



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas
electrónicas streaming en el Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTOR (ES):

Ramos Ruiz, Breniz Zulema (orcid.org/0000-0001-8174-6282)

Ramos Ruiz, Brizzet Leydy (orcid.org/0000-0001-8070-1090)

ASESOR (A)(ES):

Mg. Suárez Santa Cruz, Liliana Del Carmen (orcid.org/0000-0003-2560-7768)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo en primer lugar a Dios por guiarnos y protegernos en cada momento, a nuestros padres, hermanas y familiares quienes nos brindaron sus enseñanzas, apoyo y motivación tanto en el ámbito personal como profesional.

Las autoras.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por la vida, a nuestros padres por su amor y esfuerzo para nuestra formación académica., a mis hermanas, amigos y familiares por sus consejos y agradecer también a la estimada Mg. Liliana del Carmen Suárez Santa Cruz por su orientación y motivación brindada para el mejoramiento y culminación de esta investigación.

Las autoras



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú", cuyos autores son RAMOS RUIZ BRIZZET LEYDY, RAMOS RUIZ BRENIZ ZULEMA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 01 de diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN DNI: 41837348 ORCID: 0000-0003-2560-7768	Firmado electrónicamente por: LDSUAREZS el 10- 12-2023 08:39:19

Código documento Trilce: TRI - 0676336





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, RAMOS RUIZ BRENIZ ZULEMA, RAMOS RUIZ BRIZZET LEYDY estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
BRIZZET LEYDY RAMOS RUIZ DNI: 75471936 ORCID: 0000-0001-8070-1090	Firmado electrónicamente por: BRAMOSRU el 02-12- 2023 16:42:28
BRENIZ ZULEMA RAMOS RUIZ DNI: 75471935 ORCID: 0000-0001-8174-6282	Firmado electrónicamente por: BRAMOSRUI el 02-12- 2023 16:52:27

Código documento Trilce: INV - 1485876

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	ii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iii
Declaratoria de Originalidad de los Autores	iv
Índice de Contenidos	v
Índice de Tablas	vi
Índice de Gráficos y Figuras	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de la investigación.....	17
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3 Población, muestra y muestreo.....	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5 Procedimientos	19
3.6 Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN.....	74
VI. CONCLUSIONES	77
VII. RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS.....	79
ANEXOS	88

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Evaluación de Leyes Tributarias en Países Latinos para la aplicación del Impuesto al Valor Agregado a Plataformas Streaming</i>	28
Tabla 2 <i>Tributos</i>	32
Tabla 3 <i>Principios de Tributación Digital</i>	33
Tabla 4 <i>Economía digital plataformas streaming</i>	34
Tabla 5 <i>Plataformas streaming</i>	35
Tabla 6 <i>Tributación Digital a Nivel Internacional</i>	36
Tabla 7 <i>Países que implementaron el Establecimiento Permanente y la Presencia Digital Significativa a los Servicios digitales</i>	42
Tabla 8 <i>Medios de pagos digitales utilizados como mecanismos de recaudación</i>	50
Tabla 9 <i>Obligación Tributaria</i>	52
Tabla 10 <i>Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE</i>	53
Tabla 11 <i>Establecimiento permanente</i>	55
Tabla 12 <i>Presencia digital significativa</i>	56
Tabla 13 <i>Impuesto al Valor Agregado</i>	57
Tabla 14 <i>Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas</i>	59
Tabla 15 <i>Afectación al consumidor final</i>	60
Tabla 16 <i>Proyecto de Ley N°6181/2020 -CR y Proyecto de Ley N° 2546/2021 -CR</i>	61
Tabla 17 <i>Medios de Pago digitales</i>	62
Tabla 18 <i>Criterios de consumo de IGV para plataformas streaming en Perú</i>	66
Tabla 19 <i>Cronograma de la Propuesta</i>	73

Índice de Gráficos y Figuras

<i>Figura 1</i> Los Tipos de tributos	22
<i>Figura 2</i> Principios de Tributación Digital	23
<i>Figura 3</i> Ingresos de Servicios Digitales de Empresas Internacionales del 2018 al 2020	24
<i>Figura 4</i> Participación potencial promedio 2018-2020 de la recaudación del IVA por servicios electrónicos en países de América Latina que aun aplica este impuesto.....	25
<i>Figura 5</i> Ventas de las plataformas streaming en Perú (millones de USD).....	26
<i>Figura 6</i> Obligación Tributaria: Nacimiento, determinación y exigibilidad.....	39
<i>Figura 7</i> Pilar 1 y 2 establecidos por la OCDE	40
<i>Figura 8</i> Proyección del potencial recaudatorio del IVA por Servicios Electrónicos en 8 países Latinoamericanos que aún no lo aplican del 2020 -2022.....	43
<i>Figura 9</i> Potencial Recaudatorio del IVA (IGV) en Perú de plataformas streaming	44
<i>Figura 10</i> Artículo 9° y Artículo 56° del TUO de la LIR	45
<i>Figura 11</i> Artículo 4° inciso A) del Reglamento de la LIR	46
<i>Figura 12</i> Artículo 3° y Artículo 9° del TUO del IGV.....	47
<i>Figura 13</i> Proyecto de Ley 6181-2020	48
<i>Figura 14</i> Proyecto de Ley 2546-2021	49
<i>Figura 15</i> Formato para el Registro.....	68
<i>Figura 16</i> Formulario para declaración del IGV y los datos más importantes que se deben mostrar	69
<i>Figura 17</i> Recaudación del IGV mediante empresas del sistema financiero ...	71

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el fin de analizar la tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú. Se tuvo como metodología un enfoque cuantitativo, su finalidad fue aplicada, su diseño fue no experimental y con alcance descriptivo-propositivo. La población estuvo conformada por leyes, informes, normas y artículos científicos relacionados al tema en estudio, tomando como muestra los informes de la OCDE, las propuestas de la Comisión Europea, leyes de IVA de países Latinoamericanos la Ley del IR y la Ley del IGV e ISC. Se empleo como instrumentos de recolección de datos la guía de análisis documental y la guía de entrevista.

Se obtuvo como resultados que el actual marco tributario peruano no grava a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas a personas naturales sin negocio por lo que se está dejando de recaudar al 2022 \$40, 678 millones de dólares por la no aplicación del IGV a este servicio. Se concluye que el mecanismo más adecuado para la recaudación del IGV de los servicios de streaming es tener como agentes de retención a las empresas del sistema financiero según lo establecido en el Proyecto de Ley N°6181-2020.

Palabras clave: Economía digital, impuesto al valor agregado, recaudación fiscal.

ABSTRACT

This research was carried out in order to analyze the digital taxation and tax collection in electronic streaming platforms in Peru. The methodology was a quantitative approach; its purpose was applied; Its design was non-experimental and with a descriptive-propositional scope. The population was made up of laws, reports, norms and scientific articles related to the subject under study, taking as a sample the reports of the OECD, the European Commission's proposals, VAT laws of Latin American countries, the IT Law and the Sales Tax and Luxury tax Law. The document analysis guide and the interview guide were used as data collection instruments.

The results were that the current Peruvian tax framework does not tax streaming services provided by companies not domiciled to natural persons without business so to 2022, \$40, 678 million dollars for the non-application of the Sales tax to this service were not collected. It is concluded that the most appropriate mechanism for the collection of the Sales tax from streaming services is to have the companies of the financial system as withholding agents as set out in the Bill N°6181-2020.

Keywords: Digital economy, value added tax, tax collection.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, estamos viviendo en una era digital donde las innovaciones tecnológicas han hecho posible la creación de diversas plataformas electrónicas que brindan servicios y ventas de bienes a sus usuarios, los cuales son ofrecidos por empresas no residentes, conllevando así a que diversos países adapten sus normas tributarias a los nuevos modelos de negocios y de esta manera no se afecte la recaudación fiscal ni se den casos de inequidad impositiva.

El rápido desarrollo del comercio electrónico en las plataformas digitales ha provocado grandes cambios en las normas fiscales de diferentes países alrededor del mundo. El consumidor utiliza constantemente su salario para pagar los servicios digitales. Por otro lado, muchas empresas de comercio electrónico tienen sede fiscal en países con impuestos más bajos y gravan sus ganancias en mercados favorables como Irlanda y Holanda, y no lo realizan en países de gran consumo como España, pero eso no quiere decir que no paguen impuestos lo hacen, solo que el problema radica en que la normativa fiscal está muy por detrás de la realidad debido a que el comercio electrónico está en constante crecimiento. (Villaécija y Fernandez,2019)

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (como se citó en Cano, 2019) señala que en México existen empresas que realizan sus actividades comerciales mediante las plataformas electrónicas como Uber y Airbnb, las cuales no poseen una norma tributaria definida que permita gravar sus servicios perdiendo así la posibilidad de recaudar \$176 millones de dólares anualmente. En la Ciudad de México DF, algunos servicios si pagan una contribución, pero no hay una ley que grave específicamente impuestos a los servicios digitales.

Por otra parte, recientemente se ha tratado de tomar medidas para reformar las normas tributarias de manera que sea relevante para la economía digital. Un ejemplo según mencionan Huanyu y Yang (como se citó en León 2022) en Italia en el 2019 se gravó la digital base en las plataformas electrónicas como Apple, Amazon, Google, Facebook y Aphabet, esto debido a la falta de normas tributarias.

En Indonesia, las plataformas digitales con alto uso son Netflix y Spotify ya que hay un aumento de suscriptores año tras año, por lo que hay un gran potencial para el aumento de sus ingresos fiscales. En este país, todavía no se ha alcanzado gravar el Impuesto a la Renta a las plataformas electrónicas, pero el Ministerio de Hacienda ha comenzado a designar 105 recaudadores del IVA a partir de marzo de 2022. Estos incluyen empresas locales, como Tokopedia, Bukalapak, Blibli y Shopee, así como la mayoría de recaudadores de IVA en el extranjero como Microsoft, Alibaba Cloud, IBM, Amazon, Google, Netflix, Spotify, Skype, LinkedIn y Twitter. (Rivaldi,2021)

Los avances de la tecnología han originado que los servicios de streaming puedan ofrecerse en diferentes partes del mundo. La pandemia ha representado una oportunidad de expansión y consolidación para plataformas como Spotify, Netflix, Amazon Prime Video, Apple Music, Disney+, entre otros, sino que también ha evidenciado la necesidad de establecer un tratamiento tributario adecuado para los servicios de streaming que son ofrecidos por empresas no residentes en el Perú, pues su regulación podría generar la recaudación de más impuestos, la cual permitirá la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos peruanos. (Sánchez y Carrasco, 2021)

Por otro lado, actualmente solo se han presentado dos proyectos de ley al Congreso en el año 2020 y 2021 para la aplicación del IGV a los servicios de streaming, estos no manifiestan de manera adecuada en qué casos se pagará el impuesto y la forma de recaudación. Siendo que la única herramienta con la que cuenta el Perú es el cobro del Impuesto a la Renta (IR) e Impuesto General a las Ventas (IGV), que grava los servicios digitales de empresas no domiciliadas quienes brindan sus servicios a personas jurídicas de renta de tercera categoría, la normativa vigente no provee que las personas naturales deban pagar algún impuesto por el uso de los servicios digitales. (Sotomayor, 2022)

Además, CEPAL (como se citó en Largarde,2019) presento un informe donde menciona que el Perú debe cambiar sus normas tributarias para enfrentar la nueva era digital, estimo que el Perú recaudaría cerca de \$35 millones dólares al año, si se impulsa a las plataformas digitales a cancelar los correspondientes impuestos.

Por todo lo expuesto anteriormente, se puede decir que el Perú, no tiene una normativa tributaria bien definida sobre el cobro y ni la manera de como recaudar el impuesto a las plataformas electrónicas streaming. Siendo sí, que un servicio electrónico prestado por una empresa ubicada dentro del territorio nacional a favor de una persona natural si está sujeto al pago de impuestos, mientras que un proveedor no domiciliado que ofrece un servicio digital no paga ningún tipo impuesto lo cual representa una ventaja frente a la empresa peruana, generando así que una persona natural sin negocio al contratar un servicio de un ente local le cuesta más que al hacerlo de una empresa no domiciliada.

Las personas naturales que en la actualidad cuentan con servicios digitales que están ubicados fuera del país no pagan impuestos por el uso de estos servicios, por lo que es necesario la implementación de normas tributarias debido a que el Estado está dejando de recaudar millones de dólares que contribuirían al desarrollo del país.

Frente a lo expuesto anteriormente, se formula el siguiente problema: ¿De qué manera la tributación digital contribuye en la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú?

La presente investigación se justificó de manera social ya que se beneficiarán los ciudadanos debido a que el Estado peruano podrá implementar mecanismos de recaudación para el cobro de impuestos digitales a proveedores no domiciliados que ofrecen sus servicios mediante las plataformas electrónicas streaming, lo que permitirá incrementar los ingresos fiscales y así se financiará los gastos del estado en educación, salud, seguridad entre otros.

El estudio se justificó de manera práctica debido a que se analizó los mecanismos de recaudación aplicadas a las plataformas digitales en diversas partes del mundo, las cuales se tomaron como referencia para poder implementarlas dentro de las normas tributarias peruanas, permitiendo así al gobierno recaudar los impuestos digitales que ayuden al desarrollo del país.

Con respecto a la justificación teórica, esta investigación contribuyó como guía a los profesionales y a la comunidad estudiantil que estén interesados en investigar este tema en un futuro.

En cuanto a la justificación metodológica, se aplicó los instrumentos de recolección de datos como el análisis documental y la entrevista los cuales permitieron obtener mayor información de las variables de investigación, así también con los resultados obtenidos se realizaron conclusiones y recomendaciones.

Como objetivo general se propuso analizar la tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

Finalmente se planteó como objetivos específicos; evaluar los tributos digitales que se aplican en las plataformas electrónicas streaming a nivel internacional; analizar la norma tributaria vigente para la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú y proponer mecanismos de recaudación del IGV aplicadas en las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, se encontró a Cerrillo (2020) quien desarrolló su investigación en España, analizó las propuestas actuales del establecimiento permanente basadas en la modificación de su concepto, la cual busca abarcar tanto las características de los establecimientos permanentes tradicionales como virtuales, para ello se tuvo como muestra los informes de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) del Plan BEPS, las propuestas establecidas por la Comisión de la Unión Europea y artículos científicos aplicando como técnica el análisis documental.

De la investigación antes mencionada se obtuvo como resultado que existen nuevas propuestas de tributación en la económica digital una de ellas es el nuevo concepto de establecimiento permanente establecido por la OCDE y la segunda es el cobro del Impuesto a los Servicios Digitales (ISD) con la tasa del 3% a países miembros de la UE la cual fue establecida por la Comisión de la Unión Europea. Se concluyó que las propuestas de la tributación digital hablan sobre la existencia de un establecimiento permanente en base a la presencia digital significativa para así evitar la erosión de la base impositiva en países donde realmente realizan sus servicios digitales (Cerrillo, 2020).

Por otro lado, Mark et al. (2022) quien desarrolló su investigación en la ciudad de Ghana (África), tuvo como objetivo analizar varios modelos de tributación digital que se utilizan actualmente en otros países, para ello se tomó como muestra artículos publicados en inglés de los años 2010 al 2022, los cuales estuvieron relacionados a los modelos tributarios y otras estrategias tributarias digitales y se aplicó como técnica el análisis documental.

Del estudio antes mencionado se obtuvieron como resultados que la implementación del Digital Services Tax (DST) es una alternativa de solución a la tributación aplicada a las plataformas electrónicas gravando sobre las ventas de las grandes organizaciones por los servicios que brindan, esto se da en países como Francia donde se aplica la tasa del 3%, en Austria la tasa del 5% e India la tasa del 6%. Se concluyó que los gobiernos y organizaciones como la OCDE y la Unión Europea buscan equilibrar los ingresos obtenidos y los impuestos pagados

mediante la modificación de la legislación tributaria internacional actual y la eliminación de vacíos en la ley. (Mark et al.,2022)

Kravtsova et al. (2020) en su investigación se basó en estudiar los aspectos de la tributación moderna en el mercado digital donde utilizó el método de análisis crítico y el comparativo se halló que en Reino Unido se aplica un impuesto especial a los servicios electrónicos (motores de búsqueda, streaming y de redes sociales, etc) así también en Italia se aplica el 3% del impuesto webs a empresas que compren servicios de publicidad de Google y Facebook. Se concluyó que el método más aceptable internacionalmente es gravar las ganancias de los proveedores de servicios digitales bajo la ley del país donde realmente tiene lugar su presencia digital.

Hernández et al. (2021), desarrolló su investigación en México, tuvo como objetivo analizar las consecuencias económicas que representan la normativa implementada por las autoridades tributarias aplicadas a las personas físicas que perciban ingresos por la prestación de servicios a través de plataformas electrónicas. Se utilizó como técnica el análisis documental.

Del estudio anterior, se tuvo como resultado que el comercio electrónico en México representa el 9% de ventas y en el año 2020 hubo un crecimiento de un 81% representado por un valor de 316 millones de pesos significando así un gran crecimiento de las empresas que prestan sus servicios mediante plataformas electrónicas, formalizando su participación mediante el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF). Se concluyó que el comercio electrónico es una fuente importante de ingresos, sin embargo, las actuales reformas tributarias para estas actividades no se implementan correctamente por lo que es importante que los contribuyentes no sientan que no puedan cumplir con su carga tributaria por lo tanto las autoridades deberían tomar medidas para mejorar la educación fiscal. (Hernández et al., 2021)

Neto C. et al. (2019), en su investigación analizó los desafíos y cambios que la economía digital impondrá a la tributación en Brasil tuvo como muestra diversos artículos científicos, el informe final de la OCDE 2015, leyes y resoluciones. El instrumento utilizado fue el análisis documental. Se halló que los desafíos fiscales para reformar la constitución de Brasil son: rigidez constitucional, conflictos y

superposiciones de poderes que implican en la tributación al consumo en el país concluyendo que es necesario adaptarse a los cambios de la era digital en el sistema tributario brasileño dado que los impuestos actuales están quedando obsoletos siendo necesarias la revisión de las estructuras fiscales establecidas en 1988.

En el ámbito nacional, se tiene a Dávila et al. (2022) quien analizó la necesidad de gravar con IGV a los servicios electrónicos ofrecidos por proveedores no domiciliados y son usados en el país por usuarios finales, tomo como muestra los artículos científicos, leyes, informes del Centro Americano de Administraciones Tributarias (CIAT), informes de la OCDE, el método utilizado fue el análisis comparativo de las legislaciones y las recomendaciones de los organismos extranjeros. Se halló que se grava a las plataformas streaming y de alojamiento con el IVA en países como Argentina, Colombia y Uruguay desde el 2018 y desde el 2020 en Chile, Costa Rica y Ecuador.

Asimismo Dávila et al. (2022) en su investigación concluyó que es importante recaudar el IGV a los servicios electrónicos audiovisuales ofrecidos por Netflix, Spotify, Amazon Prime, etc, por lo cual se debe crear un sistema de inscripción obligatoria por parte de los proveedores no domiciliados para ello la SUNAT elaborará un listado con las posibles empresas inscritas y en caso incumplan con esta obligación formal se tendrán como aliados a las entidades bancarias quienes aplicarán un descuento del impuesto a los medios de pagos de las transacciones realizadas a los proveedores no domiciliados contribuyendo así en la recaudación obteniendo mayores ingresos fiscales.

Pintado (2020) quien realizó su estudio en Lambayeque tuvo por objetivo determinar de qué forma la carencia de normas tributarias incide en la recaudación fiscal de los servicios prestados mediante plataformas digitales por sujetos no residentes a personas naturales. El presente estudio tiene como población de 6 a 25 expertos en tributación utilizando como técnicas la entrevista y el análisis documental.

Según al estudio expuesto anteriormente, el resultado fue que las empresas bancarias son primordiales para lograr una tributación efectiva de empresas extranjeras a personas naturales. Se concluyó que la norma tributaria vigente del IR y del IGV no regulan de forma adecuada al servicio electrónico brindado por sujetos no extranjeros a sus usuarios finales, asimismo se estaría dejando de recaudar S/101, 738,930. (Pintado,2020)

Finalmente, Llanos et al. (2022) en su estudio analizó la manera de gravar a los servicios electrónicos prestados por empresas extranjeras en el Perú con el Impuesto a la Renta, tomó como muestra a la LIR y su reglamento, artículos científicos, informes de SUNAT y resoluciones del Tribunal Fiscal, tuvo como técnica el análisis documental y la entrevista a cinco expertos. Se halló que al revisar la Ley del IR en su artículo 9° inciso i) grava a los servicios que ofrecen las plataformas electrónicas como Netflix, Spotify, Amazon, entre otros, pero solo admite a los contribuyentes de tercera categoría y deja de lado a los consumidores finales.

Llanos et al. (2022) concluye que en el artículo 56° de la LIR se debe adicionar un inciso más donde se establezca que se grave con la tasa del 3% a los servicios digitales según sea su tipo para que cada vez que el usuario final realice el pago de su servicio se le retenga el impuesto, además señala que deben ser entidades financieras quienes lo retengan ya que este es el principal intermediario entre ambos agentes.

Las bases teóricas que sustentaron el presente estudio es la siguiente:

La tributación digital se define como un conjunto de normas tributarias que se aplican a diversas actividades económicas realizadas en las plataformas utilizando solo el internet por lo que no tienen una presencia física en los distintos países donde se puedan desarrollar. (Cerrillo, 2020)

Como primera dimensión de la variable independiente están los tributos el cual es un instrumento u obligación usado por el estado para obtener ingresos permitiéndole financiar el gasto público. (Sevillano, 2020)

Según lo establecido en el Texto Único Ordenado del Código Tributario en la Norma II, aprobado mediante el Decreto Supremo N°133-2013-EF presenta la

clasificación de los tributos en impuesto, tasa y contribución definiéndolos de la siguiente manera:

El impuesto la norma lo define como aquel tributo que exige el estado de forma obligatoria al contribuyente sin beneficio alguno. El impuesto se clasifica en directo como por ejemplo el Impuesto a la Renta o indirecto como el Impuesto General a las Ventas. (TUO del Código Tributario,2013)

En cuando a la contribución es el tributo que origina beneficios por diversos servicios brindados por el estado para poder realizar obras públicas. (TUO del Código Tributario,2013)

A la tasa la norma lo define como aquel tributo que genera la prestación por parte del estado de un servicio público a favor del contribuyente. A su vez una tasa puede ser un arbitrio, un derecho o una licencia. (TUO del Código Tributario,2013)

Los principios de la tributación digital como segunda dimensión García, (2020) menciona que son el conjunto de normas que deben guiar a los estados en materia tributaria tanto a los negocios del comercio tradicional como a los nuevos modelos de negocios que se dan a través del comercio electrónico. La Comisión de Asuntos Fiscales de la OCDE (2014) establece cinco principios y son los siguientes:

El primer principio es la neutralidad el cual indica que un sistema tributario debe ser neutral y equitativo entre los distintos modelos de negocios que se puedan dar en el comercio electrónico y el comercio tradicional. El segundo es la eficiencia indica que los costos de los contribuyentes y las administraciones fiscales deben reducirse lo máximo posible. El tercero es la seguridad jurídica y simplicidad señala que las normas tributarias deben ser claras y precisas lo que implica saber dónde, cuándo y cómo realizar el pago del impuesto para que así los contribuyentes puedan cumplir con sus obligaciones fiscales. (García ,2020)

El cuarto principio es la efectividad y justicia el sistema tributario debe generar la cuantía ideal de impuestos en tiempo y forma, deben eliminarse situaciones de doble imposición o imposición involuntaria y disminuir la posible evasión o fraude fiscal y el quinto principio es la flexibilidad el sistema tributario debe ser dinámico para que se ajuste al avance de la tecnología y el comercio. (García ,2020)

La economía digital como tercera dimensión se origina con la aparición de nuevas tecnologías dando paso a nuevas maneras de interactuar en el mercado donde la presencia física de vendedores y compradores no es necesaria convirtiendo a internet en el instrumento clave para que se lleven a cabo las operaciones económicas por lo que bienes físicos dan paso a los intangibles. (Pazmiño, 2020)

Según la OCDE (2014) (citado por Amar y Grondona,2021) indica que la economía digital se presentan cinco modelos de negocios el primero es la venta de publicidad aquí están las plataformas de comercio electrónico, las redes sociales , entre otras , el segundo modelo es la venta de plataformas de intermediación aquí están las apps de servicios de transporte, turísticos , etc. , el tercer modelo es la venta de plataformas de contenido , como descarga de juegos , música , suscripciones a servicios de streaming , el cuarto modelo es el comercio electrónico donde están las plataformas de comercio de bienes digitales o físicos y la quinta es venta de datos como motores de búsqueda sitios web.

De los modelos de negocio antes mencionados la investigación se centra en el tercero en la venta de contenido y servicios automatizados específicamente en las plataformas electrónicas streaming, las cuales ofrecen a sus usuarios la posibilidad de ver videos, programas, series, escuchar música sin la necesidad de esperar a descargarlos, además tener un precio accesible, un amplio contenido, flexibilidad de horarios, ausencia de publicidad y la comodidad de estar en tu propio hogar son algunas de las ventajas de este tipo de plataformas, su uso tuvo un crecimiento exponencial en el 2020 debido a la pandemia del COVID 19. (Marin,2021)

Menciona Lee (2021) que Netflix es uno proveedores lideres en el mercado que ofrece el servicio de streaming por suscripción, el cual permite a los usuarios ver películas o series en cualquier dispositivo móvil con conexión a internet. En enero del 2020 contaba con 167 millones de suscriptores y para el 2025 se espera tener en todo el mundo 237 millones. Además, se estima que Netflix se encuentre en más de 200 países en todo el mundo y contará para el 2023 con \$72.75 millones de dólares en ingresos.

