

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Experiencias y percepciones tributarias de los influencers: Un estudio cualitativo exploratorio

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Autor:

Marvin Joel Aguilar Tunco

Asesor:

Mg. Magali Apaza Pachauri

Lima, 10 de diciembre del 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Magaly Apaza Pachauri, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad y Gestión Tributaria, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**EXPERIENCIAS Y PERCEPCIONES TRIBUTARIAS DE LOS INFLUENCERS: UN ESTUDIO CUALITATIVO EXPLORATORIO**” del autor Marvin Joel Aguilar Tunco tiene un índice de similitud de 10% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 10 días del mes de diciembre del año 2025.



Magaly Apaza Pachauri

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Naña Villa Unión, a 10 día(s) del mes de diciembre del año 2025 siendo las 10:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Dr. Carlos A. Vasquez Villanueva, el (la) secretario(a): Mtra. Thelma Madian Lazo Pilco y los demás miembros: Mtra. Jessica Karina Saavedra Vásconez y el (la) asesor(a) Mtra. Magali Apraza Pachauri

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "Experiencias y percepciones Tributarias de los influencers. Un estudio Cualitativo exploratorio"

del(los) bachiller/es:
 a) Marvin Joel Aguilar Tunco
 b)
 c)

conducente a la obtención del título profesional de: Contador Público
(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Marvin Joel Aguilar Tunco

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy bueno

Bachiller (b):






CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.


 Presidente/a

 Secretario/a

 Asesor/a

 Miembro

 Bachiller (a)

 Bachiller (b)

 Bachiller (c)

Experiencias y percepciones tributarias de los influencers: Un estudio cualitativo exploratorio

Aguilar Tunco, Marvin – Apaza Pachauri, Magali

Resumen

Este estudio analizó las experiencias y percepciones tributarias de ocho influencers peruanos en un contexto donde se percibía el sistema fiscal como complejo y poco adaptado a la economía digital. El objetivo general fue explorar las experiencias y percepciones tributarias de los influencers, con el fin de comprender mejor sus prácticas fiscales y las posibles implicaciones para la administración tributaria y la economía digital. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, exploratorio y con elementos fenomenológicos, utilizando entrevistas semiestructuradas. La muestra fue intencional, integrada por ocho

influencers de distintas categorías, hasta alcanzar saturación teórica. Los resultados mostraron una comprensión limitada de las normativas tributarias vigentes (Ley del Impuesto a la Renta, TUO del IGV y inscripción en el RUC), así como la dependencia de terceros para el cumplimiento fiscal, temor a sanciones, dificultades para clasificar ingresos y gastos, y una escasa claridad normativa en casos de canjes o ingresos

mixtos. Los participantes adoptaron estrategias como la contratación de asesores, el uso de herramientas digitales básicas y la búsqueda de capacitación. Se concluye que el sistema tributario peruano actual no considera las particularidades que tiene del sector digital, por lo que se recomienda la adaptación de regímenes simplificados, como el NRUS (D. Leg. 937), y la elaboración de guías tributarias específicas para influencers.

Palabras clave

Economía digital; Influencers; Normativa tributaria; Percepciones; Tributación.

Abstract

This study explored the tax experiences and perceptions of eight Peruvian influencers within a context where the fiscal system is often viewed as complex and not fully adapted to the digital economy. The main objective was to understand how influencers perceive and manage their tax responsibilities, in order to gain insight into their fiscal practices and the possible implications for tax administration and the digital market. The research followed a qualitative and exploratory approach with phenomenological elements, using semistructured interviews. The sample was purposive, composed of eight influencers from various categories, selected until theoretical saturation was reached. The findings revealed a limited understanding of current tax regulations (such as the Income Tax Law, the General Sales Tax Law, and registration in the Taxpayer Registry), as well as a reliance on third parties for tax compliance, fear of penalties, and difficulties in classifying income and expenses. There was also a lack of clarity regarding the treatment of barter transactions and mixed income. Participants responded by hiring tax advisors, using basic digital tools, and seeking further training. The study concludes that Peru's current tax system does not yet account for the specific features of the digital sector; therefore, it recommends the adaptation of simplified regimes, such as the NRUS (Legislative Decree No. 937), and the development of tax guidelines tailored to influencers.

Keywords

Digital economy; Influencers; Tax regulations; Perceptions; Taxation