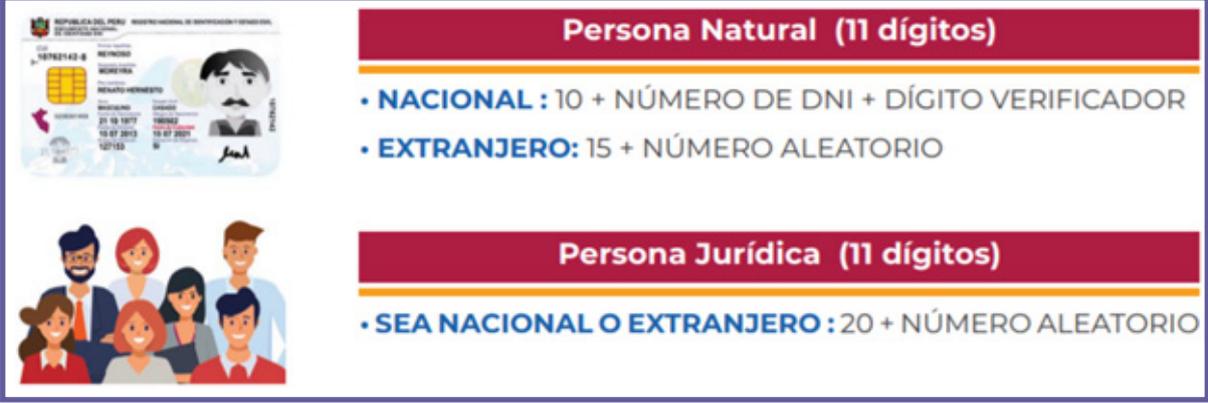
A partir del 1 de julio de 2023, el RUC debe consignarse en toda la información mediante la cual se ofrezcan bienes y/o servicios, incluidos aquellos casos en que la oferta se realice utilizando plataformas digitales de comercio electrónico, redes sociales, páginas web, correos publicitarios, aplicaciones móviles, entre otros, según el artículo 3° del Decreto Legislativo N° 1524.



El número de RUC debe figurar acompañado del nombre o denominación o razón social del vendedor.

**IMPORTANTE: La inscripción en el RUC se puede realizar en línea o de manera presencial, cumpliendo determinados requisitos.**

## Imagen 4



El diagrama está dividido en secciones. En la parte superior izquierda se muestra un DNI peruano con los datos: REPUBLICA DEL PERU, MINISTERIO NACIONAL DE IDENTIFICACION Y REGISTRACION, DNI 48782142-8, REGIONALIDAD: METROPOLITANA, NOMBRE Y APELLIDOS: MELIANDI HERNANDEZ, SEXO: M, FECHA DE NACIMIENTO: 21 10 1977, FECHA DE EMISION: 16 07 2019, FECHA DE VENCIMIENTO: 16 07 2027, y una fotografía. Debajo del DNI hay un ícono de un grupo de personas. A la derecha, un recuadro rojo con texto blanco indica: Persona Natural (11 dígitos). Debajo de esto, un recuadro rojo con texto blanco indica: Persona Jurídica (11 dígitos).

**Persona Natural (11 dígitos)**

- **NACIONAL** : 10 + NÚMERO DE DNI + DÍGITO VERIFICADOR
- **EXTRANJERO**: 15 + NÚMERO ALEATORIO

**Persona Jurídica (11 dígitos)**

- **SEA NACIONAL O EXTRANJERO** : 20 + NÚMERO ALEATORIO

# 5. Obligaciones aduaneras en el comercio electrónico

■ En el caso de las actividades de comercio electrónico, estas deben cumplir las mismas obligaciones aduaneras correspondientes a las operaciones de importación y exportación, según sea el caso.

Es importante resaltar que una de las funciones de la SUNAT en el ámbito aduanero es verificar el valor declarado de las mercancías.

Por ello, es obligatorio que toda compra por importes superiores a S/ 3,500.00 (tres mil quinientos con 00/100 soles) o US\$ 1,000 (mil con 00/100 dólares americanos), se realice mediante los medios de pago utilizados en el sistema financiero, con el fin de sustentar el valor pagado.



Esta regla aplica aun cuando las compras se cancelen mediante pagos parciales menores a los montos señalados precedentemente.