Señala Barboza (2017) (citado por Cólás y Quintero, 2022) YouTube es una plataforma que nace en 2005 donde se pueden visualizar videos de cualquier tema de manera gratuita. Un estudio realizado por Google en el 2016 indica que el 48% de la audiencia consumidora de videos online señala a YouTube como su plataforma favorita.

Por otra parte, Deger (2013) (citado en Rivera ,2020) señala que Spotify inicio como una plataforma en la cual se centraba una gran oferta de música para su consumo de forma gratuita pero posteriormente paso a estar orientada a la experiencia de la escucha de música según el estado de ánimo en la que se encuentre el usuario quienes en su mayoría son juveniles.

Para la cuarta dimensión se examinó la tributación digital a nivel internacional aplicadas a las plataformas electrónicas streaming:

En países de Europa como en Reino Unido se aplica el ISD con la tasa del 2% el cual grava a los ingresos generados a través de las plataformas de redes sociales, motores de búsqueda y mercados en línea , en Francia se tiene el impuesto digital francés entrando en vigencia en julio del 2019 aplicado los ingresos generados por publicidad dirigida y de mercados en línea ,en Austria se aplica ISD con la tasa del 5% a cualquier tipo de servicio de publicidad en línea y en Eslovaquia se tiene el impuesto sobre la renta desde el 2018 el cual grava a las plataformas digitales de servicios de alojamiento y de transporte .(Geringer ,2020)

En países de Asia como en Malasia se aplica ISD con la tasa del 6% a los servicios prestados por proveedores digitales extranjeros que ofrecen en sus plataformas videojuegos, libros electrónicos, publicidad, películas, etc, en Singapur también se aplica ISD con el 7% a servicios con contenido digital descargable y gestión electrónica de datos , en Filipinas se tiene un proyecto de Ley del IVA con la tasa del 12% aplicados a empresas digitales extranjeras como Netflix, Spotify, Amazon y en Indonesia también se grava con el IVA con un 10% a las ventas de productos y servicios digitales de no residentes a consumidores indonesios.(Wardani y Majid ,2021)

Es importante mencionar que la presente investigación se centra en evaluar la normativa tributaria de países latinoamericanos los cuales son los siguientes:

En Chile, se aplica la Ley N°21210 el cual entró en vigencia el 24 de febrero del 2020 donde establece el IVA con la tasa del 19% que grava a los servicios de intermediación cualquiera sea su naturaleza como el entretenimiento digital en video, música, juego descargas de streaming, plataformas informáticas y la publicidad en línea entre otros. (Jorract,2020).

En Argentina, se aplica la Ley N°27430 el cual entró en vigencia el 29 de diciembre del 2017 donde se establece la tasa del 21% del IVA con esta ley se incorporó a los servicios electrónicos brindados por empresas del exterior a clientes finales, cuando la utilización se lleve a cabo en el país como por ejemplo el alojamiento de sitios informáticos y páginas web, descarga de libros digitales, diseños, componentes, patrones y similares, la descarga de películas y música mediante la tecnología de streaming, entre otras (Amar y Grondona , 2021)

Desde el año 2016 en Colombia, se aprobó la Ley N°18019 con el cual se empezó a gravar con el IVA con la tasa del 19% al acceso de plataformas electrónicas como Netflix y Spotify reteniéndole al usuario al momento del pago por parte de una entidad del sector financiero. (Sánchez y Toledo ,2019)

En Uruguay, se aplica la Ley N°19535 y el Decreto 144/018 el cual indica que se grava tanto el Impuesto a la Renta como el IVA (tasa del 22 %). A las empresas que tengan negocios digitales a través de internet se gravarán con el 100% impuesto cuando el ofertante y demandante se encuentran en el mismo territorio uruguayo y con el 50% cuando ofertante o demandante del servicio se encuentre en el exterior, presumiéndose que el solicitante del servicio está en territorio nacional cuando la contraprestación se efectúe utilizando medios de pagos electrónicos administrados desde Uruguay. (Sánchez y Toledo, 2019)

En Brasil, se aplica el impuesto a la renta (IRRF) con la tasa del 0.38% cuando las personas utilicen una tarjeta de crédito para la compra de un producto o servicio en moneda extranjera. Esta es una estrategia interesante para gravar la economía digital. (Fajersztajn et al., 2020)

Por otro lado, la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming se da con la aparición de los nuevos modelos de negocios en el comercio electrónico debido a su alto crecimiento, las autoridades tributarias nacionales e

internacionales fueron conscientes de su importancia por lo que analizaron las distintas maneras de tributación que podrían aplicarse , optando por la reforma en los sistemas tributarios recomendando pequeñas modificaciones en materia impositiva que adapten los tributos o conceptos tributarios a la realidad digital. (Lazos et al., 2019)

La primera dimensión de la variable dependiente es la obligación tributaria, el cual es el vínculo que se da entre el sujeto activo el Estado y el sujeto pasivo el contribuyente que para que realice la declaración y pago del tributo tiene que haberse generado la prestación de algún bien o servicio, es decir el hecho imponible (Bravo, 2018). Se tiene como indicador al sujeto activo siendo el estado el ente encargado de recaudar los tributos que se aplican dentro de un país en beneficio de la sociedad. El segundo indicador es el sujeto pasivo siendo el contribuyente quien realiza el pago de sus deudas tributarias derivadas de sus actividades económicas. (Penalva ,2016)

La segunda dimensión es la fiscalidad a nivel mundial de los servicios digitales la cual ha sido compleja ya que un principio las organizaciones que participaban en la economía digital obtenían ingresos que no estaban gravados por ninguna jurisdicción tributaria provocando una competencia desleal con las empresas que intervienen en la economía tradicional quienes si cuentan con normativas tributarias. (Parsons, 2022).

Dentro de los indicadores de la fiscalidad a nivel mundial de los servicios digitales según García (2020) presenta las propuestas de recaudación implementadas por los organismos internacionales los cuales son los siguientes:

Los lineamientos de la OCDE quien en el año 2014 presentó un plan de acción denominado Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios (siglas en inglés BEPS) conformado por 15 acciones y en su acción 1 abordaba los desafíos presentados en la economía digital para que las empresas multinacionales puedan tributar. (Monar et al., 2023).

En el año 2019 la OCDE presentó dos pilares, para el primer pilar se tuvo tres propuestas: la participación del usuario, los intangibles de comercialización y la presencia económica significativa. (Faundes et al.,2021) Este pilar dota al país donde se encuentran los usuarios finales de la empresa que ofrece el servicio digital

de tener la potestad de gravar con renta parte de sus utilidades a pesar de no tener presencia física en ese país mediante una entidad legal. (Sarmiento, 2021).

Asimismo, el pilar 2 se enfoca en que las empresas digitales internacionales sean gravadas con un impuesto mínimo global teniendo una tasa del 15% con el que se busca desincentivar que se deriven las utilidades a países con baja o nula tributación o la utilización abusiva de convenios para evitar la doble imposición tributaria. (Sarmiento, 2021).

El 21 de marzo del 2018 la Comisión de la Unión Europea propuso la introducción inmediata del Digital Services Tax (DST) el cual consistía en aplicar a los ingresos la tasa el 3% de las empresas grandes. Asimismo, debían cumplir con ciertos requisitos como: la facturación mundial de la empresa debe superar los 750 millones de euros en un año fiscal, la cantidad total de ingresos imponibles dentro de la Unión Europea deben superar los 50 millones de euros en el mismo año fiscal. (Klein et al.,2022)

El establecimiento permanente digital es otro de los mecanismos planteados por la Comisión Europea, el cual consiste en que, si una empresa no domiciliada ofrece sus servicios mediante plataformas electrónicas en un país, es decir, no realiza sus actividades de manera física si no que lo hace digitalmente se considerará que tendrá un establecimiento permanente en ese territorio. (Vargas,2021).

La presencia digital significativa es una medida planteada tanto por la OCDE como por la Comisión Europea donde ambos coinciden que se debe establecer un nexo imponible para que las empresas digitales no domiciliadas independientemente de donde se encuentren su domicilio fiscal puedan aplicar el IVA o IGV cuando la actividad es ejercida por la prestación de servicios digitales por una interfaz electrónica a los usuarios finales que se encuentran en ese país. (Sarmiento,2021).

El Impuesto al Valor agregado es la medida más utilizada a nivel mundial aplicada en más de 90 países siendo en su mayoría países Latinoamericanos donde se grava con el impuesto a los plataformas electrónicas que ofrecen servicios de descarga de videos, música , juegos mediante el streaming, plataformas de publicidad siendo los consumidores finales de las empresas domiciliadas o no domiciliados quienes consumen el servicio y pagan el impuesto para lo cual se

identifica las suscripciones que están gravadas utilizando la dirección IP .(Amar y Grondona , 2021)

Por otro lado, como tercera dimensión se tiene a legislación tributaria peruana, el cual es un sistema que contempla las normas y/o leyes para se pueda ejecutar la recaudación de tributos. (Bambarén, 2021). Asimismo, Sánchez y Carrasco (2021) indican que no se ha desarrollado un mecanismo para gravar con el Impuesto a la Renta (IR) o con el Impuesto General a las Ventas (IGV) a las empresas extranjeras que brindan sus servicios mediante las plataformas electrónicas a los consumidores finales.

Se tiene como primer indicador a la Ley de Impuesto a la Renta aprobado por Decreto Supremo N°179-2004-EF en su artículo 6° señala que en el caso de empresas no domiciliadas en el país sus agencias, sucursales, se cobra el impuesto sobre rentas que sean de Perú.

Por su parte el artículo 9° el inciso i) de la Ley antes mencionada se considera que son rentas del territorio peruano cualquier el domicilio o nacionalidad de agentes que intervienen en las operaciones obtenidas por servicios electrónicos ofrecidos por internet, plataformas o de cualquier tecnología que se consuma en Perú.(TUO de la Ley del IR , 2004) Asimismo, el artículo 56° el inciso j) de la Ley IR señala que el impuesto será del 30% aplicados a personas jurídicas extranjeras en el país, incluyendo los servicios digitales. (TUO de la Ley del IR, 2004)

También el artículo 76° de la Ley IR establece que las entidades que utilicen estos servicios deberán retener y abonar el impuesto a la renta correspondiente según el tiempo dado en el código tributario. Por lo que cuando estos servicios se realizan a personas naturales sin ninguna actividad empresarial, no están sujetos al pago del impuesto. (Sarmiento,2021).

Como segundo indicador esta la Ley de Impuesto General a las Ventas en del artículo 9° numeral 9.1 señala que son gravados con el impuesto las personas naturales o jurídicas, sociedades conyugales que tengan la opción sobre la atribución de rentas prevista en la Ley del IR, las sucesiones indivisas, entre otros. (TUO de La Ley IGV e ISC, 1999)

Del párrafo anterior Sotomayor y Valverde (2019) indica que las empresas que están fuera del país y brindan servicios electrónicos a consumidores finales no están obligados al pago del IGV.

El tercer indicador son los proyectos de ley presentados para la aplicación de IGV a las plataformas digitales de streaming, los cuales aún no han sido aprobados y son los siguientes:

El proyecto de Ley N°6181/2020 -CR indica la integración del artículo 4° inciso h) del TUO de la Ley del IGV donde nos indica que el comienzo de la obligación tributaria se dará cuando se use los servicios brindados por plataformas electrónicas de video, audio o similares, ofrecidos por empresas no domiciliadas a empresas jurídicas o personas naturales sin negocio, mediante la retención en el momento en que realicen la cancelación de su suscripción por cualquier medio de pago a la entidad financiera, quienes serán las aliadas en el cobro del impuesto y después entregarlo al fisco.

El segundo proyecto de Ley N°2546/2021 -CR propone agregar el inciso 9.4 al artículo 9° de la Ley del IGV donde dice que son sujetos del impuesto las personas naturales o personas jurídicas no domiciliadas en el territorio peruano que ofrezcan sus servicios mediante plataformas electrónicas, también manifiesta añadir el inciso h) al artículo 4° de la Ley del IGV donde nacería la obligación en el momento en que el proveedor reciba la cancelación del servicio brindado por parte de sus usuarios mediante cualquier medio de pago que se den a través de entidades del sector financiero.

También el proyecto de ley antes mencionado señala que se debe hacer un cambio a la Ley del IGV en su artículo 30° donde debe indicar que cuando los servicios prestados o contratados se dan mediante plataformas electrónicas los responsables de declarar y pagar el impuesto serán las instituciones del sistema financiero. (Proyecto de Ley N°2546,2021)

La cuarta dimensión son los mecanismos de recaudación que según Zegarra (2019) será aquel que pueda unir al proveedor que ofrece el servicio y a la obligación de retención por parte de la entidad encargada que sea destinada a recibir el pago. Asimismo, según Jiménez y Podestá (2021) refieren que en Colombia emplean los medios de pagos digitales como las tarjetas débito o crédito, también están las recaudadoras de efectivo a cargo de terceros y todos aquellos agentes de retención que sean delegados por la Dirección de Impuesto de Aduana y Nacionales (DIAN).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Enfoque de la investigación

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo ya que se utilizó la recolección y análisis de datos para responder a las preguntas de investigación planteadas. (Quezada,2021).

Finalidad de la investigación

El presente estudio tuvo una finalidad del tipo aplicada según Quezada (2021) es una manera no sistemática de encontrar soluciones a problemas específicos los cuales pueden ser individual, grupal o social.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental porque no se manipularon las variables de investigación basándose en la observación de los fenómenos tal como se originan en su ambiente natural para después ser analizados. (Kuhayli et al., 2019)

Alcance de la investigación

El alcance es del tipo descriptivo ya que se conoció las características de las variables de estudio Kalachikhin (2022) así como también es propositiva ya que se realizó una propuesta que dio solución al problema. (Quezada,2021)

3.2. Variables y operacionalización

La tributación digital es la variable independiente se tuvo como definición conceptual que es el conjunto de normas tributarias que pueden ser aplicadas a las distintas actividades económicas que se realizan en las plataformas electrónicas utilizando solo el internet, quienes no tienen una presencia física en los distintos países donde se puedan desarrollar. (Cerrillo, 2020) (ver anexo 1)

La primera variable se definió operacionalmente mediante los tipos de tributos, principios, la economía digital y la tributación digital internacional.

La recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming es la variable dependiente su definición conceptual hace referencia a que se da con la aparición de los nuevos modelos de negocios en el comercio electrónico y debido a su alto crecimiento las autoridades tributarias nacionales e internacionales fueron conscientes de su importancia por lo que se analizó las distintas maneras de tributación que podrían aplicarles y optando por la reforma en los sistemas tributarios recomendaron realizar pequeñas modificaciones en materia impositiva que adapten los tributos o conceptos tributarios a la realidad digital. (Lazos et al, 2019). (ver anexo 1)

La segunda variable se definió operacionalmente mediante la obligación tributaria, la fiscalidad a nivel mundial, la legislación tributaria peruana y los mecanismos de recaudación.

3.3 Población, muestra y muestreo

La población fue el análisis documental de leyes , normas , reglamentos, libros, informes , artículos científicos los cuales fueron obtenidos de una base de datos confiables .La muestra estuvo conformada por los informes de la OCDE tanto del Plan BEPS como del Pilar 1 y 2 , las propuestas establecidas por la Comisión de la Unión Europea , las leyes internacionales y artículos científicos que hablen acerca de los tributos aplicados a las plataformas electrónicas streaming , revisión del Texto Único Ordenado del Código Tributario , el Texto Único Ordenado de Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, el Texto Único Ordenado del Impuesto a la Renta y su reglamento.

Además, se entrevistó a cuatro expertos especialistas en tributación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó fue el análisis documental y la entrevista. Los instrumentos de recolección de datos fueron la guía de análisis documental y la guía de entrevista los cuales permitieron recolectar información de las variables de investigación y obtener una respuesta a la pregunta planteada.

Los instrumentos de investigación fueron validados por tres expertos.

3.5 Procedimientos

Se utilizó la técnica de análisis documental para el primer objetivo específico realizando una búsqueda en artículos científicos, leyes, libros que hablen acerca de los impuestos que se aplican en otros países que graven a las empresas no domiciliadas que ofrecen sus bienes o servicios en las plataformas electrónicas streaming.

Para el segundo objetivo específico se aplicó el análisis documental ya que se analizó la situación actual del gravamen las plataformas streaming, asimismo se empleó como apoyo la entrevista a cuatro expertos en la materia.

Finalmente, para el tercer objetivo se empleó la revisión bibliográfica.

3.6 Método de análisis de datos

La información para el análisis documental se obtuvo de la base datos de la biblioteca virtual de la Universidad Cesar Vallejo específicamente de libros, artículos científicos indexados, leyes, reglamentos, los cuales fueron organizados junto con la información extraída de la entrevista mediante cuadros y tablas en Excel interpretándolos de forma clara y precisa para posteriormente plasmarlo en el Word.

3.7. Aspectos éticos

Confidencialidad:

En el presente estudio se aplicó el principio de confidencialidad ya que se protegió la identidad de las personas entrevistadas.

Objetividad:

Se aplicó el principio de objetividad ya que la información para el análisis documental se obtuvo de artículos científicos indexados, leyes, normas, reglamentos, los cuales se encuentran dentro de la base de datos de la universidad por lo que son confiables.

Originalidad:

La investigación es original debido a que la información obtenida fue interpretada citando a sus respectivos autores cumpliendo con lo establecido en las normas APA séptima edición

Autenticidad:

La presente investigación es inédita ya que se subió al software Turnitin para medir el porcentaje de similitud.

IV. RESULTADOS

En el presente capítulo se desarrollaron los resultados teniendo como objetivo principal analizar la tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú para lo cual se realizó la técnica del análisis documental provenientes de la revisión de leyes, reglamentos, normas, libros, entre otros, así como también se usó la técnica de la entrevista aplicada a cuatro expertos en tributación.

En la evaluación de los tributos a nivel internacional se tomó como referencia las leyes tributarias de países como Chile, Argentina, Colombia y Uruguay donde gravan con el IVA a los servicios electrónicos prestados mediante plataformas electrónicas como las de streaming por proveedores no domiciliados. Con respecto a la normativa peruana en la Ley de IGV no se establece el gravamen de las plataformas streaming brindados a personas naturales por proveedores no residentes, por lo que resulta necesario realizar modificaciones y en la Ley de IR se grava los servicios electrónicos brindados sujetos extranjeros, pero cuando estos ofrecen sus servicios a contribuyentes de tercera categoría.

Los hallazgos anteriormente descritos se presentan de manera más detallada recalcando los objetivos específicos planteados, los cuales se presentan mediante tablas y figuras a continuación:

1. Evaluación de la tributación digital aplicadas a las plataformas streaming a nivel internacional

Resultado del análisis documental

El primer objetivo específico tuvo como sustento la técnica del análisis documental la cual consistió en la evaluación de leyes tributarias de diferentes países para el gravamen de las plataformas streaming, el análisis del Código Tributario y de artículos científicos provenientes de la base de datos de Proquest y Google académico cuyos resultados se muestran a continuación

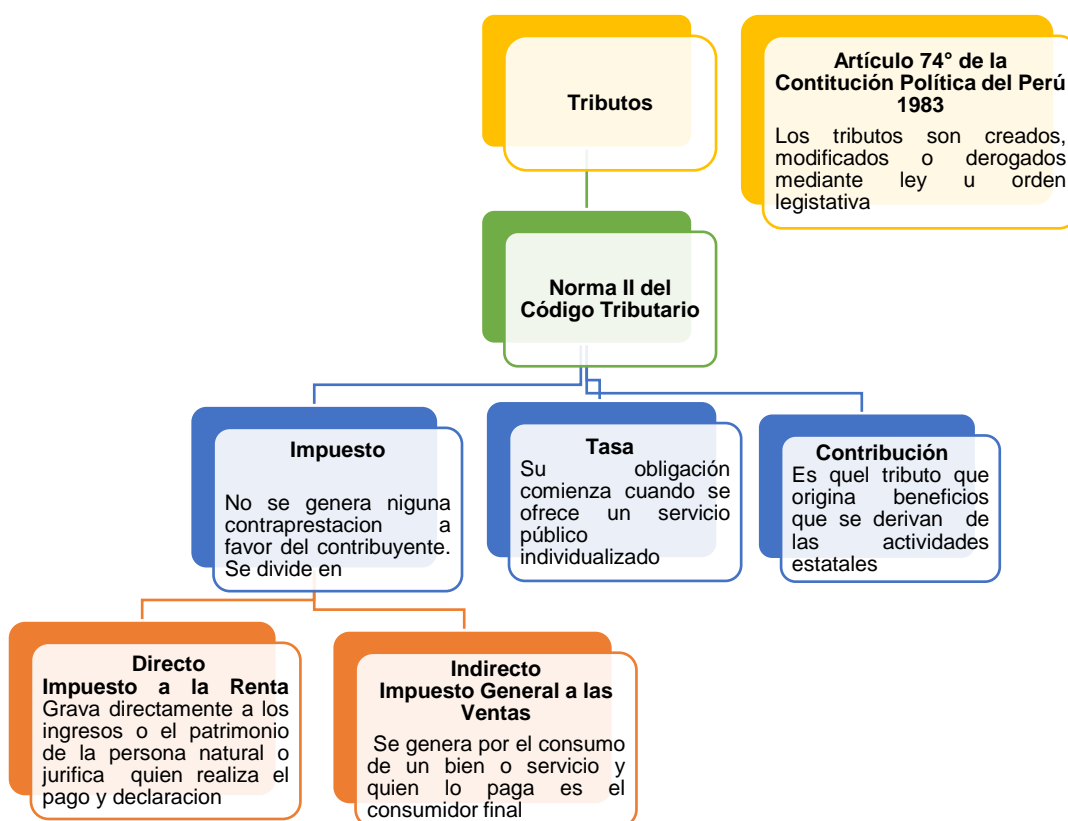
Dimensión 1: Tributos

Esta dimensión estuvo conformada por los tipos de tributos que existen en la normativa peruana, los cuales forman parte de los indicadores y son los siguientes:

Indicadores: Impuesto, Tasa y Contribución:

Figura 1

Los Tipos de tributos



Nota: La figura muestra los tipos de tributos que existen en el Perú. Tomada del D.S. N° 133-2013-EF. Texto Único Ordenado del Código Tributario; Constitución Política de Perú (1993)

Interpretación:

El análisis de la figura 1 se muestra que para la creación en el Perú de algún tipo de tributo aplicado a las plataformas de streaming se debe tener en cuenta lo que indica el artículo 74° de la Constitución Política de 1983 que el gobierno central

crea los tributos y solo por ley se pueden modificar o derogar o en algunos casos se da mediante autorización de facultades por decretos legislativos. También se analizó la clasificación de tributos según lo indicado en la Norma II del Código Tributario donde señala que se dividen en impuestos, tasas y contribución. Siendo así que el tipo de tributo aplicable para este tipo de negocios sería el impuesto ya que su contraprestación es indirecta. Es importante mencionar que hasta la fecha no existe una norma tributaria peruana que grave a este servicio ofrecido por empresas que se encuentran en el exterior a personas naturales sin negocio.

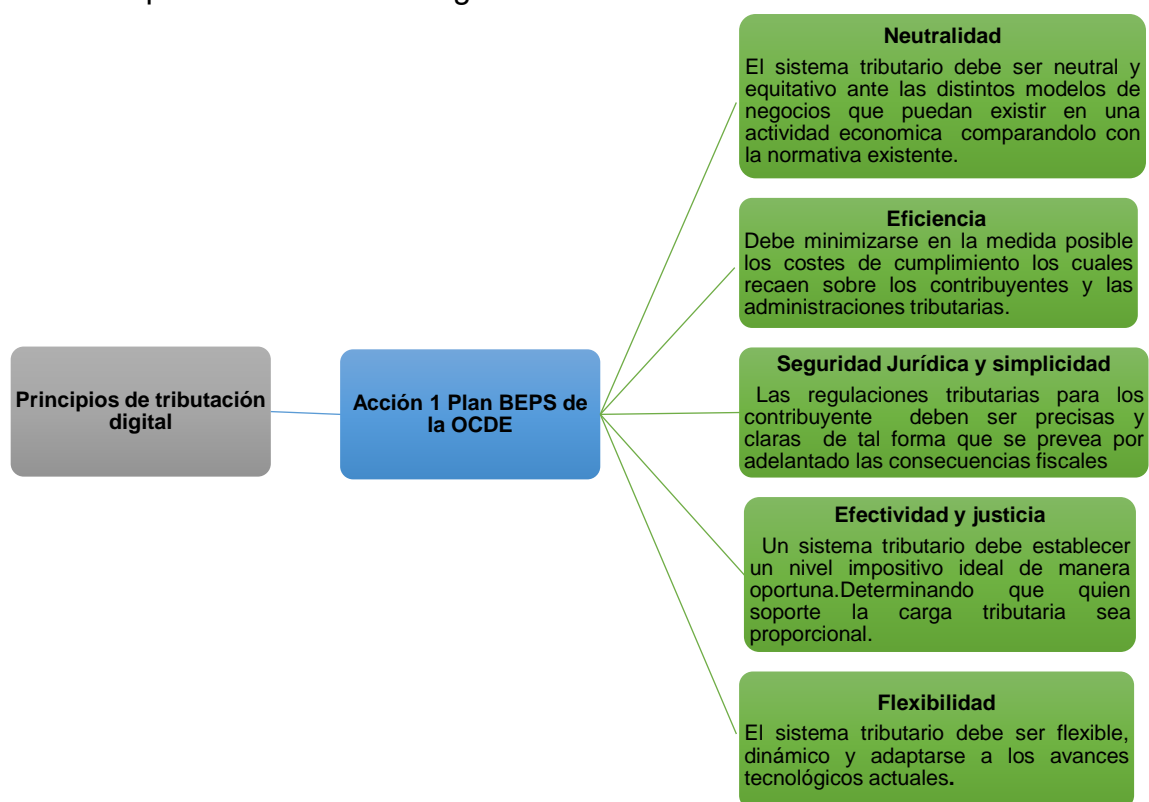
Dimensión 2: Principios de Tributación Digital

La dimensión estuvo conformada por los principios establecidos en el año 2014 por la OCDE los cuales son los siguientes:

Indicadores: Neutralidad, Eficiencia, Seguridad jurídica y simplicidad, Efectividad y justicia y Flexibilidad

Figura 2

Principios de Tributación Digital



Nota: La figura representa los principios de la Tributación digital Fuente: Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios Acción 1 Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital (2014) (<http://t4.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version>)

Interpretación:

Se analizó la figura 2 donde se visualizan los principios tributarios establecidos por la OCDE en el año 2014 quien busca aplicarlo al sistema tributario de distintos países para establecer un marco normativo y los mecanismos necesarios que garanticen que los nuevos negocios existentes en la economía digital comiencen a tributar ; es por ello que estos principios deberían ser considerados por el legislador peruano para que le permita crear mecanismos necesarios mediante las cuales las empresas del exterior que ofrezcan sus servicios por plataformas electrónicas streaming en el territorio nacional sean gravadas con impuestos.

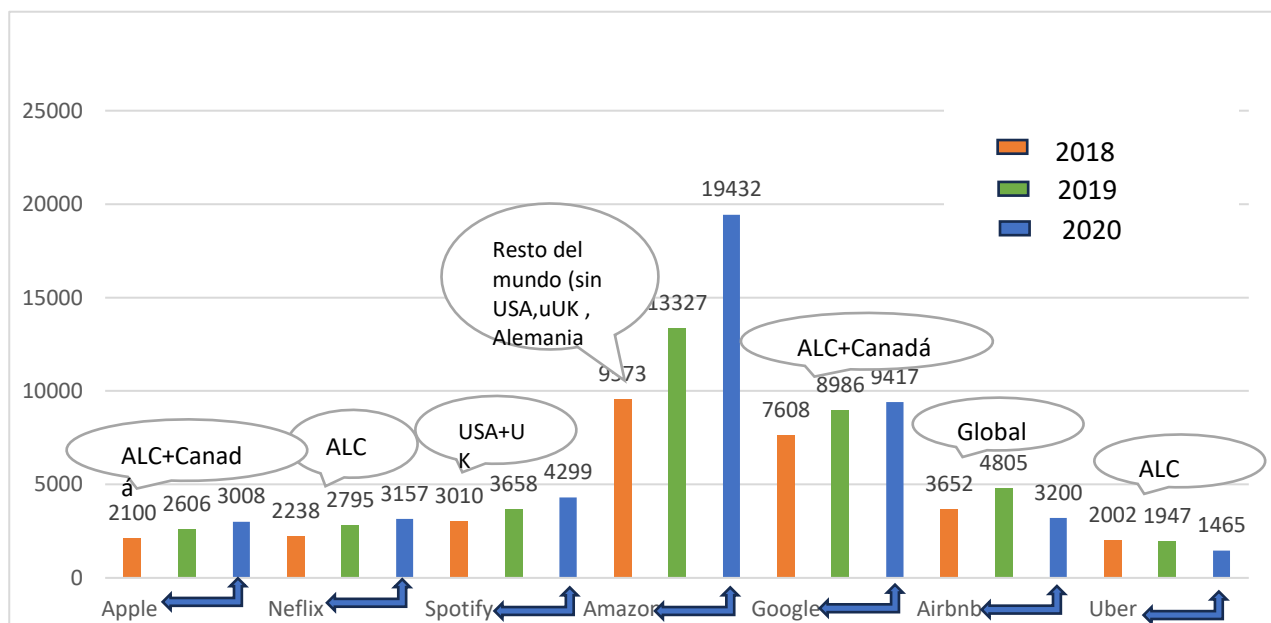
Dimensión 3: Economía Digital

Para evaluar esta dimensión se tomó un modelo de negocio el cual se presenta a continuación:

Indicador: Plataformas Streaming

Figura 3

Ingresos de Servicios Digitales de Empresas Internacionales del 2018 al 2020



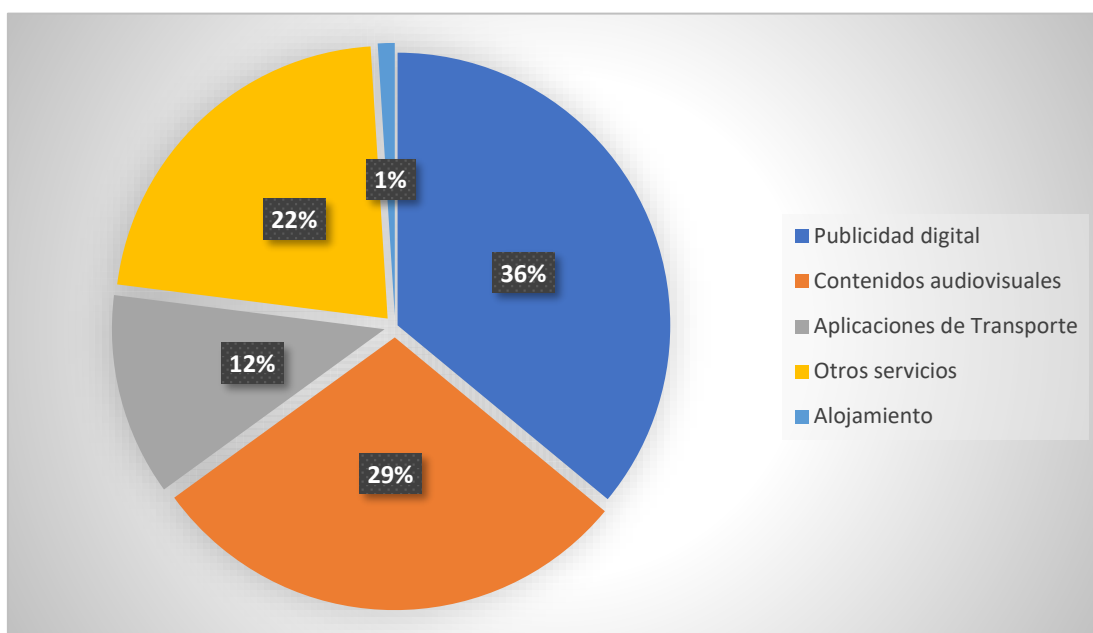
Nota: La figura representa los ingresos que obtienen a nivel mundial diversas plataformas entre las entre ellas están las plataformas streaming. Fuente: Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina (p.48) por Jiménez y Podestá ,2021, Centro Interamericano de Administración Tributaria (<https://biblioteca.ciat.org/opac/book>)

Interpretación:

En la figura 3, se muestra los ingresos obtenidos por diversas organizaciones que ofrecen sus servicios electrónicos a nivel mundial dentro de ellas están Netflix y Spotify quienes brindan servicios de streaming han obtenido ingresos al año 2020 por 3157 y 4299 millones de dólares respectivamente, este panorama nos permite visualizar que los ingresos que obtienen estas empresas son relativamente altos por lo que no gravarlos con impuestos, sería perjudicial para la economía de los países que no lo regulan como es el caso del Perú.

Figura 4

Participación potencial promedio 2018-2020 de la recaudación del IVA por servicios electrónicos en países de América Latina que aun aplica este impuesto



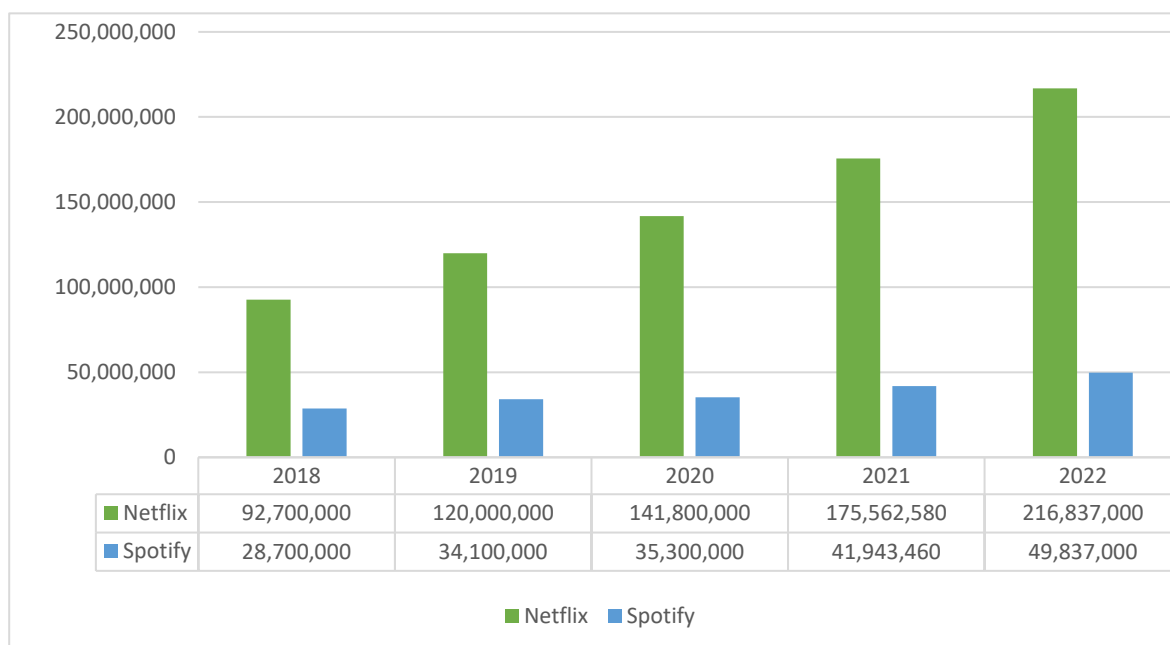
Nota: La figura muestra la participación relativa del potencial recaudatorio de IVA en América Latina según el tipo de servicio digital. Fuente: Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina (p.50) por Jiménez y Podestá ,2021, Centro Interamericano de Administración Tributaria, (<https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>)

Interpretación:

En la figura 4, se visualiza la proyección realizada por el CIAT de la potencial recaudación del IVA del año 2018 al 2020 en países de América Latina que todavía no aplican este impuesto como son: Bolivia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana donde la mayor participación la tiene la venta de publicidad digital con un 36% , seguido de un 29% generado por los contenidos audiovisuales .En Perú, los servicios de publicidad digital que se realizan mediante Google , Facebook, Mailing,etc están gravados cuando el servicio es ofrecido de empresa a empresa, pero cuando el servicio es ofrecido a una persona natural sin negocio y no genere renta de tercera categoría no está gravado, según lo establece el TUO del reglamento de la LIR en su artículo 4-A . Asimismo, esta normativa no se aplica a los servicios brindados mediante plataformas streaming a consumidores finales.

Figura 5

Ventas de las plataformas streaming en Perú (millones de USD)



Nota: La figura muestra las ventas de Netflix y Spotify en Perú del 2018 al 2020. Fuente: Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina (p.62) por Jiménez y Podestá ,2021, Centro Interamericano de Administración Tributaria, (<https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>)

Interpretación:

En la figura 5 se muestra las ventas de plataformas streaming en Perú como Netflix quien al año 2022 tuvo ingresos por \$216,837 millones de dólares y Spotify por \$49, 837 millones de dólares al 2022 de los ingresos obtenidos por estas plataformas en el territorio nacional no se ha recaudado ningún impuesto por falta de una normativa tributaria cuando su servicio es brindado a personas naturales.

Dimensión 4: Tributación Digital Internacional

A fin de sustentar esta dimensión se realizó la evaluación las leyes tributarias de 4 países latinos para el gravamen de plataformas streaming, lo cual se muestra a continuación:

Indicadores: Chile, Argentina, Colombia y Uruguay

Tabla 1

Evaluación de Leyes Tributarias en Países Latinos para la aplicación del Impuesto al Valor Agregado a Plataformas Streaming

País	Ley	Vigencia	Servicio gravado	Tasa	Sujeto pasivo	Método de recaudación	Obligación de inscripción de proveedores	Supuestos para determinar el consumo	¿En línea con OCDE	Potencial recaudación	Millones de \$	% del PBI
Chile	Ley de Modernización Tributaria N°21210 / 2020-Ley de Impuesto al Valor Agregado artículo 8° letra n)	2020	<ul style="list-style-type: none"> Servicios de intermediación de plataformas multilaterales. Servicios de entretenimiento digital mediante descarga o streaming u otro tipo de tecnología (video, música, juegos Suministro de software, almacenamiento, plataformas e infraestructura informática Publicidad 	19%	Entre operaciones de la empresa no residente y el consumidor final(B2C) quien está obligado a declarar y pagar el impuesto es la empresa no domiciliada, pero cuando las operaciones se realizan entre empresas no residentes y residentes (B2B) estará obligada de pagar retener y el impuesto es la empresa extranjera.	El método de recaudación es directo si está inscripto; si no es así se realizará mediante la retención en medios de pago.	Si	<ul style="list-style-type: none"> Lugar de registro o emisión del medio de pago o tarjeta. Dirección de IP del dispositivo usado Código país de la tarjeta SIM Domicilio del comprador 	Si	Junio 2020-2021	194	0.04

Argentina	Ley N°27430 – Argentina -- Ley de Impuesto al Valor Agregado artículo 1 inciso e)	2018	Todos los servicios electrónicos que se realicen mediante el internet u otra tecnología similar que por su naturaleza sean automáticas o necesitan una mínima intervención mínima	21%	Comprador Adquiriente	o	Se realiza por medios de pagos la retención según la lista publicada por la Administración Tributaria	No	<ul style="list-style-type: none"> • La cuenta bancaria usada en el momento del pago, la dirección que figura en la factura del cliente y con la que cuente la entidad financiera o el que emita la tarjeta de débito o crédito con la que se realice el pago • Dirección de IP del dispositivo usado • Código país de la tarjeta SIM • Domicilio del comprador 	N	2019	79	0.02
Colombia	Ley N°1819-Ley de Impuesto al Valor Agregado artículo 420 literal inciso e)	2018	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de contenidos audiovisuales (música, películas, videos y juegos, etc.) • Servicios prestados mediante 	19%	En transacciones de B2B, las empresas que compren su servicio a empresas no residentes deben pagar y retener el impuesto para		El método de recaudación es directo pero el proveedor tiene la opción de elegir de	Si	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de emisión o registro de la cuenta corriente o tarjeta. • Dirección de IP del 	S	2019	77,0	0.02

				plataformas electrónicas			transacciones B2C y B2B en donde el comprador no es contribuyente del IVA las empresas residentes deben retener y pagar el impuesto.	manera voluntaria la retención por medio de pago.		dispositivo usado				
				<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad online • Suministro de enseñanza, derechos de usos o explotación de intangible 						<ul style="list-style-type: none"> • Código país de la tarjeta SIM • Domicilio del comprador 				
Uruguay	Ley 19535 de Impuesto al Valor Agregado artículo 243 -literal b)	N° -Ley	2018	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de streaming • Servicios de intermediación en plataformas multilaterales 	de	22%	Proveedor	Se realiza de manera directa al proveedor	Si	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de emisión de los medios de pago electrónicos • Dirección de IP del dispositivo usado • Dirección de facturación 	S	2019	18.4	0.03

Nota: La tabla muestra las leyes tributarias de IVA en Países Latinoamericanos para su aplicación en plataformas streaming asimismo la información fue extraída de leyes y diversos autores las cuales fueron citados de manera completa en las referencias Sotomayor y Hernández (2019); Jorrat (2020), Gómez y Moran (2020)

Interpretación:

En el análisis de la tabla 1 se muestra que, en países Latinoamericanos como Chile, Argentina Colombia y Uruguay están gravando con el IVA no solo a los servicios ofrecidos mediante plataformas streaming (video, música, películas, etc.) sino también a otros tipos de servicios digitales como son la publicidad online, intermediación, etc mediante la adaptación o creaciones de leyes para aplicar el impuesto a las empresas no domiciliadas.

Asimismo, en algunos de los países antes mencionados, los proveedores no residentes para que puedan realizar declaración y retención del impuesto necesitan inscribirse a un registro simplificado implementado por cada país o la segunda opción es que si la empresa no se acoge a este registro serán las entidades bancarias encargadas de emitir las tarjetas de crédito o débitos las retenedores del IVA al usuario final en el momento del pago del servicio.

La recaudación en Chile de Julio 2020-2021 fue de \$194 millones de dólares equivalente a 0.04% del PBI, en Argentina se recaudó en 2019 el importe \$ 79 millones de dólares siendo el 0.02% de su PBI, en Colombia se tuvo ingresos por \$77 millones de dólares en el año 2019 representando en su PBI el 0.02% y en Uruguay percibió ingresos por \$18,400 millones de dólares al 2020 lo cual representa el 0.03% del PBI.

Con el panorama anteriormente descrito se visualiza la importancia de gravar con impuestos a los servicios electrónicos de plataformas streaming ofrecidos a personas naturales, ya que permitiría la obtención de un nuevo ingreso fiscal contribuyendo al desarrollo económico del país.

Resultado de la entrevista

Para un sustento complementario del primer objetivo específico se realizó la técnica de la entrevista que consistió en elaborar 5 preguntas relacionadas a la variable tributación digital la cual fue aplicada a 4 expertos profesionales en tributación; cuyas respuestas se muestran a continuación:

Dimensión 1: Tributos

Indicadores: Impuesto, Tasa, Contribución

Tabla 2

Tributos

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿Por qué es necesario, la aplicación de algún tipo de tributo a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Sustente su respuesta.	<p>Porque es un mercado en constante crecimiento y una futura fuente de ingresos fiscales</p> <p>En la actualidad últimamente han crecido disruptivamente una serie de negocios digitales tanto en el Perú como en el exterior, lo que conlleva a que parte de los negocios que funcionaban de manera tradicional hoy por hoy llevan sus actividades a las plataformas digitales no solo por el hecho de evadir impuestos (porque impuestos en las plataformas digitales no las hay, en el Perú), sino también por el hecho de captar más clientes, ya que la mayoría de usuarios se encuentran utilizando las redes para poder hacer sus compras ya sean de servicios o de bienes. Visto de esta manera es fundamental que se aplique algún tributo a estas plataformas, ya que sí o sí estaríamos tomando parte de todo ese gran universo de empresas que realizan actividades económicas de manera digital y contribuiríamos a incrementar las arcas del estado peruano.</p> <p>Es necesario debido a que actualmente este tipo de plataformas están teniendo un crecimiento rápido después de</p>

la pandemia del COVID 19. Es por ello importante que en el país deberían comenzar a pagar algún impuesto.

Es necesario porque cualquier actividad económica que se realice dentro del territorio nacional y obtenga ingresos de fuente peruana debe cancelar el IR e IGV.

Interpretación:

Se muestra en la tabla 2 las respuestas obtenidas a la pregunta planteada, se manifiesta que se está de acuerdo con los especialistas en tributación ya que resulta necesario aplicar algún tipo de tributo a las plataformas streaming, debido a que los últimos años existió un alto crecimiento en el consumo o adquisición de dichos servicios digitales en el Perú, generando así una nueva fuente de ingresos, lo que significa que cualquier actividad económica que se desarrolla dentro de territorio peruano debe de ser gravado con el IGV o IR contribuyendo a incrementar los ingresos fiscales.

Dimensión 2: Principios de Tributación Digital

Indicadores: Neutralidad, Eficiencia, Seguridad jurídica y simplicidad, Efectividad y justicia y Flexibilidad

Tabla 3

Principios de Tributación Digital

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿Por qué cree que el Estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital para aplicarlos a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Explique.	Porque la Administración Tributaria (AT) aún no tiene las herramientas suficientes para fiscalizarlo. Nace por una iniciativa legislativa establecer la normativa para la tributación a los proveedores de servicios digitales, por ello el motivo que no se ha implementado dicha normativa

tributaria puede ser el creciente incremento de dichos servicios que anteriormente no existían.

Actualmente la Administración Tributaria si aplica principios y para este tipo de negocios se han propuesto proyectos de ley, pero hay demora por parte del poder legislativo en aprobar estas modificaciones.

Se dice fácil, pero no es tan fácil. Ya de por sí existen vacíos tributarios que aún no se regulan, sin embargo, ya existen algunos proyectos en espera respecto de la tributación a las plataformas electrónicas. Vale decir que también existen intereses políticos, pero lo ideal es que más países se unan en aplicar tributación a las plataformas. De esta manera el país al que se le aplique la norma no sentiría una manera de persecución.

Interpretación:

En la tabla 3, de las respuestas que se obtuvo de los especialistas se puede indicar que se está de acuerdo con ellos ya que no se aplican los principios de la tributación digital debido a que existen vacíos en la normativa vigente que aún no están regulados para así de esta manera hacer posible el gravamen a las plataformas streaming ofrecidos a personas naturales, además la Administración Tributaria y el Estado peruano no poseen las herramientas necesarias para poder ejecutarlas.

Dimensión 3: Economía Digital

Indicador: Plataformas de Streaming

Tabla 4

Economía digital plataformas streaming

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿Mencione qué plataformas streaming deberían de consumidas.	Plataformas como Netflix porque es una de las más consumidas.

gravarse con algún tipo de impuesto en el Perú? Explique

Las plataformas de audio y video en streaming como Netflix, Spotify, YouTube deberían gravar algún tipo de impuesto en el Perú, debido al alto crecimiento en sus usuarios, lo que conllevaría al incremento de la recaudación tributaria en el Perú. Sin embargo, la falta de regulación en materia fiscal orientada a este tipo de actividad dentro de las plataformas digitales genera que la Administración Tributaria deje pasar por alto este tipo de ingresos.

Todas las plataformas streaming no domiciliadas en el país sin excepción deberían tributar. Así también existen en la economía digital diversos negocios que se están realizando en Perú por el avance de la tecnología que debe ser aprovechado por el Estado como una nueva fuente de ingresos fiscales para obtener recursos.

Spotify y Netflix debido a que son las más usadas

Tabla 5

Plataformas streaming

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿Considera usted que las actividades que se desarrollan dentro de la economía digital de manera online convierten a internet en un paraíso fiscal? Explique su respuesta	Si, debido a que aún no está regulado. Considero que dichas actividades económicas si pueden ser reglamentadas e incorporadas al marco tributario, El internet es un medio o canal para el consumo de servicios, por ende, las empresas la utilizan con mayor frecuencia por ser barato y rápido de llegar a sus consumidores, considerarlo un “paraíso fiscal” no sería el termino adecuado, debido que dicho termino tiene un significado más amplio, está sujeto a territorios o países que por baja o nula tributación son llamados de esa forma.

Si debido a que la mayoría de los negocios digitales en el Perú no está regulada con ninguna norma tributaria.

Podría decirse que sí, mientras no se regule la tributación para el caso de este tipo de actividades digitales.

Mientras no se aplique una retención en el momento de la operación, los consumidores y proveedores de este tipo de servicios y/o bienes, siempre preferirán utilizar estas plataformas para no pagar impuestos. Es un hecho.

Interpretación

Con respecto a las tablas 4 y 5 , se puede señalar que en concordancia con los entrevistados el internet es el medio a través del cual se desarrollan los negocios digitales dentro de una economía, por lo puede convertirse un paraíso fiscal al no tener en el Perú normas bien definidas y reglamentadas que estén incorporadas dentro del marco tributario, es por ello, que debería de gravarse con algún tipo de impuesto todas las plataformas streaming no domiciliadas en el país como son Netflix , Spotify , YouTube, debido a su alto incremento de usuarios.

Dimensión 4: Tributación Digital a Nivel Internacional

Indicadores: Chile, Argentina, Colombia y Uruguay

Tabla 6

Tributación Digital a Nivel Internacional

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
De las reformas tributarias implementadas en países como Colombia, Argentina Chile y Uruguay, entre otros para las plataformas electrónicas streaming, ¿Cuál de ellas se podría adaptar al Perú? Explique.	En Argentina se aplicó la retención del IVA en el momento del pago por el consumo a través de las entidades financieras, siendo este un mecanismo muy efectivo que aplicarse en el Perú. La reforma tributaria de Colombia indica que se grava con el 19% del IVA a este tipo de plataformas donde se establece que el servicio que se consuma en su territorio

debe estar obligado a tributar bajo la presencia económica digital. Por otra parte, también se deben tener en cuenta las reformas tributarias que aplican en Europa ya que aquí está mucho más desarrollado la aplicación de impuestos digitales.

Desconozco la aplicación en esos países. Sin embargo, se puede adaptar la retención en el servicio digital.

De las reformas tributarias en los países mencionados anteriormente, creo que la que mejor que se adaptaría, sería la legislación chilena. Me parece que es la reforma que tiene la mejor estructura tributaria para poder recaudar los ingresos de las plataformas electrónicas. Si bien es cierto que la tasa del 10 % es un tanto elevada en comparación de la tasa de los otros países, la manera en la que detalla cómo se debe grabar el tributo es la que mejor funcionaría.

Interpretación

Del análisis de la tabla 6, se está de acuerdo con lo que manifiestan los especialistas que se debe considerar y evaluar las modificaciones hechas en las normas tributarias de los países como Argentina, Chile, Colombia y Uruguay, en donde se grava con el IVA a las plataformas electrónicas streaming, las cuales podrían adaptarse y evaluarse en la normativa vigente para obtener así un mecanismo de recaudación adecuado para su implementación en el Perú.

2. Análisis de la normativa tributaria vigente para la recaudación fiscal en las plataformas streaming en el Perú

Resultados del análisis documental

Para el desarrollo del segundo objetivo específico fue conveniente realizar el análisis documental de la fiscalidad a nivel internacional planteados por la OCDE y Comisión de la UE, así también se realizó el análisis de la normativa tributaria que actualmente tiene el Perú con respecto a la recaudación fiscal en las plataformas streaming.