Ahora, respecto de las obligaciones aduaneras en el comercio electrónico, es necesario conocer los aspectos siguientes:

- **Mercancía restringida:** Son aquellas que por mandato legal requieren la autorización de una o más entidades competentes para ingresar o salir del país (Ver imagen 5).
- **Mercancía prohibida:** Aquella que por ley se encuentra impedida de ingresar o salir del territorio nacional.
- **Mercancías falsas:** Cualquier mercancía, incluido su embalaje, que lleve puesta sin autorización una marca idéntica a la marca válidamente registrada para tal mercancía, o que no pueda distinguirse en sus aspectos esenciales de esa marca, y que de ese modo viole los derechos que al titular de la marca le otorga la legislación del país de importación. Se procederá al comiso de estas mercancías.
- **Mercancías piratas:** Cualquier copia hecha sin el consentimiento del titular del derecho de autor o de una persona debidamente autorizada por él en el país de producción, y que se realicen directa o indirectamente a partir de un artículo cuando la realización de esa copia hubiera constituido infracción del derecho de autor o de un derecho conexo en virtud de la legislación del país de importación. Se procederá al comiso de estas mercancías.



- **Declaración correcta:** Cuando se declaran de manera fehaciente todos los datos que se deben incluir en una declaración aduanera de mercancías. Es responsabilidad de los operadores de comercio exterior verificar esta información.

### Imagen 5: Mercancías restringidas

Entidad encargada	Mercancías restringidas			
 Ministerio de Salud <b>DIGESA</b> DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL	 Alimentos y bebidas industrializados para la comercialización	 Juguetes y útiles de escritorio	 Plaguicidas y desinfectantes de uso doméstico	
 <b>DIGEMID</b> DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS, DISPOSITIVOS Y DROGAS	 Productos farmacéuticos, dispositivos médicos	 Productos cosméticos y sanitarios, libre hasta 4 unidades para persona natural	 Sustancias, psicotrópicas y precursores de uso médico o medicamentos que las contienen	
 <b>MTC</b> Ministerio de Transportes y Comunicaciones	 Equipos de telecomunicación	 Vehículos usados	 Aparatos de telecomunicación	
 <b>SENASA PERU</b>	 Productos de origen vegetal	 Productos de origen animal	 Productos veterinarios y alimentos para animales	 Plaguicidas agrícolas
 <b>SUCAMEC</b>	 Armas y municiones de uso civil	 Nitrato de amonio		

Para más información respecto de las infracciones y sanciones previstas en la Ley General de Aduanas, ingrese al siguiente enlace:



## 5.1 Preguntas frecuentes

A continuación, respondemos algunas dudas que se presentan de manera frecuente en las operaciones de comercio electrónico en una importación:

### **a) ¿Cómo puedo saber si la mercancía que deseo traer del extranjero es restringida, prohibida o de libre ingreso?**

Para identificar la naturaleza de las mercancías es necesario asignar el número correcto de subpartida nacional - SPN. Una vez obtenido, se pueden realizar las consultas de manera referencial en el siguiente enlace:

<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>.

Adicionalmente, en caso de realizar una exportación por medio de SERPOST, es necesario consultar su página web para conocer los productos prohibidos en este servicio:

<https://www.serpost.com.pe/Cliente/EnviosProhibidos>

### **b) ¿Toda mercancía que ingresa al país, indistintamente de su valor, debe pagar impuestos?**

En los casos de envíos por el servicio postal y los servicios de entrega rápida, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- Los productos con un valor FOB de hasta US\$ 200.00 (doscientos dólares americanos) están exonerados de impuestos.

- Productos con un valor FOB de US\$ 200.00 (doscientos dólares americanos) a US\$ 2,000.00 (dos mil dólares americanos), pagan un arancel único de 4% de Ad Valorem más IGV e IPM, salvo excepciones.
- Productos con un valor FOB mayor a US\$ 2,000.00 (dos mil dólares americanos), se someten al tratamiento arancelario regular, con tasas de 0%, 6% u 11%, más IGV e IPM, y otros impuestos de corresponder.

### **c) ¿Cuánto tiempo puede permanecer un envío postal en el depósito de SERPOST?**

Los envíos postales pueden permanecer en el depósito de SERPOST S.A. durante dos meses computados a partir de la fecha de la transmisión del Documento de Envíos Postales (DEP) desconsolidado. Durante este plazo de conservación se puede solicitar la destinación aduanera de los envíos postales.