La información fue extraída de diferentes artículos científicos obtenidos la base de datos de Dialnet, Proquest y Google Académico. Así como también de los informes de la OCDE, Comisión de la UE, la ley de IR, ley del IGV y de Proyectos de Ley los cuales se muestran de la siguiente forma:

Dimensión 1: Obligación Tributaria

La dimensión estuvo conformada por los siguientes indicadores:

Indicadores: Sujeto activo y Sujeto pasivo

Hasta la actualidad las empresas extranjeras que proporcionan su servicio mediante plataformas streaming a personas naturales sin negocio no están obligadas a tributar en el país, por lo se debe conocer el concepto de obligación tributaria, para ello se analizó el D.S N°133- 2013 EF del TUO del Código Tributario, los cuales se encuentran en el artículo 2° y 3° del Título I Disposiciones Generales, donde se indica la exigibilidad y su nacimiento, según se visualiza en la figura 6.

Figura 6

Obligación Tributaria: Nacimiento, determinación y exigibilidad



Nota: Concepto de Obligación Tributaria Fuente: D.S N°133- 2013 EF del TUO del Código Tributario

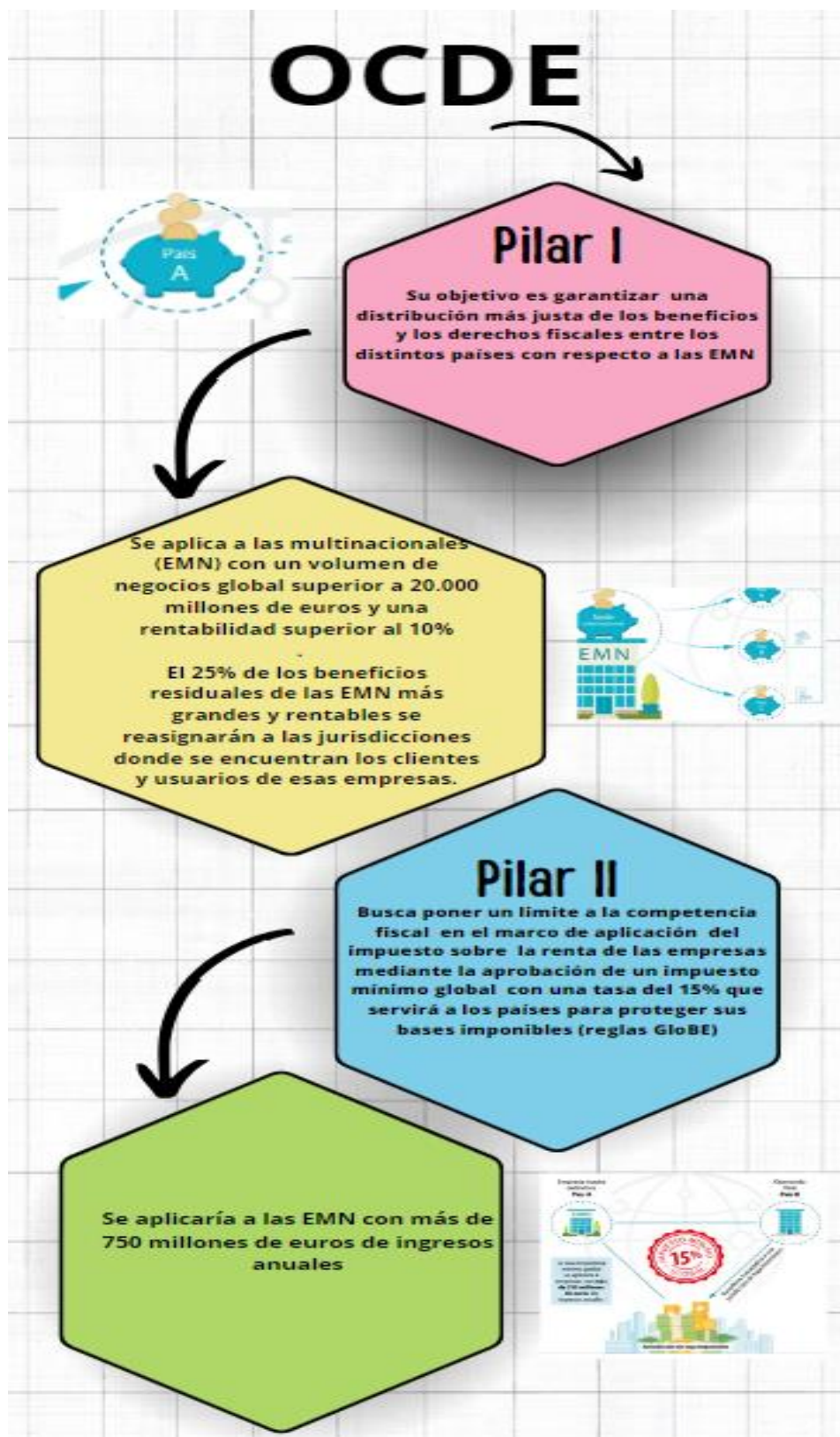
Dimensión 2: Fiscalidad a Nivel Mundial

La dimensión fue desagregada en cuatro dimensiones los cuales orientan el gravamen de los diferentes negocios que se dan en la economía digital:

Indicador: Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE

Figura 7

Pilar 1 y 2 establecidos por la OCDE



Nota: Aplicación de los pilares 1 y 2 en las EMN. Fuente: OCDE (2021)

Interpretación:

La figura 7 muestra que la OCDE ha implementado dos pilares para abordar los desafíos fiscales que se presentan en la economía digital en el Pilar I considera dos aspectos la asignación de beneficios y la utilización de la presencia digital como único nexo para la distribución de las utilidades de manera justa entre los distintos países. Este pilar se aplica cuando el nivel de ventas de las EMN sea mayor a 20 millones de euros y con una rentabilidad superior al 10%.

Con beneficios residuales del 25% que logren obtener las EMN se redistribuirán en los territorios donde se ubiquen los clientes de estas empresas sin tener en cuenta la presencia física. Con esta medida se proyecta recaudar \$125 millones de dólares los cuales se reasignarán a los países anualmente.

El Pilar II ayudará a limitar la competencia fiscal aplicando un impuesto mínimo global del 15% permitiendo proteger la base imponible de cada país mediante el gravamen de las empresas multinacionales que obtengan ingresos superiores a 75 millones de euros, asimismo se exigirá a todos los países que graven el impuesto a las sociedades con una tasa inferior del 9% a los intereses, regalías, etc. que implementen la cláusula de sujeción de imposición. Se espera que este pilar genere \$150 millones de dólares en ingresos fiscales anuales en todo el mundo.

En el año 2021 los miembros de plan BEPS y del G20 han unido a 136 países para la aplicación de las normas establecidas por los dos pilares los que entraran en vigencia en el presente año. Cabe resaltar que dentro de los países que se unieron está el Perú siendo así que se debe aprovechar la adopción en el ámbito nacional de estos mecanismos para adaptar las normas tributarias vigentes a la nueva realidad digital siguiendo las recomendaciones de las OCDE.

Indicadores: Establecimiento Permanente y Presencia Digital Significativa

Tabla 7

Países que implementaron el Establecimiento Permanente y la Presencia Digital Significativa a los Servicios digitales

Fuente	Indicadores	Concepto	País
Faulhaber (2019) Barriex et al (2022)	Establecimiento Permanente	Es aquel lugar fijo donde las empresas desarrollan sus actividades económicas de manera total o parcial el cual incluye sucursales, fabricas, oficinas u otros	India
Consejo de la Unión Europea (2018) Jiménez (2021)	Presencia Digital Significativa	De las actividades significativas llevadas a cabo mediante una interfaz digital se realizará un análisis funcional	Israel República Eslovaca, Nigeria

Nota: En la tabla se visualiza los mecanismos para el gravamen a los servicios digitales, basado en investigaciones citadas de manera completa en las referencias

Interpretación:

Después del informe final del año 2015 del plan BEPS emitido por la OCDE indicaba que las empresas no residentes pueden ser partícipes de la economía de un país sin tener en el un lugar fijo para su negocio siendo así que la red de internet cumple el rol que se desempeñaban en el pasado una sucursal o filial. Para afrontar estos desafíos el informe presentaba tres propuestas la primera la presencia economía significativa siendo este una especie de establecimiento permanente virtual que reemplaza al tradicional, la segunda propuesta consistía en establecer impuestos en las fuentes de ingresos mediante la retención y la tercera propuesta fue el impuesto de igualación.

Al finalizar el informe del plan BEPS no se llegó a un consenso por lo que no se dio solución a los problemas que se presentaban en los negocios de la economía digital pero las tres propuestas presentadas dieron pie a que muchos países adaptarán sus normas tributarias de forma unilateral, pero respetando los convenios de doble imposición.

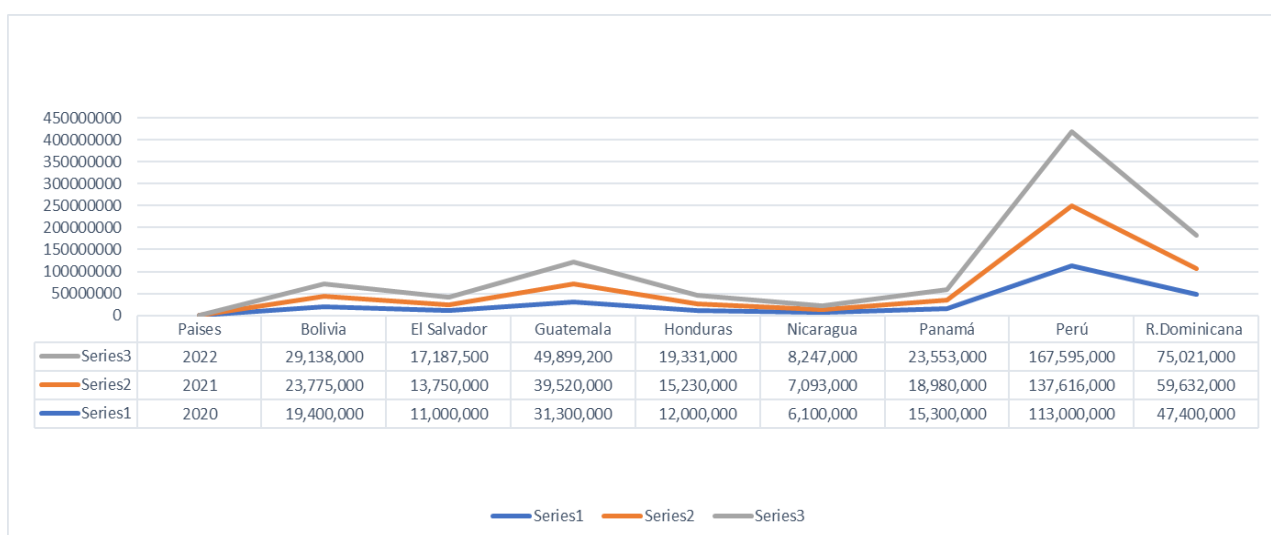
Uno de las medidas tomadas por los países fue la presencia digital significativa permitiendo gravar las EMN que no tengan presencia física en ese país a través de elementos intangibles utilizando interfaces digitales. para lo cual se debían de cumplir ciertos requisitos como son que la empresa multinacional debe tener ingresos anuales de 7 millones de euros a más y contar con más de 100 000 de usuarios anualmente, entre otros.

Como vemos desde hace varios años los diferentes países alrededor del mundo están buscando tributar frente a los diferentes negocios que se presentan en la economía digital tomando diferentes medidas ya sea de forma unilateral o siguiendo las recomendaciones de los organismos internacionales como son la OCDE y la Comisión de la UE por lo que Perú no debe ser ajeno a ello.

Indicador: Impuesto al Valor Agregado

Figura 8

Proyección del potencial recaudatorio del IVA por Servicios Electrónicos en 8 países Latinoamericanos que aún no lo aplican del 2020 -2022



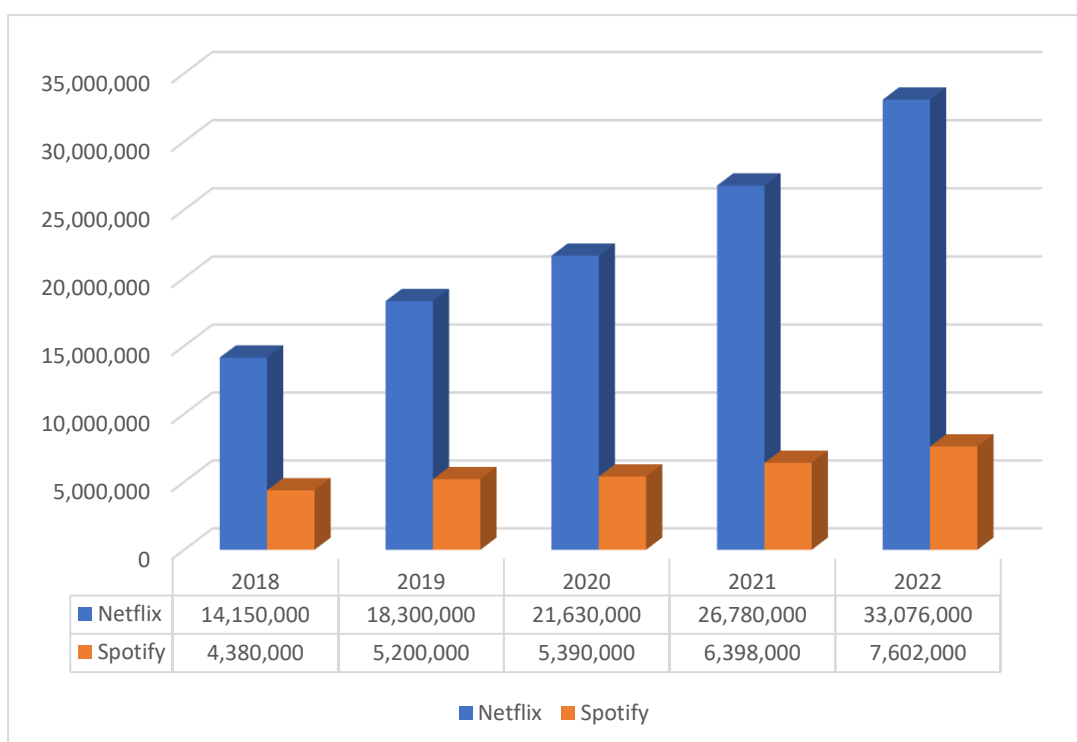
Nota: La figura muestra la proyección del potencial recaudatorio del IVA por Servicios Electrónicos en Perú. Fuente: Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina (p.48) por Jiménez y Podestá ,2021, Centro Interamericano de Administración Tributaria, (<https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>)

Interpretación:

De acuerdo a la figura 8, según las proyecciones realizadas por el CIAT del 2020 al 2022 el potencial recaudatorio del IVA a los servicios electrónicos en ocho países Latinoamericanos como son Bolivia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua Panamá, Perú y Republica Dominicana quienes no aplican aun este impuesto, el Perú es quien tiene al año 2022 el mayor potencial recaudatorio en el IVA denominado en el territorio nacional como IGV representado por \$167,595 millones de dólares por gravar a proveedores no residentes de servicios de contenido audiovisual o streaming como son Netflix, Spotify, Amazon Prime y a servicios de venta de publicidad digital, entre otros.

Figura 9

Potencial Recaudatorio del IVA (IGV) en Perú de plataformas streaming



Nota: La figura muestra el potencial recaudatorio del IVA en Perú de las plataformas streaming. Fuente: Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina (p.48) por Jiménez y Podestá ,2021, Centro Interamericano de Administración Tributaria, (<https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>)

Interpretación:

En la figura 9 se muestra que por la aplicación del IGV a las plataformas streaming como Netflix y Spotify en Perú se tendría un potencial recaudatorio al 2022 por \$33,076 millones de dólares y de \$ 7,602 millones de dólares respectivamente, teniendo así un incremento desde el 2018 debido al aumento en el uso de estas plataformas por la pandemia del COVID 19 con esto se evidencia la alta cantidad de ingresos fiscales que se está dejando de recaudar por no gravar con el IGV a este servicio digital, el cual se está intensificando con el crecimiento de los diferentes modelos de negocios que se presentan en la economía digital.

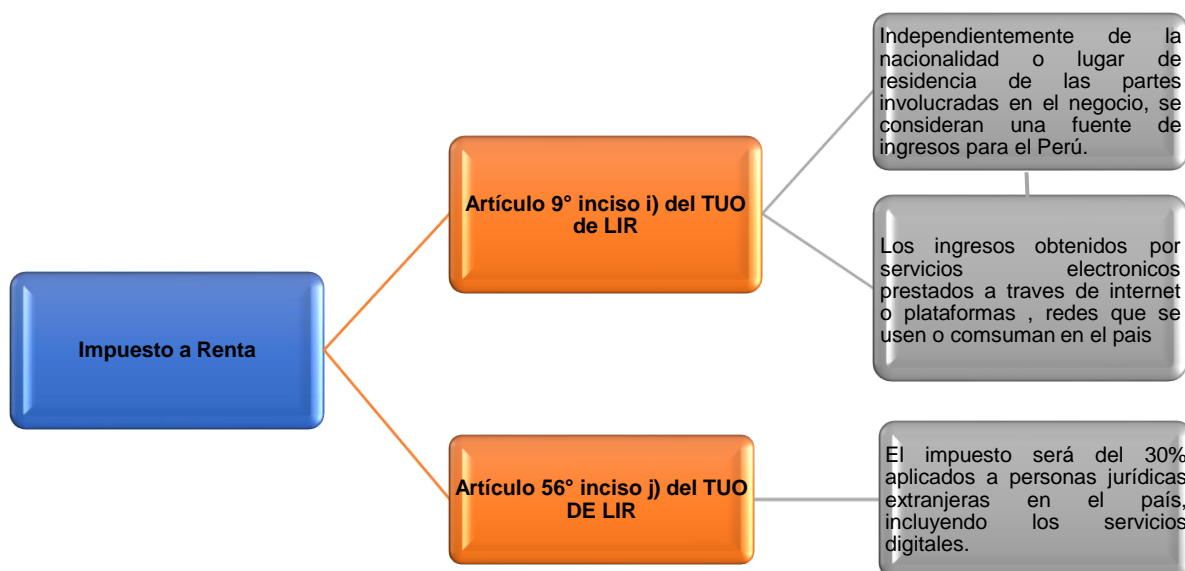
Dimensión 3: Legislación Tributaria Peruana

Para la dimensión 3 se analizó la normativa peruana tributaria vigente la cual se desagregó en 3 indicadores siendo los siguientes:

Indicador: Impuesto a la Renta

Figura 10

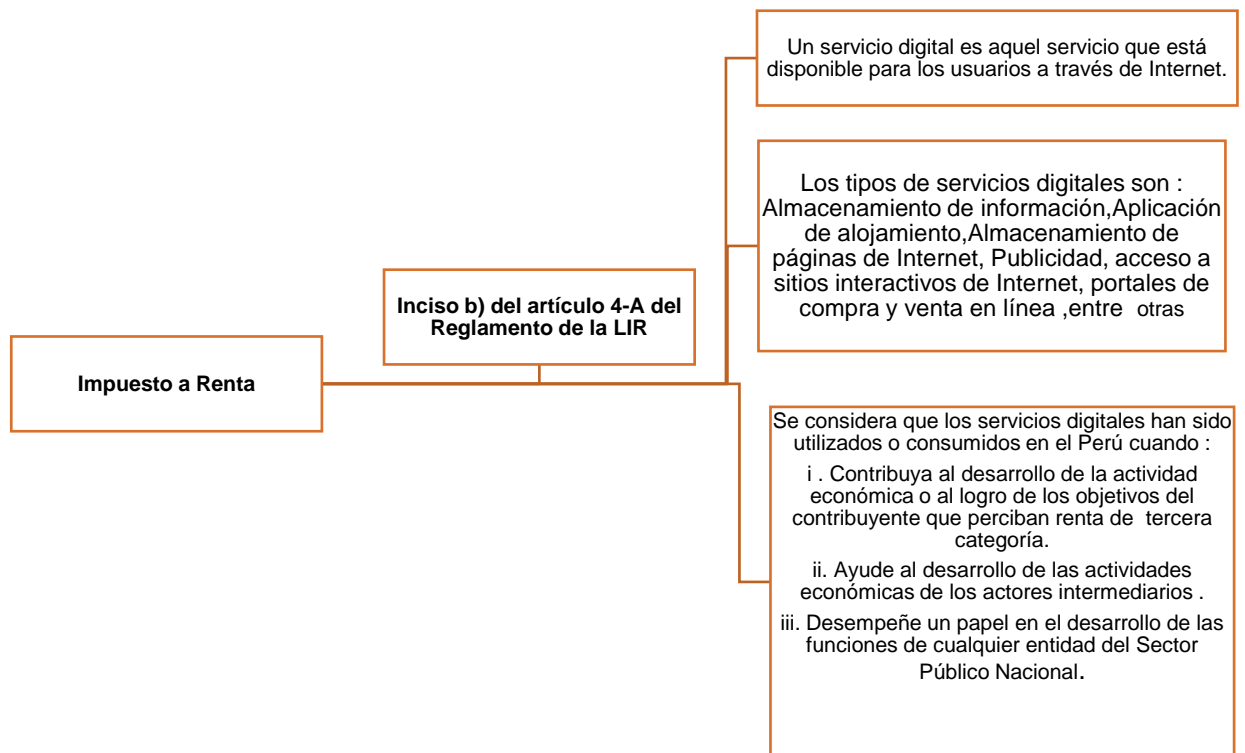
Artículo 9° y Artículo 56° del TUO de la LIR



Nota: La figura representa el análisis de la Ley del Impuesto a la renta aplicada a los servicios digitales *Fuente:* D.S. N.º 179-2004-EF. TUO de la LIR

Figura 11

Artículo 4° inciso A) del Reglamento de la LIR



Nota: La figura muestra el consumo del servicio digital para la aplicación del IR Fuente: D.S. N.º 122-94-EF. Reglamento de la LIR

Interpretación de figuras 10 y 11:

En el artículo 9° inciso i) del TUO del LIR indica que se consideran rentas de fuente peruana a todas aquellas operaciones que desarrolla una empresa nacional o no un domiciliado quienes brindan servicios electrónicos mediante internet y que se utilicen en el Perú. En el artículo 56° inciso j) del TUO de la LIR indica que el monto de la renta será del 30% aplicados a los servicios digitales de empresas jurídicas extranjeras, pero siempre y cuando este servicio se brinde a contribuyentes de tercera categoría de acuerdo a lo establecido en el artículo 4° de la misma Ley inciso b).

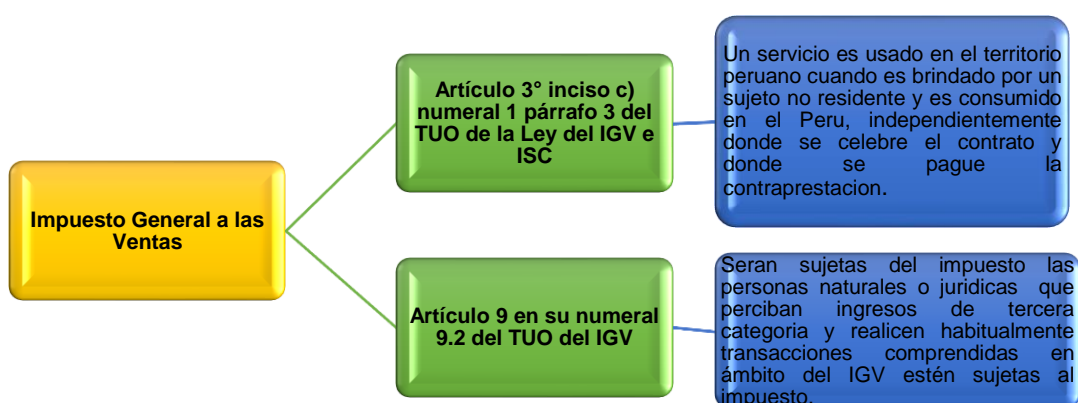
Por lo anteriormente expuesto, se puede decir que las empresas extranjeras que brinden servicios de streaming si están sujetas a esta ley, pero cuando el servicio es ofrecido de empresa a empresa, pero lamentablemente esto en la

práctica no se aplica y asimismo no hay normativa tributaria definida cuando el servicio es ofrecido a personas naturales sin negocio.

Indicador: Impuesto General a las Ventas

Figura 12

Artículo 3° y Artículo 9° del TUO del IGV e ISC



Nota: La figura presenta el análisis del IGV para aplicación a los servicios digitales Fuente: D.SE. N°055-99-EF TUO de la Ley del IGV e ISC (1999)

Interpretación:

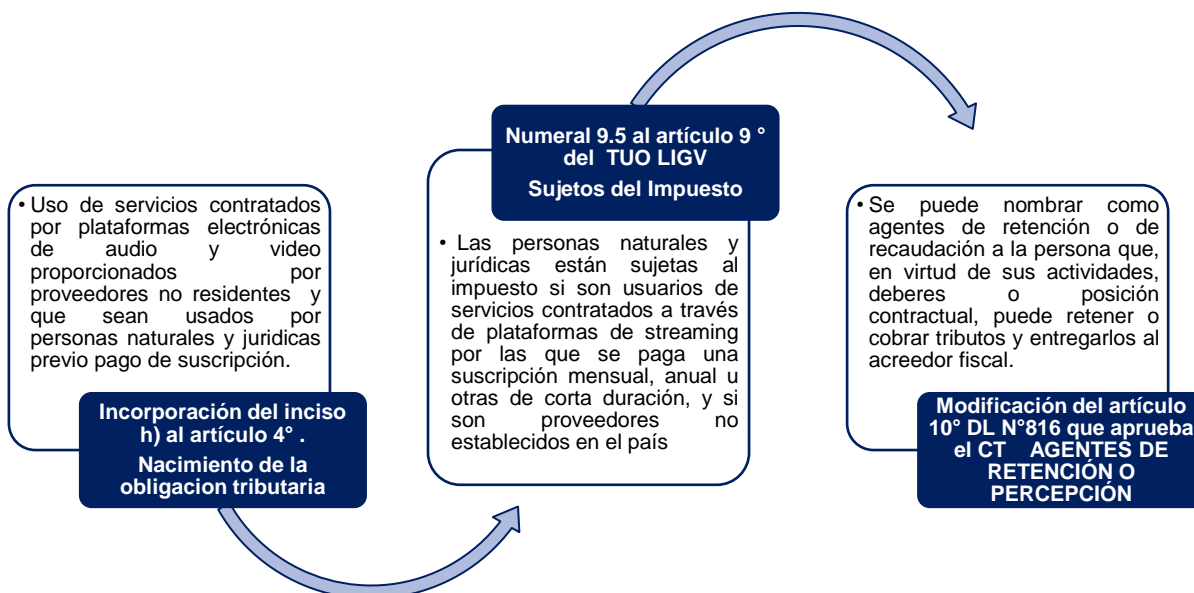
En el inciso c) numeral 1 del párrafo 3 del TUO de Ley IGV e ISC indica que cuando una empresa no domiciliada en el Perú ofrezca un servicio dentro del territorio nacional debe gravarse el IGV y serán sujetos de este impuesto los contribuyentes que generen renta de tercera categoría según lo establecido en el numeral 9.2 del artículo 9° de la misma ley, con esto se evidencia que la normativa vigente no alcanza a gravar los servicios digitales que se ofrecen mediante plataformas electrónicas streaming por proveedores extranjeros a consumidores finales o personas naturales sin negocio por lo que realizando una comparación con la normativa tributaria internacional de los países Argentina, Colombia, Chile y Uruguay quienes aplican el IVA a los servicios digitales y siendo este un impuesto

similar al IGV se debe realizar las modificaciones necesarias para su recaudación lo que aumentaría los ingresos fiscales y por ende contribuirá al desarrollo económico del país.

Indicadores: Proyecto de Ley 6181-2020 y Proyecto de 2149-2021

Figura 13

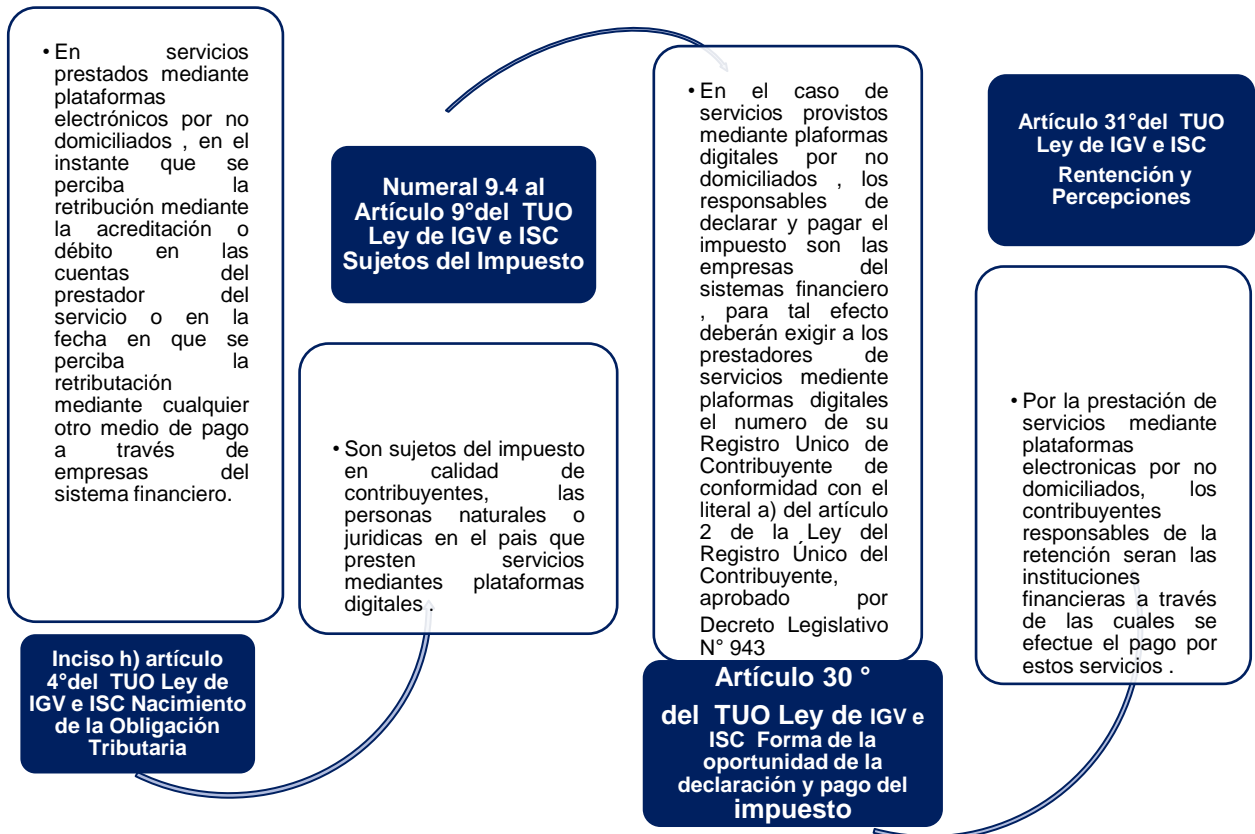
Proyecto de Ley N°6181-2020



Nota: La figura presenta el análisis de Proyecto de Ley N°6181-2020

Figura 14

Proyecto de Ley N°2546-2021



Nota: La figura presenta el análisis de Proyecto de Ley 2546-2021

Interpretación de la figura 13 y 14:

Según los esquemas de los presentes proyectos de Ley N°6181-2020 y el N°2546-2021 en ninguno de ellos se muestra de manera clara qué criterios se considerarían para determinar el consumo dentro del territorio nacional por el servicio prestado por un sujeto no domiciliado mediante plataformas streaming teniendo en cuenta que este tipo de actividad, es distinta al servicio regular que ofrecen las empresas tradicionales, lo cual si se muestran en las leyes tributarias de Argentina, Colombia, Chile y Uruguay que al gravar los servicios digitales se consideran consumidos dentro de su territorio con la dirección IP del dispositivo

utilizado por el cliente , el código del país de la tarjeta SIM cuando el uso sea por celulares.

Dimensión: Mecanismos de recaudación

Indicador: Medios de Pagos Digitales

Tabla 8

Medios de pagos digitales utilizados como mecanismos de recaudación

País	Año inicio de recaudación	Método de recaudación	Servicios que se gravan impuesto
Argentina	2018	Retención mediante tarjeta de crédito o débito previo pago por parte del proveedor de servicios o importador del servicio, el cual será el responsable de pagar el impuesto.	Servicios electrónicos llevados a cabo a través de la red Internet las cuales se encuentran automatizados y requieren una intervención mínima humana.
Colombia	2018	Inscripción de proveedores, pero da al proveedor opción de elegir retención en medios de pago.	Todos excepto servicios relacionados con el desarrollo de contenidos digitales (educación virtual, software, almacenamiento, etc.
Uruguay	2018	Inscripción de proveedores	1. Servicios de transmisión de contenido audiovisual; 2.Servicios de intermediación de plataformas multilaterales

Chile	2020	Inscripción de proveedores y, en caso de no inscripción, retención en medios de pago	de de 2. 3. almacenamiento, e infraestructura informática; y 4. Publicidad.
-------	------	--	---

Nota: La tabla muestra los medios de pagos digitales en algunos países de Latinoamérica Fuente: Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital (p.17-36) por Jorrot,2020, <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Experiencias-internacionales-en-la-tributacion-de-la-economia-digital.pdf>

Interpretación:

En la tabla 8 se puede ver que los países de Argentina, Colombia y Paraguay han iniciado la recaudación de los impuestos a las plataformas electrónicas desde el año el 2018, utilizando como mecanismos de recaudación la retención de medios de pagos mediante tarjetas de débito o de crédito y la inscripción de proveedores o empresas no domiciliadas en el país donde se desarrolle la operación. Por lo que es importante tener estos mecanismos dentro de la normativa tributaria actual en el Perú.

Resultado de la entrevista:

Se realizaron entrevistas a 4 profesionales en tributación; donde brindaron información muy importante sobre la variable recaudación fiscal los resultados se muestran a continuación:

Dimensión 1: Obligación Tributaria

Indicadores: Sujeto activo y sujeto pasivo

Tabla 9

Obligación Tributaria

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿Por qué no se puede identificar al sujeto pasivo en las operaciones que se realizan a través de las plataformas electrónicas streaming en el Perú?	Se puede identificar mediante la aplicación de pagos por transferencias o medios digitales.
	Muchas veces no se puede identificar debido a que el servicio es prestado por un sujeto no domiciliado existiendo el dilema de que al aplicar un impuesto a las plataformas electrónicas streaming en el país donde se brinda el servicio se corre al riesgo de una doble imposición ya que la empresa no domiciliada paga impuestos en su país de origen.
	Los pagos de dichos servicios digitales son bancarizados por lo tanto ese sería el medio de identificar a los consumidores.
	Porque el sujeto pasivo no tiene una presencia física, es decir es un sujeto pasivo virtual. Otro punto es que muchas veces la persona que vende bienes y servicios virtualmente es un sujeto del exterior. En ambos casos no se logra identificar el establecimiento permanente.

Interpretación

En la tabla 9, se puede decir que las respuestas de los entrevistados está dividida dos de ellos indican que el sujeto pasivo en las operaciones que se realizan mediante plataformas streaming se puede identificar mediante los medios de pago digitales como son tarjeta o dedito o por transferencias y los otros dos especialistas manifiestan que no se puede identificar debido a que este servicio es prestado por sujetos no residentes en el Perú quienes no tienen un establecimiento permanente y además existe el riesgo de que al aplicarles un impuesto se origine la doble imposición ya que la empresa no domiciliada también paga impuestos en su país de origen.

Dimensión 2: Fiscalidad a Nivel Mundial

Indicador: Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE

Tabla 10

Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
La OCDE considera el enfoque de dos pilares para la economía digital. El primero dice que el país donde se encuentren los usuarios finales de la empresa que ofrece el servicio digital tenga la potestad de gravar con renta parte de sus utilidades a pesar de no tener presencia física en el país mediante una entidad legal y el pilar 2 se enfoca en garantizar que las empresas digitales internacionales estén sujetas a una tasa impositiva mínima del 15%, ¿Cuál de los dos pilares se podrían implementar en el Perú, para mejorar la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming ?	Se puede aplicar el primero, mediante la retención en el servicio.

	<p>Se debería considerar aplicar el segundo pilar debido a que la tasa 15% ayudaría incrementar la recaudación fiscal además es una propuesta establecida por un ente especialista en tributación digital.</p>
	<p>El primer Pilar se asemeja a nuestra legislación tributaria, pero no está reglamentada por que se requiere que la empresa domiciliada realice la retención de IGV o renta a la empresa no domiciliada.</p>
	<p>El Pilar 1 adapta el sistema fiscal internacional a la era digital previendo cambios en las normas que rigen los beneficios empresariales y garantizando que la asignación de derechos impositivos sobre los beneficios comerciales ya no esté determinada únicamente por criterios de presencia física. El objetivo de este pilar es ampliar los derechos impositivos del área de mercado mediante la realización de actividades dentro de su territorio, ya sea físico o remoto.</p> <p>Además, se debe fortalecer la seguridad jurídica en materia tributaria mediante la introducción de mejores mecanismos para prevenir y resolver disputas.</p>

Interpretación

De la tabla 10, se puede señalar que se está de acuerdo con los especialistas quienes manifiestan que los dos pilares propuestos por la OCDE deben contribuir al Perú a tener una forma más clara para realizar las modificaciones en el marco normativo peruano, asimismo señalan que el primer pilar debería implementarse ya que este se asemeja a nuestra legislación y busca que los usuarios finales tengan la capacidad de gravar con renta los beneficios o utilidades de las empresas de servicios digitales ya sea de manera física o a distancia .

Indicador: Establecimiento permanente

Tabla 11

Establecimiento permanente

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? Sustente su respuesta	Considero que es viable realizar ese tipo de gravámenes.
	Resulta un poco complicado debido si la aplicación de tributos basado en lo físico es complejo basado en algo intangible y solo encuentra en la nube sería engorroso.
	Los modelos de negocio digitales cuentan con una suerte de inmunidad tributaria, ya que para calificar como EP tienen que haber declarado o fijado su residencia fiscal de manera física. Sin embargo, que pasa con aquellas ventas que provienen desde plataformas digitales en donde no se ha definido un establecimiento permanente, simplemente no tributan.
	Considero que no es necesario tener establecimiento permanente sino más bien la administración tributaria puede o debe registrar un RUC de oficio para las empresas que brindar sus servicios desde el exterior mediante el internet en territorio nacional.

Interpretación:

En tabla 11, estamos de acuerdo con los entrevistados que la fiscalización a través de un establecimiento permanente no sería factible, debido a que el lugar donde se desarrollan las operaciones de servicios digitales no tiene un lugar físico sino es algo intangible, además de que una empresa digital puede mudarse o crear una nueva compañía y ubicarse en el lugar donde más le convenga o beneficie. Sería conveniente que la AT pueda registrar un RUC de oficio para aquellas empresas digitales que brindan sus servicios desde el exterior.

Indicador: Presencia digital significativa

Tabla 12

Presencia digital significativa

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
¿El Perú debería de regular al IGV sobre las plataformas electrónicas streaming mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países? Explique	Si, debido a que grava directamente la fuente y el lugar de consumo.
	Por supuesto que sí es por ello que las empresas no domiciliadas que ofrecen sus servicios mediante plataformas digitales deben pagar algún tipo de impuesto ya que consecuentemente se aumentaría la recaudación fiscal en beneficio de la sociedad.
	Se incrementaría debido que se estima que el consumo de dichos servicios es elevado. También hay que tener en cuenta que aplicarle un impuesto reduciría el consumo por que se incrementarían los precios. En conclusión, el nivel de recaudación depende del consumo y de factores económicos y sociales.
	Por supuesto que sí, como comentaba inicialmente hoy en día la mayor parte de las empresas han digitalizado sus negocios a través de las plataformas digitales, por lo que gran parte de sus ventas se dan por este medio. Y esto ocurre no solo con las grandes empresas, sino también con las pequeñas. Aquellas empresas que están iniciando un negocio anteriormente decidían sacar un RUC, iniciando por el régimen más básico, EL NUEVO RUS, hoy en día ya no les interesa mucho eso, porque como no es necesario tener un espacio físico para mostrar sus productos o sus servicios simplemente dejan de lado el tema de la formalidad. Así que confirmo que el nivel de recaudación, sí incrementaría.

Interpretación

Con respecto a las respuestas obtenidas de la entrevista en la tabla 12, se puede manifestar que, de acuerdo con los entrevistados, el IGV debe gravarse por el lugar de consumo sin importar que la empresa esté o no ubicada dentro del territorio nacional actualmente la ley de IGV en el Perú no grava ningún tipo de servicio que ofrecen las plataformas streaming a personales naturales.

Indicadores: Impuesto al Valor Agregado

Tabla 13

Impuesto al Valor Agregado

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
En países Latinoamérica aplican el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales ofrecidos mediante plataformas electrónicas y asimismo a otros modelos de negocio que se presentan en la economía digital ¿Considera usted que es importante que gran parte de los países alrededor del mundo hayan adaptado sus normas tributarias para la aplicación del IVA a los servicios digitales? Sustente su respuesta.	<p>Si, debido a la creciente globalización y expansión de esos productos</p> <p>El IVA es un impuesto al consumo que se aplica en gran parte de los países en todo el mundo, no obstante, este impuesto no está aplicado a todas las plataformas electrónicas en todos los países que se gravan con el IVA. Sí lo considero importante, porque esto contribuye a que la tributación en las plataformas se vea como de una manera colaborativa. Esto es algo como: “yo cobro IVA a tu país y tú también puedes cobrar al mío”.</p> <p>Otro punto es también tomar en cuenta que la tasa que se aplique sea casi uniforme para que no se generen desigualdades impositivas como lo comentaba</p>

anteriormente, porque se sabe que en otros países la tasa oscila entre el 3 y el 8% hasta donde tengo entendido.

Si como ya mencioné anteriormente es importante aplicar tributos en este tipo de negocios es por ello que los países que aún no han adaptado su normativa tributaria a la nueva realidad digital que se está viviendo actualmente, deberían comenzar hacerlo lo que contribuirá al aumento de la recaudación fiscal y por ende al su desarrollo económico.

Honestamente creo que sí. Se me ocurre que mediante un software que identifique el IP de donde proviene el servicio que presta al usuario en el caso de ser un contribuyente que vende un producto o servicio en Perú y en el caso de ser un contribuyente en el exterior pues aplicaría más que toda la retención.

Como bien sabemos la evasión tributaria ocasionada por las plataformas digitales, no solo es por contribuyentes del exterior sino también por contribuyente peruanos.

Interpretación

De la tabla 13, se concuerda con las respuestas obtenidas por lo que resulta importante que diversos países hayan adaptado sus normas tributarias en la aplicación del IVA a los nuevos modelos de negocios digitales existentes ya que es un impuesto que grava al consumidor final, identificando su consumo mediante la dirección IP del dispositivo empleado por el usuario asimismo la tasa que se aplique debería ser uniforme para que no se generen desigualdades impositivas.

Dimensión: Legislación Tributaria Peruana

Indicadores: Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas

Tabla 14

Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
Considera Ud. ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta en las plataformas electrónicas de streaming dentro del marco tributario peruano? Sustente su respuesta	Sí, debido a que es un gran espacio de recaudación fiscal.
	Sí, se debe buscar gravar los impuestos que existen como el IGV y el IR, realizando modificaciones o adaptaciones sobre normativa ya existente para poder aplicarlos a los proveedores no domiciliado de plataformas streaming.
	Claro que sí, pero es una tarea que tiene que ir evaluándose. En primer lugar, identificar el sujeto pasivo y luego de manera gradual ir incluyendo la aplicación de los tributos. Inicialmente podría ser la aplicación del IGV en el momento de la transacción.
	Es necesario porque toda actividad económica dentro del territorio nacional debe ser sujeto de impuesto.

Interpretación:

En la tabla 14, de acuerdo a las respuestas dadas por los especialistas, se manifiesta en que si necesario adaptar la normativa tributaria vigente con respecto al ley del IGV o la ley del IR realizando modificaciones necesarias con respecto al nacimiento de obligación tributaria, los sujetos de retención para que de esta manera se pueda gravar a las empresas no domiciliadas de plataformas streaming en el Perú lo cual permitirá que haya igualdad de condiciones con las empresas

tradicionales domiciliadas en el territorio nacional quienes si cuentan con una normativa tributaria.

Tabla 15

Afectación al consumidor final

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales streaming en el Perú afectaría al consumidor final?	Encarecería el servicio al consumidor.
	Con base en la experiencia internacional de otros países, las plataformas digitales no deberían cambiar los precios y los pagos por los servicios prestados deberían incluir el IGV.
	Todo incremento de costos de un servicio implica también los impuestos, lo absorbe el consumidor final en el pago de su recibo, por lo tanto, el precio se incrementaría debido a ello afectando el mercado de dichos servicios.
	Un impuesto indirecto es el IGV y se aplica al consumidor final. De ser el caso al aplicarse el IGV en las plataformas digitales, se puede dar el caso que la empresa al no recibir el total de sus ingresos (ya que estaría descontándosele el IGV) tendría que subir el precio a sus servicios.

Interpretación:

Según la tabla 15 de acuerdo a las respuestas dadas por los especialistas señalan que al aplicar el IGV habría un ligero incremento en el costo del servicio streaming lo que con lleva a pensar que se pierda cierta demanda, pero los estudios económicos demuestran que la demanda de este tipo de servicio es inelástica.

Dimensión: Proyecto de Ley para aplicación de IGV a las plataformas de streaming

Tabla 16

Proyecto de Ley N°6181/2020 -CR y Proyecto de Ley N°2546/2021 -CR

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
<p>Existen dos proyectos de ley sobre la recaudación de IGV en las plataformas streaming Ley N°6161/2020 -CR y N°2546/2021 -CR ¿Por qué considera usted, que dichos proyectos de ley aún no han sido aprobados? Explique</p>	<p>Imagino que el congreso aun no considera pertinente su aprobación.</p>
	<p>Considero que dichos proyectos de ley quedaron truncos por el cambio de gobierno, y además por falta de decisión política.</p>
	<p>Considera que aun sido aprobados este proyecto debido a la demora del poder legislativo para aprobarlo o tal vez por el dilema que se da acerca de quién debe pagar el impuesto si la empresa no domiciliada o el consumidor final.</p>
	<p>En el Perú se presentaron dos proyectos de ley en el Congreso, uno de 2020 y otro del 2021 las cuales presentan muchos vacíos para regular de manera adecuada en qué casos se pagaría el IGV y la forma de recaudación. Un punto importante que se tiene que tomar en cuenta es que el Perú pertenece a la OCDE desde el 2019, así que la tarea no es tan sencilla ya que al aplicar estos tributos a las plataformas digitales sin analizar bien la manera de cómo hacerlo podría conllevar a intervención en las decisiones empresariales, la doble o múltiple imposición, los conflictos del ejercicio de la potestad tributaria de uno o más Estados, la disparidad en las tasas impuestas</p>

Interpretación:

En tabla 16 según las respuestas de los entrevistados manifiestan que los proyectos de ley presentados del año 2020 y 2021 no fueron aprobados debido a que tienen aún vacíos tributarios acerca en la forma de cómo se recaudaría el IGV y de quien debe de pagar el impuesto si la empresa no domiciliada o el consumidor final, asimismo señalan que existe demora por parte del poder legislativo en aprobarlos.

Dimensión: Mecanismos de recaudación

Indicador: Medios de Pagos digitales

Tabla 17

Medios de Pago digitales

Pregunta	Respuestas de los entrevistados
En su experiencia, ¿Qué otros mecanismos de consideran que debería realizar la Administración tributaria para que el Perú tenga una mejor fiscalización de plataformas electrónicas streaming?	Deberían unir todas las plataformas del Estado tales como RENIEC, SUNAT, SUNARP, MINTRA, etc. En mi opinión, la forma más eficaz es la recaudación mediante las entidades financieras. Creo que las autoridades fiscales deberían crear un registro de empresas no residentes que presten estos servicios. y asignarles un RUC de oficio (previa regulación tributaria) de tal manera que dichas empresas tengan la obligación de declarar sus impuestos, con las sanciones de ley en caso de incumplimiento se debe dar el mismo tratamiento que tienen las empresas nacionales, además de ello las entidades financieras deben ser agentes de retención para garantizar el pago de impuestos.

Si bien es cierto la evasión tributaria a causa de las plataformas digitales no solo es en Perú, ya que muchas otras administraciones tributarias de los mismos países donde operan estas plataformas, se ven afectados por este tipo de servicios en el que no se logra identificar el sujeto pasivo del tributo. Una gran ayuda sería que para poder ofrecer un bien o servicio existan requisitos mínimos básicos para poder identificar al contribuyente así mismo ir de la mano con otros países y establecer tasas que sean más o menos semejantes para que no exista mucha diferencia; ya que si aplicamos tasas con diferencias abismales en algunos casos puede no funcionar. Un breve ejemplo es el caso de Francia en el que el impuesto que aplico a sus plataformas solo duró un mes, debido a el gobierno de Estados Unidos amenazó con aumentar los aranceles a las importaciones de productos franceses sensibles porque consideraba que el impuesto perseguía a las empresas norteamericanas.

Entonces se deben analizar varias aristas antes de imponer un tributo en las plataformas. Creo que esto va funcionar en medida que exista un previo acuerdo con la OCDE también ya que esta es una organización que bien podría encaminarnos a través de gravar los servicios digitales de la mejor manera.

Interpretación:

En la tabla 17, los expertos indican que uno de los mecanismos a tener en cuenta para la recaudación fiscal debería ser que las entidades financieras sean quienes retengan el impuesto a las plataformas de streaming en el momento del pago de la suscripción. Otro posible mecanismo a considerar es que Administración Tributaria debe crear un padrón de las empresas no residentes que presten servicios electrónicos para así asignarles un RUC de oficio para que de esta manera dichas empresas tenga la obligación de declarar sus impuestos.

3. Proponer mecanismos de recaudación del IGV aplicadas en las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

A raíz de la pandemia y durante los últimos años se ha generado un alto crecimiento en el uso de las plataformas electrónicas streaming como Netflix, Spotify, YouTube, Amazon Prime por lo que se ha visto en la obligación de establecer cambios en las normativas tributarias existentes de diversos países en Latinoamérica con respecto a la aplicación del IVA con el fin de gravar a estas plataformas, debido a las a que las empresas que ofrecen este servicio no tienen un residencia fiscal en el país donde se encuentra el consumidor .Es por esta razón, que se establecerá los mecanismos de recaudación más adecuados para aplicación del IGV en el Perú.

1. Objetivos de la propuesta

Objetivo general:

- Proponer mecanismos de recaudación del IGV aplicadas en las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

Objetivos específicos:

- Determinar los criterios de consumo de IGV para el servicio prestado por plataformas electrónicas streaming en el Perú.
- Explicar y seleccionar el mecanismo más adecuado para la recaudación del IGV aplicado en las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

2. Generalidades de las plataformas streaming

Mediante las plataformas electrónicas streaming muchas personas tienen la posibilidad de ver programas, videos, escuchar música sin que sea necesario descargarlos desde la comodidad de su hogar con flexibilidad de horarios, sin publicidad y con un precio accesible haciendo que este tipo de servicio haya tenido un crecimiento alto en los últimos años.

En Perú las plataformas streaming que han tenido mayores ingresos al 2022 son Netflix y Spotify la primera tuvo ingresos por \$216,837 millones de dólares y la segunda por \$ 49,837 millones de dólares.