**IMPORTANTE: Al adquirir un producto o bien del extranjero mediante el comercio electrónico, podemos consultar en la página web de SUNAT para saber si se trata de mercancías prohibidas o restringidas. Las mercancías restringidas, necesitan la autorización del organismo o institución competente.**

## 5.2 Casos prácticos

### Caso 1

Una joven universitaria compró 04 lápices labiales por la plataforma de comercio electrónico AliExpress. La estudiante conoce que el producto es de ingreso restringido al país, de acuerdo con lo dispuesto por la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID). Siendo así, ¿deberá gestionar los permisos y trámites correspondientes para su pequeña importación?

Para el presente caso, no será necesario, siempre y cuando el importador sea una persona natural, declare que los productos sanitarios serán para uso personal y no excedan de cuatro (04) unidades por envío y tres (03) envíos en un (01) año calendario. Bajo esas premisas, no será exigible la presentación de la Notificación Sanitaria Obligatoria o Registro Sanitario para su importación.

## Caso 2

Un estudiante de medicina desea adquirir un instrumento para cirugía mediante el comercio electrónico, a fin de utilizarlo en sus prácticas profesionales. Al hacer la consulta en el portal SUNAT, verifica que se trata de una mercancía restringida y que el sector competente es la DIGEMID. ¿Podrá iniciar, entonces, los trámites para la importación de su producto?

Si bien la autoridad competente es la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID), es necesario conocer que, por normativa de la entidad competente, sólo se otorgará el documento autorizante de importación a las empresas registradas y habilitadas como importadoras de estos productos.

## Caso 3

Una joven emprendedora, utilizando una plataforma virtual de comercio electrónico, desea adquirir veinte teléfonos móviles (celulares) para comercializarlos en el Perú. ¿Qué información previa deberá conocer y tener en cuenta?

Al respecto, antes de realizar la importación, y en atención a la naturaleza del producto, el MTC establece las siguientes normas que son de carácter público, con respecto a los equipos y aparatos de telecomunicaciones:

- **Permiso de internamiento:** Con Resolución Directoral N° 479-2016-MTC/27 se aprobó una relación de equipos y aparatos de telecomunicaciones que, aún contando con el certificado de homologación, requieren del permiso de internamiento. Sin embargo, también señala las excepciones cuando se trate para uso privado. Considerar las modificaciones a la norma establecidas en la Resolución Directoral N° 0005-2022-MTC/27.

- **Certificado de homologación:** Normado bajo el Decreto Supremo N° 019-2019-MTC. En el siguiente enlace QR se puede verificar si el equipo que se desea importar se encuentra homologado. De no ser así, deberá realizar el trámite vía VUCE (Ventanilla Unica de Comercio Exterior) con su clave SOL-SUNAT.



## 6. Base legal

A continuación, citamos las principales normas vigentes relacionadas con las operaciones de comercio electrónico.

- **Ley 29751 - Código de Protección y Defensa del consumidor:** Contiene las obligaciones y exigencias legales que debe cumplir el proveedor en una relación de consumo acerca de los productos y/o servicios que ofrece y comercializa a los consumidores y usuarios.
- **Decreto Supremo 011-2011-PCM y sus modificatorias - Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor:** Exige que toda empresa que vende productos o presta servicios a través de medios electrónicos, debe tener implementado un libro de reclamaciones virtual para que sea usado por los usuarios y/o consumidores para ejercer su derecho de queja y/o reclamo ante una presunta infracción al Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- **Ley 27291 - Manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica:** Esta ley concedió la utilización de medios electrónicos para manifestar la voluntad en contratos digitales utilizando la firma electrónica en el Perú. Es decir, permite que tengas acuerdos con tus clientes a través de tu canal virtual, sin necesidad de firmar un acuerdo físico.

# 7. Fuentes de información

- Americas Market Intelligence, Proyectando el camino futuro del comercio electrónico en América Latina, (visto el 01 de febrero 2023).

<http://bit.ly/421tl1e>

- Asturias Corporación Universitaria, Introducción al E-Commerce, (visto el 01 de febrero 2023).

<https://bit.ly/3Fe1h0G>

- Instituto Peruano de Marketing (2022), El comercio electrónico en el Perú antes y después de la pandemia, (visto el 01 de febrero 2023).

<http://bit.ly/41X4j3v>

- Portal Emprender SUNAT, Obligaciones si vendo o presto servicios por Internet, (visto el 01 de febrero 2023).

<https://bit.ly/3ZSykA5>