En 1987 a Reed Hastings y Marc Randolph tuvo la idea crear Netflix mediante el alquiler DVD por correo enviándoselos a ellos mismos para comprobar su viabilidad y llegando así el disco intacto .Siendo así que 1999 inicio con su servicio de suscripción que le permitió a sus usuarios alquilar un número de DVD ilimitado sin penalizaciones en el retraso y sin fechas de entrega .Registra su patente en Estados Unidos en 2003 teniendo un millón de usuarios .La primera presentación de su servicio streaming inicio en 2007 permitiendo así a sus suscriptores ver series y películas al instante.(Netflix,2022)

Para el 2011 Netflix expande sus servicios a países de Latinoamérica y el Caribe y en 2016 está en 130 países incluido Perú. En 2021 cuenta con más de 200 millones de suscriptores. (Netflix,2022)

Por otro lado, la plataforma de streaming Spotify tiene origen sueco siendo su creador Daniel EK esta nació como una aplicación de modelo de música solo para computadoras su lanzamiento se dio el 07 de octubre del 2008 disponible solo para países europeos sus clientes podían acceder a millones de canciones sin la obligación de descargarlos. En 2009 desarrollaron su app móvil para celulares. En 2011 esta plataforma se expandió a Estados Unidos y en la actualidad el servicio es brindado en 78 países. (Deger 2013, como se citó en Rivera ,2020)

Estas empresas proporcionan sus servicios de forma digital no tienen la obligación de una presencia física es decir de un domicilio fiscal, es por ello que diversos países en donde tienen una presencia digital pagan impuestos como el IVA, mientras que en el Perú por falta de regulaciones tributarias no pagan impuestos cuando el servicio es ofrecido a personas naturales.

3. Desarrollo de la propuesta

- a. **Determinar los criterios de consumo de IGV para la regulación tributaria para el servicio prestado por plataformas streaming en el Perú.**

Tabla 18

Criterios de consumo de IGV para plataformas streaming en Perú

Fuente	Criterios de consumo de IGV para el servicio prestado por Plataformas Streaming en el Perú
Jiménez y Podestá (2021) y Jorrat, M (2020).	La dirección IP o el código de país de la tarjeta SIM del teléfono móvil o cualquier otro dispositivo similar que sea utilizado por el usuario cuando realice compras o pedidos en línea y descargas de contenido digital siempre que se encuentre dentro de territorio peruano.
Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (OCDE, 2021)	La dirección de factura del usuario o cualquier otro comprobante de pago que este ubicado dentro del territorio nacional. Detalles de la cuenta bancaria (ubicación de la cuenta bancaria utilizada para pagar los servicios y dirección del usuario) e información de la tarjeta de crédito o débito para usuarios ubicados en Perú. Número telefónico del usuario del servicio que se encuentre dentro de territorio peruano. Información comercial del cliente o usuario que resida en el Perú

Nota: Se adoptó los criterios de consumo para el servicio prestado por plataformas streaming en Perú considerando las recomendaciones en las investigaciones de los autores.

De ocurrir cualquiera de los casos enumerados en la Tabla N°18, el servicio de streaming se considerará utilizado o consumido en el Perú, por el cual se procederá a gravar con el IGV a los servicios de streaming, además dichos criterios de consumo podrían adicionarse a los proyectos de ley de N°6181-2020 y N°2149-2021 que aún no han sido aprobados.

b. Explicar y seleccionar el mecanismo más adecuado para la recaudación del IGV aplicado en las plataformas streaming en el Perú

- **Explicación de los mecanismos para la recaudación del IGV**

Los dos mecanismos que harán posible la recaudación de IGV para plataformas streaming en Perú son los siguientes:

Inscripción de las empresas no domiciliadas prestadoras de servicio streaming al Registro Único del Contribuyente.

La OCDE y la experiencia internacional de diversos países indican que para la recaudación del IGV de servicios intangibles ofrecidos por proveedores no domiciliados a un consumidor final sea efectiva debe realizarse mediante el desarrollo de un mecanismo de régimen simplificado de registro y cumplimiento para proveedores no residentes con declaración y pago fácil, asimismo no deben contener las mismas obligaciones tributarias que tienen los regímenes de las empresas tradicionales.

Según la OCDE (2021) manifiesta que para que las empresas no domiciliadas comiencen a tributar de manera sencilla, se deben de registrar ante la Administración Tributaria en el caso del Perú deben inscribirse ante la SUNAT para la obtención del Registro Único del Contribuyente (RUC) para ello ingresarán a su portal en línea y llenarán los siguientes datos:

Figura 15

Formato para el Registro


The image shows a registration form from SUNAT. At the top left is the SUNAT logo. To its right, a box contains the title: "FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN AL RUC PARA EMPRESAS NO DOMICILIADAS DE SERVICIOS DIGITALES". Below the title, there is a instruction: "Complete la información solicitada para su inscripción en el Portal de IG.V.". The form consists of several input fields: "Denominación de la empresa.", "Denominación comercial de la empresa .", "Número de indentificación y registro en su pais jurisdicción", "Pais" and "Código postal" (two separate fields), "Direccion fiscal de su pais origen", "Correo electrónico", "Actividad económica al que se dedica", and "URL del sitio web". At the bottom, there is a note: "Se le enviará un e- mail al correo electrónico registrado con las credenciales para la activacion de su cuenta .".

Nota: Adaptado de Dávila et al (2022); OCDE (2021); Jorrat (2020)

Una vez que la empresa no domiciliada se haya inscrito obtendrá su usuario y contraseña con el cual ingresaran al portal para la declaración del IG.V. Donde se procederá a llenar la siguiente información:

Figura 16

Formulario para declaración del IGV y los datos más importantes que se deben mostrar

		Formulario para la Declaración del Impuesto General a las Ventas (IGV) de Empresas no Domiciliadas proveedores de servicios mediante plataformas electronicas		Privado	N°
Período tributario: mm/aaaa		Perú		N° Formulario	
Leer cuidadosamente las instrucciones para el llenado					
I. Datos del Declarante					
Número de Identificación tributaria:		<input type="text"/>			
Razón Social de la Empresa:		<input type="text"/>			
Indique si es una corrección:		Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Tipo de Moneda : <input type="text"/>	
N° de Formulario anterior :		<input type="text"/>		Tasa : <input type="text"/>	
		Importe USD		Importe PEN	
II. Ingresos					
Ingresos por operaciones digitales gravadas					
Devoluciones por servicios anulados o rescindidos					
Total Ingresos Netos del periodo					
III. Determinación de la Deuda					
Impuesto generado					
IGV generado por el servicios anulado o rescindidos					
Saldo a pagar					
Sanciones					
Total Saldo a Pagar					
Número de Verificación Asignatorio:			Dígito de Verificación:		
Portal Sunat-Declaración					

Nota: Adaptado de OCDE (2021); Jorrat (2020)

El pago del impuesto será definitivo, es decir no se tendrá derecho al crédito fiscal este se realizará de manera electrónica el cual permitirá evitar gastos administrativos tanto al proveedor no domiciliado como a la Administración Tributaria. (OCDE,2021)

Las empresas no domiciliadas no tendrán la obligación de emitir facturas o cualquier otro comprobante de pago cuando sus servicios estén dirigido a un consumidor final ya que estos no tienen derecho al crédito fiscal, pero cuando sus servicios estén dirigidos a empresas se puede plantear dentro de la normativa

tributaria el mecanismo de inversión del sujeto pasivo, es decir el que se hace responsable del pago del impuesto es la empresa que adquiere el servicio. (OCDE,2021)

Si se diera el caso de emisión de facturas la norma debe permitir que se genere según las leyes del país del proveedor no residente o aceptar cualquier otro documento diferente como por ejemplo recibos electrónicos, pero este debe contener ciertos requisitos como el número de identificación del consumidor, la base, la cuantía del IGV de acuerdo a la tasa aplicada, el total de la base imponible el cual puede presentarse en el idioma del sujeto no domiciliado. (OCDE,2021)

Empresas del sistema financiero como agentes de retención del IGV aplicados proveedores no domiciliados que ofrecen servicios digitales de streaming.

Tener como agentes de retención a empresas del sistema financiero es un mecanismo de recaudación de IGV que puede ser utilizado en el Perú, por lo cual existe un proyecto de Ley N°6181/2020- CR donde se menciona que se debe hacer modificaciones en el artículo 4° ,9° del TUO de la Ley IGV e ISC, además del artículo 10° DL N°816 que aprueba el Código Tributario.

Según esta propuesta de ley el nacimiento de la obligación de tributaria se dará cuando se utilice los servicios contratados mediante plataformas electrónicas de audio, video u otro similar que sean ofrecidos por proveedores no domiciliados los cuales serán utilizados por personas naturales y jurídicas, en la fecha que realicen la cancelación correspondiente a la suscripción mediante cualquier medio de pago (tarjetas de crédito o débito) a entidades financieras. Para ello de acuerdo a la propuesta de ley se debe de realizar la incorporación del inciso h) del artículo 4° del TUO de la Ley del IGV e ISC. (Proyecto de Ley N°6181,2020).

Por otra parte, se considera oportuno la inclusión del numeral 9.4 del artículo 9°de.TUO de la Ley del IGV e ISC donde se establece que los sujetos del impuesto son las personas naturales o jurídicas usuarias del servicio contratados mediante plataformas de audio y video u otro similar ya que esto esclarece el gravamen de la utilización del servicio del IGV, lo cual actualmente en la normativa vigente no se

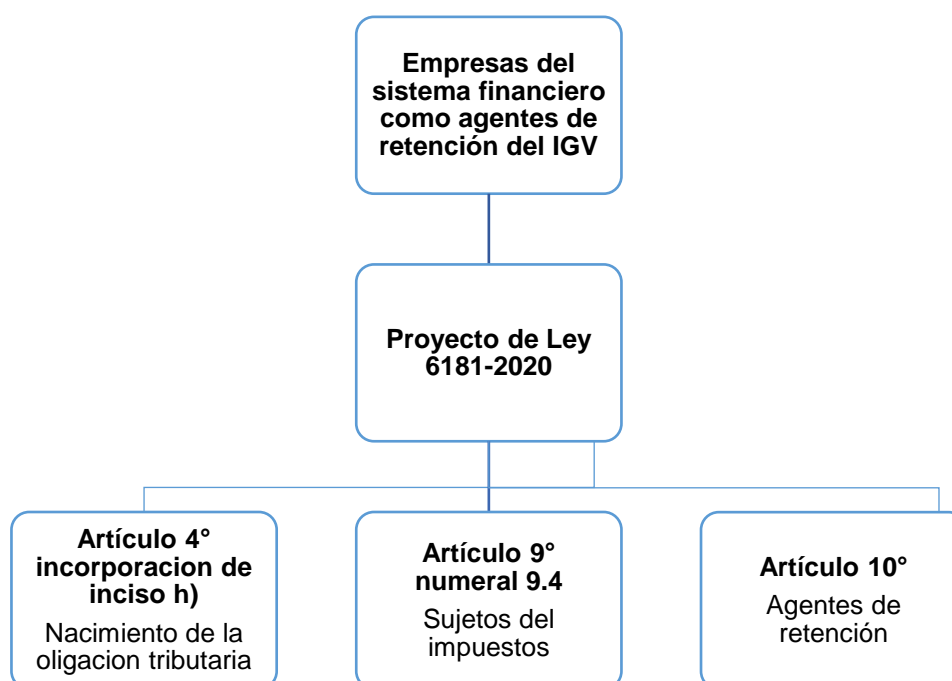
manifiesta. (Proyecto de Ley N°6181,2020). Esta propuesta podría ser mejorada incluyendo los tipos de servicios digitales que podrían aparecer en un futuro los cuales también estarían sujetos al impuesto.

Asimismo, otras de las mejoras que se pueden presentar en el proyecto de ley es considerar los criterios de consumo IGV en el territorio peruano ya que al tratarse de servicios digitales y siendo esta de naturaleza distinta a los servicios regulares ese aspecto no resulta claro. para ello se debe tener en cuenta los supuestos planteados en la tabla N°18 de la presente investigación.

Con respecto a la modificación del artículo 10° del Código Tributario señala que SUNAT tiene la facultad designar como agentes de retención a las empresas del sistema financiero mediante el cual se realiza el pago del servicio y serán estas quienes retengan declaren y paguen el impuesto a la Administración Tributaria siendo así la alternativa más sencilla para la recaudación del IGV. (Proyecto de Ley N°6181,2020)

Figura 17

Recaudación del IGV mediante empresas del sistema financiero



Nota: La figura muestra las modificaciones realizadas en el Proyecto de Ley N°6181-2020 para la recaudación del IGV mediante entidades del sistema financiero. Fuente: Proyecto de Ley N°6181/2020-CR (2020)

- **Selección del mecanismo más adecuado para la recaudación del IGV**

Se considera pertinente que el mecanismo más adecuado para la recaudación IGV es tener como agentes de retención a las empresas del sistema financiero ya que este método es simple y serán los encargados de retener el impuesto en el momento del pago de la suscripción el cual se puede realizar mediante tarjetas de débito o crédito por parte de los usuarios de empresas no domiciliadas que ofrecen servicios digitales de streaming y asimismo declararlo ante SUNAT , esto permitirá que las proveedores no domiciliados puedan cumplir con sus obligaciones tributarias.

Además, el mecanismo seleccionado cumple con los principios de la tributación digital como el de neutralidad ya que busca un trato de igualdad tanto entre las empresas no domiciliadas en el Perú como las que se encuentran dentro del territorio nacional así como con las distintas formas de comercio tanto electrónicos como tradicionales ,el principio de seguridad y simplicidad ya que la norma fiscal debe ser clara y fácil de entender ,el principio de efectividad y justicia porque busca reducir la evasión y elusión y generar una adecuada recaudación de impuestos, principio de flexibilidad ya que el sistema tributario debe de adecuarse a los avances tecnológicos y comerciales que se puedan dar en la actualidad, y principio de eficiencia porque se busca disminuir los costos de cumplimiento de los empresas no domiciliadas y los gastos administrativos de SUNAT deben reducirse lo máximo posible.

La retención a través de empresas del sistema financiero reducirá los gastos administrativos de SUNAT ya que al hacer que las empresas no domiciliadas declaren el impuesto de manera directa significarían muchos más costos, asimismo este mecanismo disminuiría los costos de fiscalización a diversas empresas que ofrecen servicios digitales y se necesitarían menos recursos para fiscalizar a las instituciones del sistema financiero ya que son pocas. Solo se tendría costos para el desarrollo de una programación informática que permita a la entidad bancaria retener el impuesto e identificar los pagos o cualquier otro supuesto que estaría afecto al IGV.

4.Cronograma de la Propuesta

Tabla 19

Cronograma de la Propuesta

Actividades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Set	Oct	Nov	Dic
1 Presentación de la propuesta a SUNAT												
2 Análisis de la Propuesta por SUNAT												
3 Validación de la propuesta por SUNAT												
4 Evaluación de la ejecución de la propuesta por SUNAT												
5 Puesta en marcha de la propuesta para la recaudación de IGV en las plataformas electrónicas streaming												

V. DISCUSIÓN

Para la obtención de los resultados de la presente investigación se empleó dos técnicas de recolección de datos el análisis documental y la entrevista la primera permitió analizar la normativa internacional y nacional para tener una mejor perspectiva del tema estudiado, en cuanto la segunda técnica empleada fue validada por tres expertos quienes realizaron recomendaciones para el mejoramiento de las preguntas planteadas y así optimizar la calidad de los resultados. En cuanto a las limitaciones de la investigación hubo dificultad en contactar a los expertos en tributación para la aplicación de la entrevista debido a que ellos no contaban con el tiempo necesario.

Se considera que los resultados pueden emplearse para futuros estudios relacionados a la normativa tributaria que se debe aplicar para el gravamen de las plataformas streaming o de otros servicios digitales similares el cual debe ser implementado en las distintas naciones debido al alto crecimiento que han tenido en los últimos años permitiendo así aumentar la recaudación fiscal para la obtención de ingresos públicos.

Con respecto al primer objetivo específico relacionado a evaluar los tributos digitales que se aplican a las plataformas electrónicas streaming a nivel internacional se presentó como resultado que en países de Latinoamérica como Chile, Argentina , Colombia y Uruguay aplican el Impuesto al valor agregado para el gravamen de los servicios de streaming donde tienen como mecanismo de recaudación la inscripción de proveedores no domiciliados y la retención a través de medios de pagos mediante entidades del sistema financiero, además con las modificaciones que han realizado en su normativa tributaria se ha logrado recaudar una gran cantidad de impuestos entre \$77 millones de dólares a \$194 millones de dólares anualmente.

Comparando el resultado antes mencionado con la investigación de Neto et al (2019) desarrollo su investigación en Brasil radico la importancia de adaptar la normativa tributaria brasileña a los nuevos cambios que se están dando en la era digital debido a que sus impuestos están quedando obsoletos y Hernández et al (2021) indica que en México el comercio electrónico representa el 9% de las ventas a nivel nacional ya que al hacer una fuente importante de ingresos resulta

necesario actualizar las reformas tributarias para así formalizar su participación a través del Régimen de Incorporación Fiscal. Se encontró similitudes con los resultados presentados donde indica que es necesario hacer cambios en las normas tributarias para así gravar a los nuevos modelos de negocios como es el servicio streaming, por lo que el Perú no deber ser la excepción en la reformatión de su normativa tributaria vigente.

El segundo objetivo específico; fue analizar la norma tributaria vigente para la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú, se analizó el artículo 9° y 56° del TUO de la LIR donde se establece que están gravadas con el IR las empresas no residentes que brinden su servicio digital como el de streaming dentro del territorio nacional a contribuyentes de renta de tercera categoría con la tasa del 30% , también se analizó el artículo 3° y 9° del TUO de la Ley del IGV e ISC, el cual indica que una empresa no residente que ofrezca su servicio en Perú debe gravarse el IGV y serán sujetos de este impuesto los contribuyentes que generen renta de tercera categoría. Teniendo en cuenta ambas leyes se puede decir que en el Perú no hay una normativa vigente para cuando las empresas no residentes ofrezcan el servicio de streaming a personas naturales sin negocio.

En la investigación de Pintado (2020), indica que en el Perú las leyes vigentes del IR y del IGV no regulan de forma adecuada a los servicios de plataformas electrónicas por sujetos no domiciliados a personas naturales y se estaría dejando de recaudar S/101,738 930 millones de soles. Comparando este resultado con la investigación efectuada se encontró semejanzas existiendo así vacíos en la normativa tributaria peruana actual al no gravar a los proveedores no domiciliados que brindan los servicios digitales como el de streaming a personas naturales.

Por su parte Llano et al (2022) en su investigación revisó el artículo 9° inciso i) de la Ley del IR y según el análisis realizado se grava a las plataformas electrónicas como Netflix, Spotify, Amazon que ofrecen los servicios digitales a contribuyentes de renta de tercera categoría así también el autor considera que se debe agregar un inciso en el artículo 56° de la LIR donde se indique que se grave

con una tasa del 3% a los servicios digitales según sea su tipo y cada vez que el usuario final realice el pago de su servicio se le retenga el impuesto, mediante las entidades financieras. Comparando este resultado con la investigación realizada se encontró diferencias ya que de acuerdo a lo analizado en normativa tributaria vigente y con la experiencia internacional en países de Latinoamérica se considera que el impuesto más idóneo para gravar a los servicios de streaming en Perú es el IGV y no el IR teniendo así potencial recaudatorio al 2022 de \$ 40,678 millones de dólares por su aplicación.

El tercer objetivo específico fue proponer mecanismos de recaudación del IGV aplicadas en las plataformas electrónicas streaming en Perú presenta como resultado que para determinar cuando el servicio digital es consumido en territorio nacional se deben considerar ciertos criterios como la dirección IP o el código de la tarjeta SIM usada por el usuario del servicio, la dirección de facturación del cliente, los datos bancarios del usuario que este en Perú. Asimismo, para cumplir con el presente objetivo se evaluaron dos posibles mecanismos para hacer posible la recaudación del IGV en el país donde el primero fue la inscripción del proveedor no domiciliado para la obtención del RUC ante SUNAT y el segundo mecanismo el cual fue seleccionado por su fácil aplicación es realizar la recaudación del IGV mediante empresas del sistema financiero en el momento del pago de la suscripción por parte del usuario del servicio según lo establecido en el Proyecto de Ley N°6181-2020.

En la investigación de Dávila et al (2022) quien propuso recaudar el IGV mediante la inscripción obligatoria de las empresas no domiciliadas proveedoras del servicio digital para ello SUNAT elaborará un listado con las posibles empresas inscritas y en caso de que no realicen las instituciones financieras actuarán como aliados estratégicos aplicando el descuento del impuesto en el momento del pago servicio.

Finalmente comparando el resultado con la propuesta planteada se encuentra similitud con respecto a que serán las entidades bancarias quienes retendrán el impuesto en el momento del pago de la suscripción, sin embargo, se diferencia a que consideran que debe realizarse de manera obligatoria la inscripción de las empresas no residentes que ofrecen su servicio digital ante SUNAT.

VI. CONCLUSIONES

En el primer objetivo específico se concluye que en países de Latinoamérica como Chile, Argentina, Colombia y Uruguay han realizado modificaciones para la aplicación del IVA a los servicios de streaming de acuerdo a lo evaluado tienen como sujeto pasivo al comprador o adquiriente del servicio y en algunos casos al proveedor no domiciliado, como mecanismo de recaudación emplean la inscripción de la empresa no residente y la retención por medios de pago a través de empresas del sistema financiero y tienen como criterios de consumo la dirección IP del dispositivo usado por el cliente, la dirección de facturación, entre otros.

En el segundo objetivo específico se concluye que actualmente en el país están gravadas con el IR los servicios digitales que son brindados por empresas no domiciliadas a contribuyentes de renta de tercera categoría con la tasa del 30% y con el IGV solo se gravan a los servicios utilizados en el país por sujetos no domiciliados ofrecidos a personas naturales o jurídicas que pertenezcan a rentas de tercera categoría. Asimismo, el marco normativo actual no contempla el gravamen para las plataformas electrónicas streaming brindados a personas naturales sin negocio, por lo que al no aplicar el IGV a este servicio se estaría dejando de recaudar \$40,678 millones de dólares al 2022.

En el tercer objetivo específico, se concluye que el mecanismo más adecuado para gravar con el IGV a los proveedores no domiciliados que ofrecen su servicio mediante plataformas electrónicas streaming a personas naturales sin negocio es tener como agentes de retención a las empresas del sistema financiero quienes retendrán el impuesto en la fecha de la cancelación de la suscripción y serán las encargadas de declarar y pagar el IGV a SUNAT, según lo indicado en el Proyecto de Ley N°6181-2020, para lo cual se deben modificar el artículo 4° y 9° del TUO de la Ley del IGV e ISC y el artículo 10° del Código Tributario.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda al gobierno peruano seguir el ejemplo de los países Latinoamericanos mencionados en esta investigación quienes han realizado reformas en su norma tributaria para gravar a las plataformas electrónicas streaming y a otros servicios digitales cuando la operación comercial se dé entre una empresa no domiciliada y el consumidor final para así comenzar aplicar el IGV a los proveedores no domiciliados con la tasa del 18%.

Se recomienda al Poder Legislativo en coordinación con el Poder Ejecutivo realizar modificaciones en la Ley del IGV e ISC debido a que es de vital importancia ya que el servicio que ofrecen las plataformas electrónicas streaming están en constante aumento y al significar un nuevo ingreso público incrementaría la recaudación fiscal permitiendo así el desarrollo económico del país.

Se recomienda a la SUNAT, pueda designar como agentes de retención a las empresas del sistema financiero de acuerdo a lo establecido en el Proyecto de Ley N°6181-2020 adicionando mejoras en esta normativa como los criterios para determinar el consumo del servicio digital en territorio nacional según lo mencionado en la presente investigación.

Por último, se recomienda analizar los resultados presentados en esta investigación a futuros estudiantes y profesionales en la materia, con el fin de realizar mayores estudios de los ingresos fiscales que se está dejando de recaudar en Perú por no aplicar una normativa tributaria no solo a las plataformas streaming si no de otros tipos de servicios electrónicos, contribuyendo así al conocimiento de la población y sirvan como base a futuras propuestas de Ley que se puedan dar.

REFERENCIAS

- Amar, A., y Grondona, V. (2021, 20 de octubre). Economía digital y tributación: el caso argentino en el marco de la experiencia internacional. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL),30-35. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47355-economia-digital-tributacion-caso-argentino-marco-la-experiencia-internacional>
- Bambarén, R. (03 de julio de 2021). Sistema Tributario en el Perú. Universidad de Lima. <https://www.ulima.edu.pe/pregrado/derecho/noticias/sistema-tributario-en-elperu>
- Barreix, A., Bès, M., González, U., Pineda, E. y Riccardi, A. (mayo de 2022). Nueva Imposición Internacional Sobre Sociedades: desafíos, alternativas y recomendaciones para América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*, (1015), 76-80. <https://publications.iadb.org/es/nueva-imposicioninternacional-sobre-sociedades-desafios-alternativas-y-recomendacionespara>
- Bravo, J. (2018). El plano de la norma tributaria. En P. Barros(Eds). Fundamentos en Derecho tributario (págs. 15-49). Fondo Editorial de la PUCP. <https://books.google.com.pe/books?id=lsxJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Cano, J. (2019, 20 de mayo). Desaprovecha México gravar plataformas. *El Norte* <https://www.proquest.com/newspapers/desaprovecha-méxico-gravar-plataformas/docview/2227369214/se-2>
- Cerrillo, R. Á. (2020,13 de julio). La necesidad de un cambio tributario en materia de economía digital. *Economías: Revista vasca de economía*, (98), 108-125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7694313>
- Colás, P y Quintero, I. (2022,01 de junio). YouTube y aprendizaje: Una revisión bibliográfica sistemática. REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 21(1), 47-63. <https://doi.org/10.15366/reice2023.21.1.003>

- Consejo de la Unión Europea (COM.2018) Propuesta de DIRECTIVA DEL CONSEJO por la que se establecen normas relativas a la fiscalidad de las empresas con una presencia digital significativa. Secretario general de la Comisión Europea chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclefindmkaj/https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7419-2018-INIT/es/pdf
- Constitución Política del Perú. (1993, 29 de diciembre). Congreso Constituyente Democrático. Diario Oficial El Peruano. <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0001/1-constitucion-politica-del-peru1.pdf>
- Dávila, J. H. M., Agreda, M. A., y Pérez, A. P. C. (2022). Economía Digital y Tributación. *TecnoHumanismo*, 2(2), 64-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8326413>
- Fajersztajn, B., Mariz de Oliveira e Siqueira, Campos Advogados, & Santos, R. T. (2020,30 de marzo). Amanhã no Brasil: Os desafios da tributação da economia digital. *International Tax Review*, <https://www.proquest.com/scholarly-journals/amanhã-no-brasil-os-desafios-da-tributação/docview/2397438790/se-2>
- Faulhaber, L. V. (2019). TAXING TECH: THE FUTURE OF DIGITAL TAXATION. *Virginia Tax Review*, 39(2), 145-195. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/taxing-tech-future-digital-taxation/docview/2382631081/se-2>
- Faúndez, A., Vidal, A., Olguín, A., y Molina, F. (2021,30 de junio). Tributación en la economía digital: Propuestas impulsadas por la OCDE y el impacto frente a los principios rectores de todo sistema tributario. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(1), 9-28. <https://www.scielo.cl/pdf/rchdt/v10n1/0719-2584-rchdt-10-1-00009.pdf>
- García, W. (2020). Comercio electrónico. Ediciones Fiscales ISEF.SA, Plataformas Digitales (pp 20-49) https://books.google.com.pe/books/about/PLATAFORMAS_DIGITALES_2020.html?id=P3rtDwAAQBAJ&redir_esc=y.
- Geringer, S. (2020,21 de enero). National digital taxes–Lessons from Europe. *South African Journal of Accounting Research*, 35(1), 1-19. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10291954.2020.1727083>

- Gómez, J. y Morán, D. (2020). Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, (215), 41-44. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46301/1/S2000696_es.pdf
- Hernández, A; Mapen, F. y Hernández, L (2021). Economía digital: Panorama de tributación de los ingresos en México. *Revista Científica de la UCSA*, vol.8, n.2 pp.51-63: http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522021000200051&lng=es&nrm=iso
- Jiménez, P. (2021,09 de octubre). The changes and challenges posed by the taxation of the digital economy in the international context. *Transnacional Law Notebooks*, 13(2) , 289-328. <https://doi.org/10.20318/cdt.2021.6258>
- Jiménez, J. y Podestá, A. (2021, 2 de abril). Tributación Indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina. *Centro Interamericano de Administración tributaria- CIAT*, 47-53. <https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>
- Jorrat, M (2020). Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Experiencias-internacionales-en-la-tributacion-de-la-economia-digital.pdf>
- Kalachikhin, P. A. (2022). Methodology of Goal-Setting of Scientific Research. *Automatic Documentation and Mathematical Linguistics*, 56(4), 216-222. <https://doi.org/10.3103/S0005105522040082>
- Klein, D., Ludwig, C. A., & Spengel, C. (2022). Taxing the Digital Economy: Investor Reaction to the European Commission's Digital Tax Proposals. *National Tax Journal*, 75(1), 61–92. <https://doi.org/10.1086/717518>
- Kravtsova, T., Rohalska, V., Bukhanevych, O., Ilkov, V., & Chudnovskyi, O. (2020). TOPICAL TAXATION ISSUES IN CONDITIONS OF DIGITAL MARKET. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 23(1), 1-6. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/topical-taxation-issues-conditions-digital-market/docview/2424655611/se-2>

- Kuhayli, H. A., Pilotti, M., Alaoui, K. E., Cavazos, S. E., Hassan, S. A. M., & Ghazo, R. A. (2019). An Exploratory Non-experimental Design of Self-Assessment Practice. *The International Journal of Assessment and Evaluation*, 26(1), 49-65. <https://doi.org/10.18848/2327-7920/CGP/v26i01/49-65>
- Largarde C, (2019, 31 de marzo) BCR a favor de que apps de servicios paguen impuestos: El titular del BCR dijo que estas plataformas deben pagar IGV e Impuesto a la Renta. El Comercio <https://www.proquest.com/newspapers/bcr-favor-de-que-apps-servicios-paguen-impuestos/docview/2200159843/se-2>
- Lazos, G., Pazarskis, M., & Karagiorgos, A. (2019,13 de Octubre). Business taxation in the digital economy: existing problems and perspectives. [оподаткування бізнесу в цифрову економіку: існуючі проблеми та перспективи налогообкладення бізнесу в цифровій економіці: існуючі проблеми та перспективи] *aktual'ni problemy ekonomiky = Actual Problems in Economics*, (220), 86-92. <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2019-1-220-86-92>
- Lee, S., Lee, S., Joo, H., & Nam, Y. (2021,10 de mayo). Examining factors influencing early paid over-the-top video streaming market growth: A cross-country empirical study. *Sustainability*, 13(10), 5702. doi: <https://doi.org/10.3390/su13105702>
- León, D. (2022, 06 de octubre). El criterio de establecimiento permanente frente a la economía digital en Colombia: análisis y propuesta de mejora. *Revista de Derecho Fiscal*, (21), 167-215. <https://doi.org/10.18601/16926722.n21.07>
- Ley N°1819 de 2016.Por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones.29 de diciembre de 2016.Diario Oficial N°50101
- Ley N°19535 de 2017. Rendición de cuentas y balance de ejecución presupuestal ejercicio 2016. 3 de octubre de 2017. Diario Oficial N°29796
- Ley N°21210 de 2020.Moderniza la Legislación Tributaria.13 de febrero de 2020.Diario oficial 24 de febrero de 2020
- Ley N°27430 de 2017.Reforma Tributaria.29 de diciembre de 2017.Boletín Oficial N°33781

- Llanos, E., Ramos, L., Pérez, J., y Castillo, J. (2022,31 de octubre). Impuesto a la renta de los servicios digitales brindado por plataformas de empresas no domiciliadas. *Revista Visión Contable Universidad Autónoma Latinoamericana*, (26). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/309/3093797003/>
- Marín B.(2021,14 de mayo).Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 45-65. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e85>
- Mark, B., Adebayo, A., Boateng, S., & Appiahene, P. (2022,23 de noviembre). Comparative analysis of taxation techniques and models used in digital economy. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 12(6), 22-29. doi:<https://doi.org/10.32479/ijefi.13544>
- Monar, M., Rojas, M. E., y Hurtado, W. (2023,22 de febrero). Plan BEPS y su impacto en Ecuador. *Tesla Revista Científica*,3(1), e154. <https://doi.org/10.55204/trc.v3i1.e154>
- Netflix (2022). La historia de Netflix. https://about.netflix.com/es_es
- Neto,D., Afonso,R., & Fuck,F. (2019). A tributação na era digital e os desafios do sistema tributário no Brasil. *Revista Brasileira de Direito*, 15(1), 145-167. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7219824>
- OECD (2021), Directrices Internacionales sobre IVA, OECD Publishing, Paris,[chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.oecd-ilibrary.org/deliver/9a6341e2-es.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpublication%2F9a6341e2-es&mimeType=pdf](https://www.oecd-ilibrary.org/deliver/9a6341e2-es.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpublication%2F9a6341e2-es&mimeType=pdf)
- OECD/GBM/CIAT/BID. (2021), VAT Digital Toolkit for Latin America and the Caribbean PUBE. OECD, Paris. <https://publications.iadb.org/publications/english/viewer/VAT-Digital-Toolkit-for-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (OCDE, 2014). Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios Acción 1 Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital.<http://t4.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (OCDE, 2021). Proyecto sobre Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios (BEPS) de la OCDE y el G20 Enfoque de dos pilares para abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía. Secretario General de la OCDE. <https://www.oecd.org/tax/beps/puntos-destacados-enfoque-de-dos-pilares-para-abordar-los-desafios-fiscales-derivados-de-la-digitalizacion-de-la-economia-octubre-2021.pdf>

Parsons, A. (2022, 20 de abril). Tax's digital labor dilemma. *Duke Law Journal*, 71(8), 1781-1847. <https://scholarship.law.duke.edu/dlj/vol71/iss8/2/>

Pazmiño, J. (2020, 01 de diciembre). Impuesto a la renta en la economía digital. ¿Cuál es la situación del Ecuador? *Iuris Dictio*, 15-15. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/iurisdictio/article/view/1834>

Penalva, S. (2016). La Responsabilidad tributaria como medida para evitar el fraude fiscal. En: R. Calvo (Eds) *La Responsabilidad Tributaria en Las Transmisiones Inter Vivos de Empresas*. (pag. 21-26). Dykinson, S.L. <https://www.proquest.com/docview/2504320156/79E3137AC4194875PQ/1?accountid=37408>

Pintado, C. (2020). Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018. Tesis para Grado Académico de Maestro en Ciencias - Tributación y Asesoría Fiscal. Universidad Pedro Ruiz Gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8390/BC-4793%20PINTADO%20CASTILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Proyecto Ley 2546-2021/CR (2021). Ley que promueve la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) en servicios ofrecidos mediante plataformas electrónicas <https://wb2server.congreso.gob.pe/spleyportalservice/archivo/MzQ2ODU=/pdf/PL0254620220708>

Proyecto Ley 6181-2020/CR. (2020). Ley que facilita la recaudación de Impuesto General de las Ventas (IGV) generado por los servicios brindados a través de plataformas digitales.

https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL06181-20200910.pdf

Quezada Lucio, N. (2021). Metodología de la investigación. España: Marcombo.

https://www.google.com.pe/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n/AE1OEAAAQBAJ?hl=es

Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta. (1994, setiembre). Aprobado por el Decreto Supremo N°122-94-EF. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/reglamento.html#>

Rivaldi, R. (2021,06 de febrero). Global digital taxes in international trade and its urgency for indonesia. *Transnational Business Law Journal*, 2(1), 35-49.

<https://doi.org/10.23920/transbuslj.v2i1.684>

Rivera , S. (2020,20 de octubre). Consumos streaming juveniles de música. El caso de los jóvenes consumidores de la Zona Metropolitana de Querétaro. *methaodos*.

Revista De Ciencias Sociales, 8(2), 227-241.

<https://doi.org/10.17502/mrcs.v8i2.396>

Sánchez, C. y Toledo, C. (2019,01 de setiembre). Tributación de los ingresos generados por la economía digital. *Perspectiva regional. Actualidad Jurídica Uria Ménéndez* , (52),27-

35.<https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=cb4e1b66-e0ac-4a11-b723--B7087cc2ac8b2f8%40redis>

Sánchez, E, y Carrasco, S. (2021, 17 de diciembre). ¿Existe un tratamiento tributario suficiente para los servicios de streaming brindados por sujetos no domiciliados en el Perú?

Revista Lidera, (16), 66-70.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/24856/23644>

Sarmiento, J. (2021,07 de abril). Fiscalidad directa de la economía digital. *Advocatus*, (040), 171-180.

<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Advocatus/article/view/5291/5088>

Sevillano, S. (2020) Lecciones de derecho tributario: Principios generales y código tributario, Edición 2. Pontificia la Universidad La Católica del Perú

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zkdZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=que+son+tributos+codigo+tributario+peruano+&ots=vglrS42gzt&sig=mkkfr-HlaaG64nIZknQTGO7mhFg#v=onepage&q=que%20son%20tributos%20codigo%20tributario%20peruano&f=false>

Sotomayor, P. (2022, 02 de mayo). ¿Cambiarán las normas tributarias para servicios digitales brindados desde el extranjero? *Infobae*
<https://www.proquest.com/newspapers/cambiarán-las-normas-tributarias-para-servicios/docview/2659025630/se-2>

Sotomayor, P., y Valverde, N. (2019). La imposición al consumo en la era de los servicios digitales. *THEMIS Revista De Derecho*, (76), 29-40.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/22617/21781>

Texto Único Ordenado de La Ley del Impuesto a la Renta. (2004, 8 de diciembre). Aprobado por el Decreto Supremo N°179-2004-EF. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/tuo.html#>

Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (1999, 15 de abril). Aprobado por el Decreto Supremo N°055-99-EF. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/tuo.html#>

Texto Único Ordenado del Código Tributario. (2013, 22 de junio). Aprobado por el Decreto Supremo N°133-2013-EF. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/index.html>

Vargas, J (2021,06 de junio). Los cambios y desafíos que plantea la fiscalidad de la economía digital en el contexto internacional. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 13(2), 289-328. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/6258/5036>

Villaécija, R., y Fernández, E. (2019, 10 de febrero). Cerco del fisco al 'ecommerce' la 'tasa google': España no espera a la UE: El incremento del comercio electrónico ha provocado nuevas normas fiscales por el mundo y tiene en alerta a la agencia

tributaria desde 2021 las plataformas se responsabilizarán de recaudar el IVA de todos sus vendedores el impuesto busca 1.200 millones para revuelo del sector digital. *El Mundo Retrieved* from <https://www.proquest.com/newspapers/cerco-del-fisco-al-ecommerce-la-tasa-google/docview/2177853772/se-2>

Wardani, S. P., & Majid, G. M. (2021) Digital Taxes in Southeast Asia: A Review. *Incredible* ,2774(7395),570-578 https://www.researchgate.net/profile/Gilang-Majid/publication/349757708_Digital_Taxes_in_Southeast_Asia_A_Review/links/60402f5ba6fdcc9c780f73f7/Digital-Taxes-in-Southeast-Asia-A-Review.pdf

Zegarra, R. (2019,30 de noviembre). Comentarios para modernizar el régimen del Impuesto General a las Ventas en el Perú en el marco de la economía digital: la experiencia de la Comunidad Europea y el inmaduro régimen peruano. *Revista De Derecho*, (76), 271-290. <https://doi.org/10.18800/themis.201902.018>

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Tributación digital	Es el conjunto de normas tributarias que pueden ser aplicadas a las distintas actividades económicas que se realizan en las plataformas utilizando solo el internet por lo que no tienen una presencia física en los distintos países donde se puedan desarrollar. (Cerrillo, 2020)	La tributación digital se medió mediante los tipos de tributos, principios, la economía digital y la tributación digital internacional	Tributos	Impuesto	Análisis documental y entrevistas
				Tasa	
				Contribución	
			Principios de Tributación Digital	Neutralidad	
				Eficiencia	
				Seguridad jurídica y simplicidad	
				Efectividad y justicia	
			Economía digital	Flexibilidad	
				Plataformas de streaming	
				Tributación Digital a Nivel Internacional	
Argentina					
Colombia					
Uruguay					
Recaudación Fiscal en las plataformas electrónicas de streaming	Se da con la aparición de los nuevos modelos de negocios en el comercio electrónico y debido a su alto crecimiento las autoridades tributarias	La recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming se medió mediante la	Obligación Tributaria	Sujeto Activo	Análisis documental y entrevista
				Sujeto Pasivo	
			Fiscalidad a Nivel Mundial	Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE	
				Establecimiento permanente	

	<p>nacionales e internacionales fueron conscientes de su importancia por lo que analizaron las distintas maneras de tributación que podrían aplicarles y optando por la reforma en los sistemas tributarios por lo que recomendaron pequeñas modificaciones en materia impositiva que adapten los tributos o conceptos tributarios a la realidad digital. (Lazos et al, 2019).</p>	<p>obligación tributaria, la fiscalidad a nivel mundial, la legislación tributaria peruana y los mecanismos de recaudación.</p>		Presencia digital significativa	
				Impuesto al Valor Agregado	
			Legislación tributaria peruana	Impuesto a la Renta	
				Impuesto General a las Ventas	
				<p>Proyecto de Ley para aplicación de IGV a las plataformas de streaming</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de Ley N°6161/2020 -CR - Proyecto de Ley N°2546/2021 -CR 	
Mecanismos de recaudación	-Medios de Pago digitales				

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS :GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
Tributación Digital	Tributos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impuesto ▪ Tasa ▪ Contribución 	- D.S. N°133-2013-EF. Texto Único Ordenado del Código Tributario -Constitución Política del Perú 1993	Los tipos de tributos establecidos en la normativa tributaria peruana.
	Principios de Tributación Digital	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neutralidad ▪ Eficiencia ▪ Seguridad jurídica y simplicidad ▪ Efectividad y justicia ▪ Flexibilidad 	La información se obtendrá de Proquest: Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios Acción 1 Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital (2014) -	La aplicación de los principios de la tributación digital para las plataformas digitales
	Economía digital	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plataformas de streaming 	Se buscó información de artículos científicos indexados en la base de datos Dialnet: -Jiménez y Podestá (2021) Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina	Mediante los hallazgos encontrados permitió conocer las plataformas de streaming más utilizadas y sus tipos
	Tributación Digital a nivel internacional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chile ▪ Argentina ▪ Colombia ▪ Uruguay 	Se obtendrá información de revistas científicas y de leyes: -Ley N°21210- 2020-Chile artículo 8° letra n) -Ley N°27430 – Argentina artículo 1 inciso e) -Ley N°18019 – Colombia artículo 420 literal inciso e)	Realizar un análisis de los tributos a nivel internacional que gravan a los servicios prestados por plataformas electrónicas streaming.

			<p>-Ley N°19535 -Uruguay artículo 243 -literal b)</p> <p>-Sotomayor y Hernández (2019) La imposición al consumo en la era de los servicios digitales</p>	
--	--	--	--	--

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming	Obligación Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sujeto Activo ▪ Sujeto Pasivo 	- D.S. N°133-2013-EF. Texto Único Ordenado del Código Tributario	-El origen y la exigibilidad de la obligación tributaria
	Fiscalidad a nivel mundial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE ▪ Establecimiento permanente ▪ Impuestos al Valor Agregado ▪ Presencia digital significativa 	<p>Se obtendrá información de las informes y propuestas de recaudación establecidos por los organismos internacionales y así como también de artículos científicos, libros de Proquest y Scopus.</p> <p>-OCDE (2021) Enfoque de dos pilares para abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía.</p> <p>- Faulhaber (2019) Taxing Tech: El futuro de la tributación digital</p> <p>- Comisión de la Unión Europea (2018) Propuesta de directiva del consejo por la que se establecen normas relativas a la fiscalidad de las empresas con una presencia digital significativa.</p> <p>-Barriex et al. (2022) Nueva imposición internacional sobre sociedades: desafíos, alternativas y recomendaciones para América Latina y el Caribe.</p> <p>Jiménez y Podestá (2021) Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina</p>	-Analizar los mecanismos de recaudación aplicadas en las plataformas electrónicas establecidos por los organismos internacionales y asimismo los mecanismos que fueron implementados por diversos países de manera autónoma.

	<p>Legislación Tributaria peruana</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impuesto a la Renta ▪ Impuesto General a las Ventas ▪ Proyectos de Ley para la recaudación de IGV aplicados en las plataformas electrónicas de streaming : <ul style="list-style-type: none"> -Proyecto de Ley N°6161/2020-CR -Proyecto de Ley N°2546/2021-CR 	<p>-D.S. N°179-2004-EF. Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta</p> <p>- D.S. N°122-94-EF. Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta</p> <p>-D.S. N°055-99-EF. Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo</p> <p>- Proyecto de Ley N°6161/2020-CR</p> <p>- Proyecto de Ley N°2546/2021-CR</p>	<p>-Analizar mecanismos propuestos en los proyectos de ley N°6161 /2020 y 2546/2021 para la recaudación del IGV aplicado en las plataformas electrónicas de streaming</p>
	<p>Mecanismos de recaudación</p>	<p>Medios de Pagos Digitales</p>	<p>Jorratt (2020) Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital,</p>	<p>La fiscalidad mediante las transacciones financieras para la recaudación del impuesto</p>

GUIA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
<p>Tributación Digital y Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú</p>	<p>Mecanismos de recaudación de IGV aplicados a las plataformas electrónicas streaming en el Perú</p>	<p>Mecanismos de recaudación de IGV aplicados a las plataformas electrónicas streaming</p>	<p>Investigaciones realizadas a nivel internacional con respecto a estrategias de recaudación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -OCDE (2021) Directrices Internacionales sobre IVA - Jorratt (2020) Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital -Jiménez y Podestá (2021) Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina -OCDE (2021) Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe. <p>Investigaciones realizadas en el Perú con respeto a las estrategias de recaudación aplicadas en las plataformas de streaming:</p>	<p>Proponer mecanismos de recaudación de IGV aplicadas en las plataformas electrónicas streaming en el Perú.</p>

			<ul style="list-style-type: none">- Dávila et al (2022) Economía Digital y Tributación. TecnoHumanismo.- Proyecto de Ley N°6161/2020-CR	
--	--	--	--	--

Guía Entrevista

Entrevista para los expertos con especialidad en tributación – Chiclayo 2023

Objetivo: La entrevista planteada, en el presente cuestionario cuyo objetivo es recopilar información relevante para desarrollar el trabajo de investigación “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú”.

1. ¿Por qué es necesario, la aplicación de algún tipo de tributo a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Sustente su respuesta.

2. ¿Por qué cree que el Estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital para aplicarlos a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Explique.

3. ¿Mencione qué plataformas streaming que deberían de gravarse con algún tipo de impuesto en el Perú? Explique.

4. ¿Considera usted que las actividades que se desarrollan dentro de la economía digital de manera online convierten a internet en un paraíso fiscal? Explique su respuesta

5. ¿De las reformas tributarias implementadas en países como Colombia, Argentina Chile y Uruguay, entre otros para las plataformas electrónicas streaming, ¿Cuál de ellas se podría a adaptar al Perú? Explique.

6. ¿Por qué no se puede identificar a los contribuyentes en las operaciones que se realizan a través de las plataformas electrónicas streaming en el Perú?

7. La OCDE considera el enfoque de dos pilares para la economía digital. El primero dice que el país donde se encuentren los usuarios finales de la empresa que ofrece el servicio digital tenga la potestad de gravar con renta parte de sus utilidades a pesar de no tener presencia física en el país mediante una entidad legal y el pilar 2 se enfoca en garantizar que las empresas digitales internacionales estén sujetas a una tasa impositiva mínima del 15%, ¿Cuál de los dos pilares se podrían implementar al Perú, para mejorar la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming?

8. ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? Sustente su respuesta.

9. ¿Si la tributación fuera en el lugar del consumo del servicio digital, se incrementaría el nivel de recaudación? Sustente su respuesta

10. ¿El Perú debería de regular al IGV sobre las plataformas electrónicas streaming mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países? Explique

11. En países de Latinoamérica aplican el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales ofrecidos mediante plataformas electrónicas y asimismo a otros modelos de negocio que se presentan en la economía digital ¿Considera usted que es importante que gran parte de los países alrededor del mundo hayan adaptado sus normas tributarias para la aplicación del IVA a los servicios digitales? Sustente su respuesta.

12. Considera Ud. ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta en las plataformas electrónicas de streaming dentro del marco tributario peruano?

13. - En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de streaming en el Perú afectaría al consumidor final?

14. Existen dos proyectos de ley sobre la recaudación de IGV en las plataformas de streaming Ley N°6161/2020 -CR y N°2546/2021 -CR ¿Por qué considera usted, que dichos proyectos de ley aún no han sido aprobados? Explique

15. ¿Considera que la retención podría ser un mecanismo de recaudación, utilizando como medios las tarjetas de crédito o débito? Sustente su respuesta.

16. En su experiencia, ¿Qué otros mecanismos de recaudación fiscal consideran que debería realizar la Administración tributaria para que el Perú tenga una mejor fiscalización de plataformas electrónicas streaming?



Anexo 3

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Collantes Palomino Hugo Yvan		
Grado profesional:	Maestría (x)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	(x)
	Educativa ()	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Contabilidad		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (x)	
Experiencia en Investigación Psicométrica:	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Entrevista la” Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú”.
Autores:	Ramos Ruiz Breniz Zulema Ramos Ruiz Brizzet Leydy
Procedencia:	Chiclayo.
Administración:	
Tiempo de aplicación:	30 minutos por persona.
Ámbito de aplicación:	Chiclayo.
Significación:	La entrevista está conformada por 16 preguntas con las siguientes dimensiones: tributos, principios de la tributación digital, economía



	digital, tributación digital a nivel internacional, obligación tributaria, fiscalidad a nivel mundial y legalización tributaria peruana.
--	--

4. **Soporte teórico**

- **Tributación digital:**

La tributación digital se define como un conjunto de normas tributarias que se aplican a diversas actividades económicas realizadas en las plataformas utilizando solo el internet por lo que no tienen una presencia física en los distintos países donde se puedan desarrollar. (Cerrillo, 2020)

- **Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming:**

La recaudación fiscal en las plataformas electrónicas se da con se da con la aparición de los nuevos modelos de negocios en el comercio electrónico debido a su alto crecimiento, las autoridades tributarias nacionales e internacionales fueron conscientes de su importancia por lo que analizaron las distintas maneras de tributación que podrían aplicarse, optando por la reforma en los sistemas tributarios por lo que recomendaron pequeñas modificaciones en materia impositiva que adapten los tributos o conceptos tributarios a la realidad digital. (Lazos et al 2019)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Tributación digital	1. Tributos 2. Principios de la tributación digital. 3. Economía digital 4. Tributación digital a Nivel internacional	1. Sevillano (2020) es un instrumento u obligación usado por el Estado para obtener ingresos permitiéndole financiar el gasto público y satisfacer las necesidades de la población. 2. García (2020) menciona que son el conjunto de normas que debe guiar a los estados en materia tributaria tanto a los negocios del comercio tradicional como los nuevos modelos de negocios que se dan a través del comercio electrónico, asimismo como también las operaciones que se dan a través de plataformas electrónicas. 3. Pazmiño (2020) se origina con la aparición de nuevas tecnologías dando paso a nuevas maneras de interactuar en el mercado donde la presencia física de vendedores y compradores no es necesaria convirtiendo a internet en el instrumento clave para que se lleven a cabo las operaciones económicas por lo que bienes físicos dan paso a los intangibles. 4. Jorrat (2020) y Sánchez y Toledo (2019) indica que en países latino americanos como: Chile, Argentina, Colombia y Uruguay han realizado cambios en sus normas tributarias gravando a los servicios digitales con el cobro del IVA.



<p>Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming</p>	<p>1. Obligación Tributaria 2. Fiscalidad a Nivel Mundial. 3. Legislación Tributaria Peruana. 4. Mecanismos de recaudación</p>	<p>1. Bravo (2018) es el vínculo que se da entre los sujetos activos el Estado y el sujeto pasivo quien es el contribuyente en el momento de la declaración y pago del tributo para sé de esto tiene que haberse generado la prestación de algún bien o servicio es decir el hecho imponible. 2. Parsont (2022) la fiscalidad a nivel mundial de los servicios digitales ha sido compleja ya que un principio las empresas que participaban en la economía digital obtenían ingresos que no estaban gravados por ninguna jurisdicción tributaria lo cual provocaba una competencia desleal con las empresas que intervenían en la economía tradicional quienes si contaban con normativas tributarias 3. La legislación tributaria es un sistema que contempla las normas y/o leyes para ejercer la facultad de recaudación referente a tributos. (Bambarén, 2021). 4. Zegarra (2019) será aquel que pueda unir al proveedor que ofrece el servicio y a la obligación de retención por parte de la entidad encargada que sea destinada a recibir el pago</p>
---	--	--

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la entrevista “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú”. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p>CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p>COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA El ítem es esencial</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide



importante, es decir debe ser incluido.		éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable independiente: Tributación digital
Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Tributos
- Objetivos de la Dimensión: Identificar qué tipo de tributo se aplicaría a las plataformas electrónicas streaming en el Perú

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tasa	1. ¿Por qué es necesario, la aplicación de algún tipo de tributo a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Sustente su respuesta.	4	4	4	
Contribución					
Arbitrios					

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Principios de Tributación Digital
- Objetivos de la Dimensión: Saber el motivo de porque el Estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital a las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Neutralidad	2. ¿Por qué cree que el Estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital para aplicarlos a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Explique.	4	4	4	
Eficiencia					
Efectividad y justicia					
Flexibilidad					

Dimensiones del instrumento:

- Tercera dimensión: Economía digital
- Objetivos de la Dimensión: Conocer a qué plataformas electrónicas streaming se les aplicaría con algún tipo de impuesto en el Perú.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Plataformas de streaming	3. ¿Mencione qué plataformas streaming deberían gravarse con algún tipo de impuesto en el Perú? Explique.	4	4	4	
	4. ¿Considera usted que las actividades que se desarrollan dentro de la economía digital de manera online convierten a internet en un paraíso fiscal? Explique su respuesta	4	4	4	

Dimensiones del instrumento:

- Cuarta dimensión: Tributación Digital a Nivel Internacional
- Objetivos de la Dimensión: Identificar que reforma tributaria implementadas en los países como Colombia, Argentina, Chile y Uruguay se podría adaptar al Perú

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Chile	5. ¿De las reformas tributarias implementadas en países como Colombia, Argentina Chile y Uruguay, entre otros para la plataforma electrónicas de streaming, ¿Cuál de ellas se podría adaptar al Perú? Explique.	4	4	4	
Argentina					
Colombia					
Uruguay					

Variable independiente: Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Obligación Tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Identificar al sujeto pasivo en las operaciones que se realizan a través plataformas electrónicas streaming.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Sujeto Activo	6. ¿Por qué no se puede identificar al sujeto pasivo en las operaciones que se realizan a través de las plataformas electrónicas de streaming en el Perú?	4	4	4	
Sujeto Pasivo					

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Fiscalidad a Nivel Mundial
- Objetivos de la Dimensión: Determinar que mecanismos propuestos por la OCDE y la Comisión de la Unión Europea se podrían adaptar la normativa peruana.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE	7. La OCDE considera el enfoque de dos pilares para la economía digital. El primero dice que el país donde se encuentren los usuarios finales de la empresa que ofrece el servicio digital tenga la potestad de gravar con renta parte de sus utilidades a pesar de no tener presencia física en el país mediante una entidad legal y el pilar 2 se enfoca en garantizar que las empresas digitales internacionales estén sujetas a una tasa impositiva mínima del 15%, ¿Cuál de los dos pilares se podrían implementar al Perú, para mejorar la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming?	4	4	4	
Establecimiento permanente	8. ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización	4	4	4	



	basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? Sustente su respuesta.				
Presencia digital significativa	9 ¿Si la tributación fuera en el lugar del consumo del servicio digital, se incrementaría el nivel de recaudación? Sustente su respuesta	4	4	4	
	10. ¿El Perú debería de regular al IGV sobre las plataformas electrónicas streaming mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países? Explique	4	4	4	
Impuesto al Valor Agregado	11. En países de Latinoamérica aplican el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales ofrecidos mediante plataformas electrónicas y asimismo a otros modelos de negocio que se presentan en la economía digital ¿Considera usted que es importante que gran parte de los países alrededor del mundo hayan adaptado sus normas tributarias para la aplicación del IVA a los servicios digitales? Sustente su respuesta	4	4	4	

Dimensiones del instrumento:

- **Tercera dimensión:** Legislación Tributaria Peruana

Objetivos de la Dimensión: Evaluar la legislación tributaria en el Perú para la aplicación de impuestos a las plataformas electrónicas de streaming

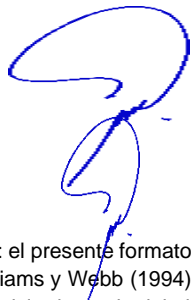
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impuesto a la Renta	12. Considera Ud. ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta en las plataformas electrónicas de streaming dentro del marco tributario peruano? Sustente su respuesta	4	4	4	
Impuesto General a las Ventas	13. En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de streaming en el Perú afectaría al consumidor final	4	4	4	
Proyecto de Ley para aplicación de IGV a las plataformas de streaming	14. Existen dos proyectos de ley sobre la recaudación del IGV en las plataformas de streaming Ley N°6161/2020 -CR y N°2546/2021 -CR ¿Por qué considera usted, que dichos proyectos	4	4	4	

- Proyecto de Ley N°6161/2020 - CR - Proyecto de Ley N°2546/2021 -CR	de ley aún no han sido aprobados? Explique				
---	--	--	--	--	--

Dimensiones del instrumento:
Cuarta dimensión: Mecanismos de recaudación

Objetivos de la Dimensión: Evaluar que mecanismo se aplicaría para la recaudación del IGV en las plataformas electrónicas de streaming.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Medios de Pago digitales	15. ¿Considera que la retención podría ser un mecanismo de recaudación, utilizando como medios las tarjetas de crédito o débito? Sustente su respuesta.	4	4	4	
	16. En su experiencia, ¿Qué otros mecanismos de recaudación fiscal consideran que debería realizar la Administración tributaria para que el Perú tenga una mejor fiscalización de plataformas electrónicas	4	4	4	




CPC. Hugo Juan Collantes Palomino
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MATRICULA 04-1677
Firma del evaluador/DNI
167349J7

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Datos generales del juez

Nombre del juez:	Incio Nañez Placido Eduardo
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Tributación
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica:	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.



6. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

7. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Entrevista la" Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú".
Autores:	Ramos Ruiz Breniz Zulema Ramos Ruiz Brizzet Leydy
Procedencia:	Chiclayo.
Administración:	
Tiempo de aplicación:	30 minutos por persona.
Ámbito de aplicación:	Chiclayo.
Significación:	La entrevista está conformada por 16 preguntas con las siguientes dimensiones: tributos, principios de la tributación digital, economía digital, tributación digital a nivel internacional, obligación tributaria, fiscalidad a nivel mundial y legalización tributaria peruana.



8. **Soporte teórico**

- **Tributación digital:**

La tributación digital se define como un conjunto de normas tributarias que se aplican a diversas actividades económicas realizadas en las plataformas utilizando solo el internet por lo que no tienen una presencia física en los distintos países donde se puedan desarrollar. (Cerrillo, 2020)

- **Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming:**

La recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming se da con la aparición de los nuevos modelos de negocios en el comercio electrónico y debido a su alto crecimiento las autoridades tributarias nacionales e internacionales fueron conscientes de su importancia por lo que analizaron las distintas maneras de tributación que podrían aplicarles y optando por la reforma en los sistemas tributarios por lo que recomendaron pequeñas modificaciones en materia impositiva que adapten los tributos o conceptos tributarios a la realidad digital. (Lazos et al 2020).

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Tributación digital	1. Tributos 2. Principios de la tributación digital. 3. Economía digital 4. Tributación digital a Nivel internacional	1. Sevillano (2020) es un instrumento u obligación usado por el Estado para obtener ingresos permitiéndole financiar el gasto público y satisfacer las necesidades de la población. 2. García (2020) menciona que son el conjunto de normas que debe guiar a los estados en materia tributaria tanto a los negocios del comercio tradicional como los nuevos modelos de negocios que se dan a través del comercio electrónico, asimismo como también las operaciones que se dan a través de plataformas electrónicas. 3. Pazmiño (2020) se origina con la aparición de nuevas tecnologías dando paso a nuevas maneras de interactuar en el mercado donde la presencia física de vendedores y compradores no es necesaria convirtiendo a internet en el instrumento clave para que se lleven a cabo las operaciones económicas por lo que bienes físicos dan paso a los intangibles. 4. Jorrat (2020) y Sánchez y Toledo (2019) indica que en países latino americanos como: Chile, Argentina, Colombia y Uruguay han realizado cambios en sus normas tributarias gravando a los servicios digitales con el cobro del IVA.
Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming	1. Obligación Tributaria 2. Fiscalidad a Nivel Mundial. 3. Legislación Tributaria Peruana. 4. Mecanismos de recaudación	1. Bravo (2018) es el vínculo que se da entre los sujetos activos el Estado y el sujeto pasivo quien es el contribuyente en el momento de la declaración y pago del tributo para sé de esto tiene que haberse generado la prestación de algún bien o servicio es decir el hecho imponible.



		<p>2. Parsont (2022) la fiscalidad a nivel mundial de los servicios digitales ha sido compleja ya que un principio las empresas que participaban en la economía digital obtenían ingresos que no estaban gravados por ninguna jurisdicción tributaria lo cual provocaba una competencia desleal con las empresas que intervenían en la economía tradicional quienes si contaban con normativas tributarias</p> <p>3. La legislación tributaria es un sistema que contempla las normas y/o leyes para ejercer la facultad de recaudación referente a tributos. (Bambarén, 2021).</p> <p>4. Zegarra (2019) será aquel que pueda unir al proveedor que ofrece el servicio y a la obligación de retención por parte de la entidad encargada que sea destinada a recibir el pago</p>
--	--	---

9. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la entrevista “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú”. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable independiente: Tributación digital
Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Tributos
- Objetivos de la Dimensión: Identificar qué tipo de tributo se aplicaría a las plataformas electrónicas streaming en el Perú
-

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tasa	1. ¿Por qué es necesario, la aplicación de algún tipo de tributo a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Sustente su respuesta.	4	4	3	
Contribución					
Arbitrios					

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Principios de Tributación Digital
- Objetivos de la Dimensión: Saber el motivo de porque el Estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital a las plataformas electrónicas streaming en el Perú.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Neutralidad	2. ¿Por qué cree que el Estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital para aplicarlos a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Explique.	4	4	4	
Eficiencia					
Efectividad y justicia					
Flexibilidad					



Dimensiones del instrumento:

- Tercera dimensión: Economía digital
- Objetivos de la Dimensión: Conocer a qué plataformas streaming se les aplicaría con algún tipo de impuesto en el Perú.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Plataformas de streaming	3. ¿Mencione qué plataformas streaming deberían de gravarse con algún tipo de impuesto en el Perú? Explique.	4	4	4	
	4. ¿Considera usted que las actividades que se desarrollan dentro de la economía digital de manera online convierten a internet en un paraíso fiscal? Explique su respuesta	4	4	4	

Dimensiones del instrumento:

- Cuarta dimensión: Tributación Digital a Nivel Internacional
- Objetivos de la Dimensión: Identificar que reforma tributaria implementadas en los países como Colombia, Argentina, Chile y Uruguay se podría adaptar al Perú

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Chile	5. ¿De las reformas tributarias implementadas en países como Colombia, Argentina Chile y Uruguay, entre otros para la plataforma electrónicas de streaming, ¿Cuál de ellas se podría a adaptar al Perú? Explique.	4	4	4	
Argentina					
Colombia					
Uruguay					

Variable independiente: Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Obligación Tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Identificar al sujeto pasivo en las operaciones que se realizan a través plataformas electrónicas streaming.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Sujeto Activo	6. ¿¿Por qué no se puede identificar al sujeto pasivo en las operaciones que se realizan a través de las plataformas electrónicas de streaming en el Perú?	4	4	4	
Sujeto Pasivo					

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Fiscalidad a Nivel Mundial
- Objetivos de la Dimensión: Determinar que mecanismos propuestos por la OCDE y la Comisión de la Unión Europea se podrían adaptar la normativa peruana.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE	7. La OCDE considera el enfoque de dos pilares para la economía digital. El primero dice que el país donde se encuentren los usuarios finales de la empresa que ofrece el servicio digital tenga la potestad de gravar con renta parte de sus utilidades a pesar de no tener presencia física en el país mediante una entidad legal y el pilar 2 se enfoca en garantizar que las empresas digitales internacionales estén sujetas a una tasa impositiva mínima del 15%, ¿Cuál de los dos pilares se podrían implementar en el Perú, para mejorar la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas?	4	4	4	
Establecimiento permanente	8. ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación	4	4	4	

	digital? Sustente su respuesta.				
Presencia digital significativa	9. ¿El Perú debería de regular al IGV sobre las plataformas electrónicas streaming mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países? Explique	3	3	3	
	10. ¿Si la tributación fuera en el lugar del consumo del servicio digital, se incrementaría el nivel de recaudación? Sustente su respuesta	4	4	4	
Impuesto al Valor Agregado	11. En países de Latinoamérica aplican el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales ofrecidos mediante plataformas electrónicas y asimismo a otros modelos de negocio que se presentan en la economía digital ¿Considera usted que es importante que gran parte de los países alrededor del mundo hayan adaptado sus normas tributarias para la aplicación del IVA a los servicios digitales? Sustente su respuesta	3	3	3	

Dimensiones del instrumento:

- **Tercera dimensión:** Legislación Tributaria Peruana

Objetivos de la Dimensión: Evaluar la legislación tributaria en el Perú para la aplicación de impuestos a las plataformas electrónicas de streaming

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impuesto a la Renta	12. Considera Ud. ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta en las plataformas electrónicas de streaming dentro del marco tributario peruano? Sustente su respuesta	4	4	4	
Impuesto General a las Ventas	13. En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de streaming en el Perú afectaría al consumidor final	4	4	4	
Proyecto de Ley para aplicación de IGV a las plataformas de streaming - Proyecto de Ley N°6161/2020 -CR	14. Existen dos proyectos de ley sobre la recaudación de IGV en las plataformas de streaming Ley N°6161/2020 -CR y N°2546/2021 -CR ¿Por qué considera usted, que dichos proyectos de ley aún no han sido aprobados? Explique	4	4	4	

- Proyecto de Ley N°2546/2021 - CR				
---------------------------------------	--	--	--	--

Dimensiones del instrumento:
Cuarta dimensión: Mecanismos de recaudación

Objetivos de la Dimensión: Evaluar que mecanismo se aplicaría para la recaudación del IGV en las plataformas electrónicas de streaming.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Medios de Pago digitales	15. ¿Considera que la retención podría ser un mecanismo de recaudación, utilizando como medios las tarjetas de crédito o débito? Sustente su respuesta.	4	4	4	
	16. En su experiencia, ¿Qué otros mecanismos de recaudación fiscal consideran que debería realizar la Administración tributaria para que el Perú tenga una mejor fiscalización de plataformas electrónicas streaming?	4	4	4	




 Firma del evaluador DNI
 16728418

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

10. Datos generales del juez

Nombre del juez:	García Vera Waldemar Ramón
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (x) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docencia
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica:	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.



11. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

12. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Entrevista la " Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú".
Autores:	Ramos Ruiz Breniz Zulema Ramos Ruiz Brizzet Leydy
Procedencia:	Chiclayo.
Administración:	
Tiempo de aplicación:	30 minutos por persona.
Ámbito de aplicación:	Chiclayo.
Significación:	La entrevista está conformada por 16 preguntas con las siguientes dimensiones: tributos, principios de la tributación digital, economía digital, tributación digital a nivel internacional, obligación tributaria, fiscalidad a nivel mundial y legalización tributaria peruana.



13. **Soporte teórico**

- **Tributación digital:**

La tributación digital se define como un conjunto de normas tributarias que se aplican a diversas actividades económicas realizadas en las plataformas utilizando solo el internet por lo que no tienen una presencia física en los distintos países donde se puedan desarrollar. (Cerrillo, 2020)

- **Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming:**

La recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming se da con la aparición de los nuevos modelos de negocios en el comercio electrónico y debido a su alto crecimiento las autoridades tributarias nacionales e internacionales fueron conscientes de su importancia por lo que analizaron las distintas maneras de tributación que podrían aplicarles y optando por la reforma en los sistemas tributarios por lo que recomendaron pequeñas modificaciones en materia impositiva que adapten los tributos o conceptos tributarios a la realidad digital. (Lazos et al 2020).

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Tributación digital	1. Tributos 2.Principios de la tributación digital. 3.Economía digital 4. Tributación digital a Nivel internacional	1. Sevillano (2020) es un instrumento u obligación usado por el Estado para obtener ingresos permitiéndole financiar el gasto público y satisfacer las necesidades de la población. 2 García (2020) menciona que son el conjunto de normas que debe guiar a los estados en materia tributaria tanto a los negocios del comercio tradicional como los nuevos modelos de negocios que se dan a través del comercio electrónico, asimismo como también las operaciones que se dan a través de plataformas electrónicas. 3. Pazmiño (2020) se origina con la aparición de nuevas tecnologías dando paso a nuevas maneras de interactuar en el mercado donde la presencia física de vendedores y compradores no es necesaria convirtiendo a internet en el instrumento clave para que se lleven a cabo las operaciones económicas por lo que bienes físicos dan paso a los intangibles. 4. Jorrat (2020) y Sánchez y Toledo (2019) indica que en países latino americanos como: Chile, Argentina, Colombia y Uruguay han realizado cambios en sus normas tributarias gravando a los servicios digitales con el cobro del IVA.
Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming	1. Obligación Tributaria 2. Fiscalidad a Nivel Mundial. 3.Legislacion Tributaria Peruana. 4.Mecanismos de recaudación	1.Bravo (2018) es el vínculo que se da entre los sujetos activos el Estado y el sujeto pasivo quien es el contribuyente en el momento de la declaración y pago del tributo para sé de esto tiene que haberse generado la prestación de algún bien o servicio es decir el hecho imponible. 2.Parsont (2022) la fiscalidad a nivel mundial de los



		<p>servicios digitales ha sido compleja ya que un principio las empresas que participaban en la economía digital obtenían ingresos que no estaban gravados por ninguna jurisdicción tributaria lo cual provocaba una competencia desleal con las empresas que intervenían en la economía tradicional quienes si contaban con normativas tributarias</p> <p>3. La legislación tributaria es un sistema que contempla las normas y/o leyes para ejercer la facultad de recaudación referente a tributos. (Bambarén, 2021).</p> <p>4. Zegarra (2019) será aquel que pueda unir al proveedor que ofrece el servicio y a la obligación de retención por parte de la entidad encargada que sea destinada a recibir el pago.</p>
--	--	---

14. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la entrevista “Tributación digital y la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming en el Perú”. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p>CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctico y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p>COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como



solicitamos brindesus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable independiente: Tributación digital
Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Tributos
- Objetivos de la Dimensión: Identificar qué tipo de tributo se aplicaría a las plataformas electrónicas streaming en el Perú

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tasa	1. ¿Por qué es necesario, la aplicación de algún tipo de tributo a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Sustente su respuesta.	3	3	4	
Contribución					
Arbitrios					

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Principios de Tributación Digital
- Objetivos de la Dimensión: Conocer las razones de la no implementación por parte el Estado y la Administración tributaria de los principios de la tributación digital a las plataformas electrónicas streaming en el Perú

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Neutralidad	2. ¿Por qué cree que el estado y la Administración tributaria no implementan los principios de la tributación digital para aplicarlos a las plataformas electrónicas streaming en el Perú? Explique.	3	3	3	
Eficiencia					
Efectividad y justicia					
Flexibilidad					

Dimensiones del instrumento:

- Tercera dimensión: Economía digital
- Objetivos de la Dimensión: Conocer a qué plataformas streaming se les aplicaría con algún tipo de impuesto en el Perú.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Plataformas de streaming	3. ¿Mencione qué plataformas streaming deberían gravarse con algún tipo de impuesto en el Perú? Explique.	4	4	4	
	4. ¿Considera usted que las actividades que se desarrollan dentro de la economía digital de manera online convierten a internet en un paraíso fiscal? Explique su respuesta	4	4	4	

Dimensiones del instrumento:

- Cuarta dimensión: Tributación Digital a Nivel Internacional
- Objetivos de la Dimensión: Identificar que reforma tributaria implementadas en los países como Colombia, Argentina, Chile y Uruguay se podría adaptar al Perú

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Chile	5. ¿De las reformas tributarias implementadas en países como Colombia, Argentina Chile y Uruguay, entre otros para la plataforma electrónicas de streaming, ¿Cuál de ellas se podría adaptar al Perú? Explique.	4	4	4	
Argentina					
Colombia					
Uruguay					

Variable independiente: Recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Obligación Tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Identificar al sujeto pasivo en las operaciones que se realizan a través plataformas electrónicas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Sujeto Activo	6. ¿Por qué no se puede identificar a los contribuyentes en las operaciones que se realizan a través de las plataformas electrónicas streaming en el Perú?	4	4	4	
Sujeto Pasivo					

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Fiscalidad a Nivel Mundial
- Objetivos de la Dimensión: Determinar que mecanismos propuestos por la OCDE y la Comisión de la Unión Europea se podrían adaptar la normativa peruana.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Pilar 1 y 2 establecidas por la OCDE	7. La OCDE considera el enfoque de dos pilares para la economía digital. El primero dice que el país donde se encuentren los usuarios finales de la empresa que ofrece el servicio digital tenga la potestad de gravar con renta parte de sus utilidades a pesar de no tener presencia física en el país mediante una entidad legal y el pilar 2 se enfoca en garantizar que las empresas digitales internacionales estén sujetas a una tasa impositiva mínima del 15%, ¿Cuál de los dos pilares se podrían implementar en el Perú, para mejorar la recaudación fiscal en las plataformas electrónicas streaming?	3	3	4	
Establecimiento permanente	8. ¿Cuál es su punto de vista con respecto a la fiscalización	4	4	4	



	basada en el establecimiento permanente para su aplicación a la tributación digital? Sustente su respuesta.				
Presencia digital significativa	9. ¿El Perú debería de regular al IGV sobre las plataformas electrónicas streaming mediante la creación de una presencia digital significativa como lo han hecho algunos países? Explique	4	4	4	
	10 ¿Si la tributación fuera en el lugar del consumo del servicio digital, se incrementaría el nivel de recaudación? Sustente su respuesta	3	3	3	
Impuesto al Valor Agregado	11. En países de Latinoamérica aplican el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales ofrecidos mediante plataformas electrónicas y asimismo a otros modelos de negocio que se presentan en la economía digital ¿Considera usted que es importante que gran parte de los países alrededor del mundo hayan adaptado sus normas tributarias para la aplicación del IVA a los servicios digitales? Sustente su respuesta.	4	4	4	

Dimensiones del instrumento:

- **Tercera dimensión:** Legislación Tributaria Peruana

Objetivos de la Dimensión: Evaluar la legislación tributaria en el Perú para la aplicación de impuestos a las plataformas electrónicas de streaming

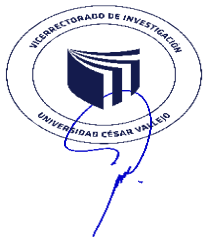
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impuesto a la Renta	12. Considera Ud. ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta en las plataformas electrónicas de streaming dentro del marco tributario peruano?	4	4	4	
Impuesto General a las Ventas	13. En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de streaming en el Perú afectaría al consumidor final?	4	4	4	
Proyecto de Ley para aplicación de IGV a las plataformas de streaming - Proyecto de Ley N°6161/2020 -CR	14. Existen dos proyectos de ley sobre la recaudación de IGV en las plataformas de streaming Ley N°6161/2020 -CR y N° 2546/2021 -CR ¿Por qué considera usted, que dichos proyectos de ley aún no han sido aprobados? Explique.	3	3	3	

- Proyecto de Ley N°2546/2021 - CR				
---------------------------------------	--	--	--	--

Dimensiones del instrumento:
Cuarta dimensión: Mecanismos de recaudación

Objetivos de la Dimensión: Evaluar que mecanismo se aplicaría para la recaudación del IGV en las plataformas electrónicas de streaming.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Medios de Pago digitales	15. ¿Considera que la retención podría ser un mecanismo de recaudación, utilizando como medios las tarjetas de crédito o débito? Sustente su respuesta.	3	3	3	
	16. En su experiencia, ¿Qué otros mecanismos de recaudación fiscal consideran que debería realizar la Administración tributaria para que el Perú tenga una mejor fiscalización de plataformas electrónicas streaming?	3	3	3	




Firma del evaluador DNI 16464114

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003)).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía