



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas  
digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Abogado

**AUTORES:**

Barrientos Walker, Francis Luzbell (ORCID: 0000-0001-7867-4425)

Díaz Mora, Eczo José (ORCID: 0000-0002-9986-0849)

**ASESOR:**

Dr. Erick Daniel, Vildoso Cabrera (ORCID: 0000-0002-0803-9415)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Estudio sobre los actos del estado y su regulación entre actores interestatales y en la  
relación publico privado, gestión publica, política tributaria y legislación tributaria

**CALLAO - PERÚ  
2021**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Juan y Pamela, a mis hermanas Genesis y Brianna, quienes me acompañaron en todo este trayecto y son parte fundamental de mis logros.

A mis abuelitos Pedro y Wilfredo, quienes son las estrellas que guían e iluminan mis pasos.

**Francis**

A mis padres Mariana y José quien me orientaron a ser un hombre de bien, a mi hermano mayor Leandro, quien me enseñó que siempre luche por mis sueños y por último a Fernanda quien es mi pareja de la vida. Esto es por y para Ustedes.

**Eczo**

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres, que confiaron siempre en mí y me alentaron a seguir adelante, quienes me enseñaron el significado de la perseverancia.

A mis docentes, por la gran formación académica que inculcaron en mi carrera universitaria

**Francis**

A mi familia por estar día a día conmigo y ser ese hombro que tanto uno necesita.

A mi amor infinito, Fernanda que juntos hemos salido adelante y forjando un futuro lleno de bendiciones.

A mis docentes, por las enseñanzas transmitidas a lo largo de esta hermosa carrera universitaria, y sobre todo orientándome a ser un profesional con ética y moral.

**Eczo**

## ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Índice de Contenidos	
Índice de tablas	
Resumen	
Abstract	
I. INTRODUCCIÓN .....	3
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística .....	17
3.3. Escenario de estudio.....	19
3.4. Participantes .....	19
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.6. Procedimientos .....	23
3.7. Rigor científico .....	24
3.8 Método de análisis de la información .....	25
3.9. Aspectos éticos.....	25
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	26
V. CONCLUSIONES.....	52
VI. RECOMENDACIONES .....	53
REFERENCIAS.....	54

## Índice de tablas

Tabla N° 1. Categorización.....	18
Tabla N° 2. Criterios de selección de sujetos.....	19
Tabla N° 3. Validación de Instrumento por Expertos .....	24
Tabla N° 4. Resultados de entrevista.....	27

## Resumen

La presente tesis titulada “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”, tiene como objetivo determinar si la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana esta investigación se realizó desde un enfoque cualitativo y es de tipo aplicada dado que se analiza la realidad social frente a una problemática específica. Por lo que, se aplica las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la guía de entrevista, análisis jurisprudencial y doctrinal. En consecuencia, se obtuvo como resultado que el Estado y sus organismos deberían modificar la Ley del Impuesto General a las Ventas con el fin de regular los servicios digitales cuya prestación se da por medio de las plataformas digitales de entretenimiento a los usuarios finales; del mismo modo, crear e implementar mecanismos claros y específicos, que respeten los principios constitucionales, con el fin de obtener la correcta recaudación tributaria.

**Palabras Claves:** Impuesto General a las Ventas, Obligación Tributaria, Potestad Tributaria, Plataformas Digitales, Proveedores Digitales no Domiciliados, Facturación Digital.

## **Abstract**

The present thesis entitled "Application of the General Sales Tax on digital entertainment platforms in Metropolitan Lima", aims to determine whether the application of the General Sales Tax affects digital entertainment platforms in Metropolitan Lima, this research was conducted from a qualitative approach and is of an applied type since the social reality is analysed against a specific problem. Therefore, the techniques and instruments for data collection, the interview guide, jurisprudential and doctrinal analysis are applied. Consequently, the result was that the State and its agencies should amend the General Sales Tax Law in order to regulate digital services provided through digital entertainment platforms to end users; likewise, create and implement clear and specific mechanisms that respect constitutional principles, in order to obtain the correct tax collection.

**Keywords:** General Sales Tax, Tax Liability, Tax Powers, Digital Platforms, Non-domiciled Digital Suppliers, Digital Invoicing.

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad vienen surgiendo nuevos servicios digitales, tales como lo son las plataformas digitales de entretenimiento, las cuales tienen gran repercusión a nivel internacional. Cabe destacar que estos servicios digitales influyen en el plano económico de un país, debido a que existe un gran porcentaje de la población a nivel mundial que utilizan estas plataformas digitales de entretenimiento en sus hogares, generando así, un pago por el uso de ellas. En el contexto internacional se está mostrando un problema respecto a su regulación en materia legal, debido a que la normativa fiscal no se viene regulando y mucho menos fiscalizando el pago del impuesto general al valor agregado, tal como ocurre en Bolivia, Honduras y de misma forma en Perú. Prueba de esto es que, las organizaciones tales como CEPAL (La comisión económica para América Latina y el Caribe) y OCDE (La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), vienen recomendando a nivel internacional que se creen políticas tributarias respecto a la economía digital. Cabe resaltar, que actualmente se usa el IGV como el mecanismo tributario para gravar el suministro prestado por los servicios digitales por partes de compañías con domicilio en el extranjero y que no cuentan con presencia física en los países donde ofrecen sus servicios, por lo cual de da lugar a la posible incorporación del tributo específico teniendo como fin gravar dichas prestaciones.

En el Perú, las plataformas digitales, vienen posicionándose en forma ascendente en los hogares peruanos. Tal como se demuestra en la última encuesta de ERESTEL (Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones) del organismo OSIPTEL (Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones) realizada en el año 2019 y publicada en Septiembre del 2020, según los datos obtenidos el 15.4% de los hogares en el Perú cuentan con servicios digitales a través de plataformas digitales de entrenamiento, a causa de este crecimiento se estaría generando un mayor ingresos a las empresas que ofrecen estos servicios de paga; en consecuencia, la realización de dichas transacciones por el uso y consumo de estos servicios digitales en el territorio peruano, por lo cual no se está agregando el impuesto general a la venta; dado que, en nuestra normativa peruana en lo referente a materia fiscal, no se regula este impuesto sobre



los servicios que se brindan a través de las plataformas digitales. Por lo cual, se está dejando de percibir ingresos en la recaudación tributaria.

Una de las causas de este problema es que nuestro Estado peruano no se ha modernizado en materia de política tributaria en referencia a los nuevos servicios digitales que se ofrecen en territorio peruano, dejando vacíos legales, por lo cual se estaría dejando de percibir ingresos en relación con estos negocios digitales que funcionan en territorio nacional. En consecuencia, se estaría afectando el fondo fiscal, que tiene como finalidad sostener la economía del país.

De mantenerse este problema, teniendo en cuenta el constante crecimiento que se viene dando en el mercado de servicios digitales en el Perú, y considerando que, hasta la fecha, no se regula el pago del impuesto general a la venta referente a las plataformas digitales de entretenimiento, por consiguiente, deja abierta la posibilidad a que futuros servicios digitales no se regulen de acuerdo al marco legal tributario y esto afectaría directamente a las recaudaciones tributarias.

En consecuencia, se recomienda elaborar un Decreto Legislativo o Ley que modifique los artículos 1, 4 y 9 del texto único ordenado de la Ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo que regula las operaciones gravadas del impuesto general a la venta y de igual forma modificar los artículos 2, 3 y 4 el Reglamento del Impuesto General a las Ventas, con el fin de incluir la aplicación del Impuesto General a las Ventas a las plataformas digitales de entretenimiento.

Esta modificación, tendrá como objetivo modernizar la política tributaria en nuestro país. Asimismo, hacer eficaz el cumplimiento del pago del impuesto general a la venta en referencia a las plataformas digitales de entretenimiento y, a los futuros nuevos servicios digitales.

En el transcurso de la investigación, se estudiará y analizará, la repercusión que tendría la modernización de las políticas tributarias, dando como consecuencia; la regulación de las plataformas digitales de entretenimiento en el marco normativo tributario.

Para el desarrollo de la presente investigación, fue de suma importancia formular las siguientes interrogantes, siendo el problema general ¿De qué manera la

aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana? De igual forma, se planteó dos problemas específicos ¿De qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas repercute en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana?, y ¿De qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana?

En esa misma línea se estableció la justificación de la investigación, a fin de responder el porqué de la presente investigación. Al respecto se tomó en cuenta tres criterios, el primero de ellos es la justificación práctica, el cual es de señalarse que la presente investigación adquirió su justificación práctica porque se pretende buscar solución al problema planteado, es decir, la incorporación de los servicios que brindan las plataformas digitales de entretenimiento en la regulación tributaria del Perú, con el fin de modernizar normativa actual. En cuanto a la justificación jurídica, esta se da porque existe la necesidad de modificar la ley que regula el Impuesto General a las Ventas, respecto a las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, basados en la potestad tributaria que tiene el Estado para crear, modificar y derogar unilateralmente los tributos. El tercer criterio es la justificación social, se da debido a que existe la necesidad de realizar la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales, con el fin de proteger el fisco y, así mismo lograr la equidad tributaria en el Perú.

De igual forma, se planteó los objetivos de la investigación, teniendo como objetivo general establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana; de igual forma se planteó dos objetivos específicos, siendo el primero, determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana, y el segundo, identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

La presente investigación, obtuvo como supuesto general, la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide de forma positiva en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, debido a que su regulación permite el incremento de forma positiva en la recaudación tributaria. Del mismo modo,

logramos obtener dos supuestos específicos siendo el primero, la aplicación del Impuesto General a las Ventas repercute de forma positiva respecto a los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana, debido que al realizarse estas actividades dentro del territorio nacional, generará mayor seguridad al realizar las transacciones y permitirá que la SUNAT fiscalice la misma; como segundo supuesto específico obtuvimos, la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye de forma positiva en la facturación digital en Lima Metropolitana, dado que la entidad recaudadora tendrá un mayor control respecto a la facturación digital de las plataformas digitales de entretenimiento.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Es de suma importancia observar las teorías planteadas a nivel internacional, mencionando a Buitrago (2017), en su artículo científico titulado “Espacialidad de empresas virtuales en comercio electrónico directo gravado con impuesto al valor agregado venezolano”, el problema se centró en señalar que la legislación tributaria venezolana respecto al impuesto al valor agregado, en adelante IVA, no regula y tampoco anticipa la transaccionalidad de las empresas virtuales en su territorio, siendo esta una investigación cualitativa, cuenta con un diseño interpretativo. Concluyó que el estado venezolano debe crear una norma que regule las operaciones de comercio electrónico y, sean gravadas con el IVA. De igual forma mencionó que las empresas dedicadas al comercio electrónico no domiciliadas cuenten con un domicilio virtual, denominación social, objeto social y dirección IP; teniendo como fin que las empresas coadyuven en los gastos públicos, mediante el pago del impuesto.

Sánchez y Toledo (2019), en su artículo científico titulado “Tributación de los Ingresos Generados por la Economía Digital. Perspectiva regional” en el presente artículo se analizó, las diferentes opciones para el cobro de los impuestos a las plataformas digitales en Latinoamérica, lo cual demuestra los desafíos que se presentan en esta nueva economía, siendo esta una investigación de enfoque cualitativo y el tipo de investigación es aplicada. Concluyeron que la denominada nueva economía es tratada en cada país de la región de forma muy variada e innovadora en ciertos casos, por lo que refleja falta de coordinación y unificación a

nivel regional. Asimismo, en la actualidad los países latinoamericanos cuentan con diferente desarrollo legislativo en materia tributaria.

Matos y Piccirilli (2019), en su artículo científico titulado “La convergencia en el IVA de las ventas a distancia de bienes y de los servicios prestados vía electrónica, telecomunicaciones y televisión”, analizan el problema de la acción legislativa que tuvo como fin eliminar los obstáculos dentro de su marco normativo, para así mejorar y regular los bienes y servicios digitales, lo cual permitió el desarrollo de la economía digital en Europa, siendo esta una investigación cualitativa de tipo aplicada y cuenta con un diseño de teoría fundamentada . Concluyeron que las medidas adoptadas en materia tributaria por la Unión Europea tuvieron como finalidad, que la regulación del IVA respete el principio de neutralidad con el fin de alcanzar el mercado único digital.

Paguay (2019), en su tesis titulada “La determinación tributaria a los servicios digitales de entretenimiento que prestan las empresas multinacionales en el Ecuador” en la presente tesis, el autor se encargó de analizar el problema suscitado en su país, sobre la falta de regulación frente a las transacciones digitales y el debido cumplimiento de la obligación tributaria por parte de las empresas multinacionales no domiciliadas en su país a causa del uso de los servicios de entretenimiento digitales en Ecuador, el diseño adoptado por el autor en la presente investigación es descriptivo, es de enfoque cualitativo y el método utilizado es específico comparativo, haciendo uso un método deductivo, la propuesta expuesta por el autor para la solución de su problemática fue la aplicación de un mecanismo para el debido control tributario. Concluyó que al comprobar que, en efecto, no existe un mecanismo de control adecuado para el eficaz funcionamiento de la administración tributaria por ello sería de suma importancia realizar una reforma en la legislación en la cual se debería de especificar qué servicios estarían afectos al valor agregado.

Belda (2020), en su artículo titulado “Una nueva propuesta tributaria para la justa tributación de la economía digital en base a una reinterpretación de la ley del Impuesto Sobre el Valor Añadido” analizó que la prestación de servicios digitales carece de eficacia tal como lo señala la OCDE y la Comisión Europea (CE) en su imposición tributaria, lo cual aún no logra resolverse su situación fiscal, siendo esta

una investigación cualitativa de diseño interpretativo, tipo aplicada. Los resultados de la investigación revelaron que un nuevo esquema tributario podría regular a las grandes empresas tecnológicas, de una manera proporcionada y justa, de acuerdo a los principios constitucionales.

Ayala y Cáceres (2018), en su tesis “Reforma Tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017”, analizan las posibles modificaciones tributarias en el Perú, las cuales deben ser aplicadas a los servicios digitales de audio y video, que son usadas en territorio nacional; permitiendo el incremento de los ingresos que percibe la administración tributaria, siendo esta una investigación mixta, el tipo de investigación es descriptivo. Concluyeron que la mayoría de los bienes y servicios son gravados por el Impuesto General a las Ventas, salvo algunas que se encuentran señaladas en la Ley, por lo cual, se tiene claro que todo lo que consumimos están gravados a este impuesto; por consiguiente, es importante que se incluyan los servicios que se emplean a través del internet.

Tupayachi (2019), en su tesis “Análisis de la incidencia del impuesto a la renta en los casos de Uber y Airbnb” planteó como objetivo analizar el alcance de la potestad tributaria en el Perú, respecto a las transacciones que se efectúan con sujetos no domiciliados en el país, las cuales generan rentas en el Perú, a través de las plataformas digitales y, teniendo como ejemplo las recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), y el proyecto Base Erosion Profit Shifting (BEPS) siendo esta una investigación cualitativa de tipo aplicada, por lo que cuenta con diseño interpretativo. Los resultados de la investigación revelaron que es necesario regular estos servicios, debido a que, de no hacerlos genera diferencias entre el consumo convencional y el colaborativo, las cuales compiten dentro de un mismo mercado; teniendo en cuenta los principios constitucionales de los cuales nos regimos.

Cardeña (2019), en su tesis “Problemática actual y propuesta del tratamiento tributario del IGV en la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a consumidores finales, la necesidad de su regulación en la política tributaria del Perú moderno”, busca analizar cómo se trata el Impuesto General a las Ventas frente a los servicios digitales como lo son las plataformas virtuales,

brindados por sujetos no domiciliados a los consumidores finales en el Perú, siendo esta una investigación cualitativa, cuenta con un diseño de investigación interpretativa y fue desarrollada bajo el tipo aplicado. Concluyó que se debe actualizar la política tributaria, debido a que, existen nuevas formas de intercambio de bienes y servicios, y seguir como ejemplo las regulaciones que se vienen implementando en diversos países respecto a esta problemática.

Pintano (2020), en su tesis titulada “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” en el cual se planteó como objetivo la incidencia que tiene la no regulación de los servicios prestados por medio de plataformas digitales que no se encuentran domiciliadas frente a la recaudación tributaria, la presente investigación contó con un enfoque cualitativo, es de diseño no experimental y tipo de metodología aplicada. Concluyó que, en la legislación vigente en referencia al impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas, no especifica la adecuada forma de recaudación por parte de los servicios digitales ofrecidos por sujetos no domiciliados en Lima Metropolitana.

Cabe señalar que el impuesto al valor agregado es un impuesto indirecto, también llamado así porque, a diferencia del impuesto directo, no se deduce directamente de la renta, sino que recae sobre los costos de producción y ventas de la empresa; generado a partir del precio pagado por los consumidores por los productos adquiridos. Lo cual significa que es aplicado por el consumo y está cargado al consumidor final. Siendo un impuesto indirecto, el consumidor final no lo declara directamente al fisco (Parra, Parra y Cerezo, 2019, p. 207).

El impuesto al valor añadido es decir IVA y como otros impuestos al consumo, son aquellos que se destinan a gravar el consumo de los servicios y bienes, lo cual someten a quienes son proveedores de dichos servicios y bienes, y este no es directo al consumidor, dado que es quien carga con dicho impuesto y esto es porque es parte de los servicios y bienes adquiridos en el precio establecido del mercado (Proyecto OCDE, 2017, p. 43)

En efecto, el impuesto al valor agregado se aplica a los contribuyentes que están oficialmente designados como agentes de percepción. Cuando se recauda este

impuesto de forma mensual, luego se procede a ser trasladado al fisco, los valores cobrados por el IVA. En esta etapa, el proceso de facturación es esencial debido a si las facturas no se emiten en las transacciones, existe el riesgo de que el impuesto recaudado por empresas comerciales, industriales o de servicios no sea transferido al organismo encargado de la recaudación; por lo que es fundamental el proceso de facturación para una correcta declaración y pago del IVA, por parte de los contribuyentes (Navas, Silva y Aguilar, 2019, p. 6).

De este modo el impuesto que se paga cuando adquirimos un bien o nos brindan un servicio, por el cual se incluye en el precio de venta, y este recae en el vendedor bajo su responsabilidad de abonar al organismo encargado de la recaudación tributaria (Amasifuentes, 2016, p. 82).

De tal forma, según lo expuesto podemos destacar que el impuesto general a la venta es un impuesto indirecto; dado que, quien adquiere un bien o servicio no es el responsable de declarar este impuesto ante el ente recaudador SUNAT, debido a que el responsable directo de la declaración del impuesto es la empresa y/o vendedor que ofrece un bien o servicio, y quien tiene la carga de asumir el pago de este impuesto es el consumidor final.

Por otra parte, al definir la potestad tributaria que es aquella capacidad del Estado por la cual crea, modifica o suprime impuestos. Su estructuración es a nivel macro, y se encuentra dentro del Derecho Constitucional Tributario, el cual es universal y general para todos. Asimismo, el Estado, como ente regulador, puede crear; mediante decreto legislativo o ley de los impuestos. Por lo cual es la Constitución del Perú, que, por medio de sus propias normas constitucionales, establece la forma de crear los impuestos, teniendo en cuenta el principio de reserva de ley, y resaltando que el Estado tiene el poder de imposición (Lay, 2015, p. 296).

Es así como la Potestad tributaria es la facultad que cuenta el Estado de acuerdo a su soberanía, es debido al poder que tiene por lo que puede expedir leyes que sean necesarias para su pueblo, es por ello, que la potestad tributaria, es la facultad que le permite al Estado del Perú; crear, modificar o suprimir tributos, dicha potestad y facultad se encuentra prescrita en el artículo 74 de la Carta Magna del Estado Peruano (Herrera, 2018, p. 68-69).

Sin embargo, al mencionar la Potestad tributaria se resalta la facultad que tiene el Estado de exigir a sus nacionales y no nacionales que en determinados actos que realicen deban contribuir al financiamiento del gasto público, con el objetivo de mejorar las condiciones de los habitantes, y así mismo se puedan desarrollar en su territorio de forma adecuada (Ormanza y Zamora, 2019, p. 40).

Debido a esto se plasman ciertas restricciones estipuladas por la constitución política del Perú, el cual faculta el ejercicio del poder tributario por parte del Estado; por otro lado, garantiza que las potestades tributarias no se ejerzan de manera arbitraria y lesiona los derechos fundamentales de las personas. Por tanto, se puede decir que los principios tributarios constitucionales establecen límites al ejercicio de la potestad tributaria, pero también son una garantía para que el pueblo. Por lo tanto, bajo la premisa de cumplir con los principios constitucionales previstos en el artículo 74 de la Carta Magna. (Expediente. N° 0042-2004-AI/TC, p. 11). Del mismo modo, la Carta Magna señala en su artículo 74 que el Estado, al ejercer la potestad tributaria, debe respetar los principios de reserva de la ley, y los de igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona.

Los autores resaltan que, el Estado tiene la facultad y obligación de crear, modificar y derogar leyes respecto a materia tributaria, dado que estos tienen la responsabilidad de exigir dentro de su jurisdicción, el pago del impuesto generado por el uso o consumo de dicho bien o servicio prestado dentro del territorio nacional, brindando los mecanismos adecuados para su recaudación y respetando los principios tributarios bajo los cuales nos regimos.

Aunado a esto, la obligación tributaria está regulada por el derecho público, es definida como el vínculo entre el deudor tributario y el acreedor, la cual se regula por la norma del Código Tributario, estableciendo el cumplimiento de la prestación tributaria. Se puede observar que, según la normativa en el Perú, la característica de la obligación tributaria es ser una obligación de Derecho Público. Asimismo, la entrega del impuesto es una obligación establecida por la norma, que es realizada por la prestación y, se puede exigir de manera coactiva (Aguayo, 2014, p. 242).

De igual manera la obligación tributaria puede definirse en sí misma que es un vínculo de carácter legal, en la cual contiene la prestación monetaria. Por lo cual,



el deudor tributario o también llamado contribuyente se encuentra obligado de realizar el pago de la deuda tributaria, de lo contrario el ente recaudador tiene la facultad de exigir el pago por medio de la cobranza coactiva. Asimismo, la obligación se genera con posterioridad al hecho previsto por la norma (Zapata, 2015, p. 238 – 239).

Dicho de otro modo, el Código Tributario define la obligación tributaria en el artículo 1 que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Código Tributario, 1996).

Asimismo, la obligación tributaria es el vínculo legal por el cual el contribuyente o el deudor tributario adeuda al Estado o como se le conoce el acreedor tributario, además el Estado es quien ejerce la potestad tributaria, la cual se establece por la Constitución y la ley, así mismo la prestación tributaria se extingue con el pago del tributo. Cabe señalar que la obligación tributaria surge entre el Estado u otras entidades públicas y los contribuyentes tan pronto como ocurre el hecho generador establecido en la ley (Casado, 2019, p. 569).

Sin bien es cierto que la obligación tributaria es una actividad en la cual es necesario verificar la realización del hecho que generan las obligaciones tributarias, por lo cual, para establecer el régimen tributario aplicable, se debe valorar todas circunstancias que determinan el hecho imponible. Por lo tanto, una vez determinado un hecho en la realidad, se determina si pertenece al crédito o no de acuerdo con la ley del contribuyente frente al Estado (Sala Plena. N° 2020-07, p. 5).

Según lo planteado por los autores, la obligación tributaria nace ante un hecho que da origen al cobro y pago del impuesto, teniendo al Estado como acreedor y al contribuyente como el deudor tributario, por lo cual el segundo se encuentra obligado de realizar el pago de la base imponible exigida por el Estado, el cual se encuentra amparado por la Ley.

Es preciso señalar que, las plataformas digitales pueden ser utilizadas por distintos tipos de sistemas operativos y efectuar tanto programas como aplicaciones que cuenten con distinto contenido, tales como simulaciones, juegos, y videos. Las

plataformas digitales se definen como sistemas que cuentan con la característica de poder ser personalizados y programados por desarrolladores externos, como lo vendrían a ser los usuarios y a causa de ello pueden adaptarse a innumerables necesidades y problemas de esta magnitud (Freire y Tapiero, 2019, p. 5).

Asimismo, las plataformas digitales permiten que un número mayor se conecte y organice en actividades de mercado, social y política. Si la revolución industrial se desarrolló en torno a las fábricas, los cambios actuales se organizan en torno a las plataformas que mediante algoritmos son adecuados para grandes bases de datos que se ejecutan en la nube. Cabe señalar que las plataformas digitales nos muestran que estamos en medio de una transformación económica. El poder que están desarrollando las empresas que brindan los servicios digitales es cercano a las épocas anteriores de las grandes compañías como lo son Ford, General Motors y General Electric (Kenney y Zysman, 2015, p. 7).

De este modo, para definir a las plataformas digitales o mercados digitales se consideran dos tipos de elementos: a) La naturaleza de las innovaciones que brindan las plataformas digitales, es decir, su producto o tecnología. Asimismo, las características de innovación, la naturaleza de las redes y las actividades de cooperación; y b) El diseño y desarrollo del modelo de negocio que brindan, la elección de cómo se deben generar ingresos con estas plataformas, es decir, "quién vende a quién"- el desarrollo de la estrategia de apropiación (De Marco, Di Minin, Marullo y Nepelski, 2019, p.7-8).

Si bien es cierto que las plataformas digitales de *streaming* se destacan por su función de reproducir contenido sin interrupción de audio o video de una manera completamente legal, lo que permite compensar el trabajo realizado por los artistas y compañías discográficas en ellas encontramos a empresas de reproducción musical, tales como, Spotify, Apple music, Deezer, entre otros. En la actualidad, son los consumidores jóvenes, quienes en su mayoría prestan más atención al acceso instantáneo del contenido musical que a su valor físico (López, 2020, p.12).

Desde el punto de vistas de los autores las plataformas digitales resaltan por ser servicios que se brindan por medio del internet, lo cual facilita su uso y aplicación por parte de los usuarios y satisfaciendo sus necesidades, permitiendo su uso ilimitado

e inmediato en cualquier parte o lugar en el que se encuentre quien usa este servicio digital.

Con respecto a los proveedores digitales no domiciliados como Netflix se conceptualizan en su página web como un servicio de transmisión por suscripción que permite a sus usuarios ver programas de televisión y películas en dispositivos con conexiones a internet y sin publicidad. De igual manera Spotify se define como un servicio que permite encontrar fácilmente la música o el podcast perfecto desde su teléfono, computadora, tableta y muchos otros dispositivos en cualquier momento.

De este modo, los proveedores digitales debido a las actividades que realizan por medio digital permiten a las empresas hacer negocios sin una presencia física, por lo cual se descartan los requisitos de presencia física o domicilio físico que establece en las regulaciones locales de los países para gravar las ganancias de la empresa (Biyán y Yilmaz, 2019, p. 33).

Es así como los proveedores digitales no domiciliados usan los avances tecnológicos, con el fin de poder brindar servicios a través de Internet. Brinda a las personas la oportunidad de obtener servicios sin la necesidad de contratar de forma directa con la empresa prestadora de dicho servicio, es decir, que todos los datos que pueden necesitar para completar esta transacción se brindan en línea, por lo que no resulta necesaria la presencia física de los proveedores. Estos servicios de entretenimiento son de muchos tipos, como los que brinda Spotify, Netflix y Facebook (Paguay, 2019, p. 11).

Al respecto los proveedores digitales no domiciliados como Netflix o Spotify que brindan servicios de *streaming* en el Perú, permiten que el usuario se registre por su página web. Así mismo que estos creen un perfil, en el cual deben ingresar sus datos personales y de igual manera la información de las tarjetas de crédito o débito, esto se da porque el pago es mensual, se debe señalar que esto es exclusivo por esa vía, sin que se pueda pagar de forma física o en efectivo, al realizar el cobro del servicio se observa el cargo realizado en el estado de cuenta por el servicio prestado (Sotomayor y Valverde, 2019, p. 30)

Desde el punto de vista de los autores, podemos señalar que los proveedores digitales no domiciliados utilizan los avances tecnológicos, como lo es el internet; el cual le permite ofrecer sus servicios en cualquier parte del mundo, por lo cual más personas adquieren su servicio, y adicional a ello la forma del pago es a través de transacciones digitales, sin la mínima intervención de un tercero, dado que es el usuario quien se encarga de ingresar los datos para adquirir el servicio prestado digitalmente.

Se hace necesario resaltar que en Argentina los proveedores digitales no domiciliados como Netflix, Spotify y otros se encuentran regulados por la Ley 27.430 mediante el artículo 87 en el cual se incorporó el inciso e) al artículo 1 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado Ley N° 23.349, en la cual se refiere a la prestación de servicios digitales por parte de sujetos que tengan residencia o domicilio en el exterior, con el cual se grava el IVA de las plataformas digitales de entretenimiento prestados por empresas no domiciliadas. De igual manera en México se adicionó a través del DOF 09-12-2019 artículo 1o.-A BIS, en el cuarto párrafo del artículo 16 y del Capítulo III BIS de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, mencionando que los servicios digitales que son prestados por residentes en el extranjero sin establecimiento en México deben cumplir con la obligación de inscribirse en el Registro federal de Contribuyentes, cobrar el impuesto al valor agregado y que esté de forma expresa y separado del precio por el servicio brindado. De igual forma en Ecuador se modificó la norma que regula el IVA por medio de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, en el artículo 25 que modifica el artículo 56 de la Ley orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) en el que se debe incluir que se encuentran gravados con este impuesto (IVA) todos los servicios digitales, de la misma forma el artículo 27 modifica el artículo 63 de la LORTI que señala los agentes de retención y que se debe agregar en numeral 8 a las empresas emisoras de tarjetas de crédito con la cual se realizan el pago de este servicio, cuando el prestador no se encuentre registrado.

Por otro lado, las facturas digitales recibirán múltiples nombres, como facturas electrónicas, *e-facturas* o *facturae*. No es una factura en papel, sino que se escanea para enviarla por medio del internet. Una factura digital es un documento electrónico

que puede reemplazar la factura soportada en papel. Por este motivo, la normativa formulada para las facturas electrónicas debe asegurar la legalidad de los documentos electrónicos a través de medios técnicos efectivos (de Velazco, 2016, p. 5).

No obstante, la factura digital tiene la misma finalidad y resultado que una factura en papel, cumpliendo la misma función tanto como para emisores, destinatarios y terceros, es decir, este un documento digital que tiene como finalidad de registrar las operaciones comerciales de las entidades de manera electrónica, se aplica en el ámbito comercial, civil, financiero y por supuesto tributario, de igual forma, ante todos los participantes en el proceso, respetando siempre los principios de legibilidad e integridad (Barreix y Zambrano, 2018, p. 6).

Por último, la facturación electrónica beneficia y facilita el ámbito de aplicación de los tributos, ya que, logra disminuir de una manera rápida y eficaz la carga fiscal de los obligados tributarios. Del mismo modo, al ser la factura un instrumento en el cual se tiene como función evidenciar el resultado del objeto del contrato, es considerado como un componente documental de la celebración de un contrato (García, 2014, p.98).

Como lo hacen notar los autores, la facturación digital cumple la misma finalidad que una factura en papel, el cual permite que las operaciones y transacciones sean registradas de la misma forma como se haría en una factura tradicional, inclusive como señalan algunos de los citados autores permitiría un control más rápido, práctico y eficaz respecto a materia tributaria.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

La presente investigación se realizó desde un enfoque cualitativo y es de tipo aplicada dado que se analizó la realidad social, es decir, resolver problemas sociales inmediatamente antes de resolver problemas científicos como lo son (Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en el Perú). Asimismo, sus hallazgos se utilizan para crear, desarrollar o mejorar estrategias y acciones específicas de acción social. El campo más común en este tipo de investigación es el organizativo e institucional (Cívicos y Hernández, 2007, p.37-38).

##### **Diseño de la investigación**

El diseño aplicado es de tipo interpretativo basado en la investigación-acción, porque busca diagnosticar problemas de naturaleza colectiva, sociales, político, trabajo, economía, etc. A través de las categorías se describen las causas y consecuencias del problema y su solución. Las cuestiones de veracidad de cada categoría que la conforman son avaladas por un panel de expertos en la materia (Hernández et al., 2014, p. 471-472).

#### **3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística**

Las categorías que conceptualizan nuestra realidad deben surgir del estudio de la información recabada, cuando se lleva a cabo el proceso de "categorización" y durante los procesos de "contrastar" y "teorizar", es decir, cuando se analiza, relaciona, compara y contrasta las categorías (Martínez, 2006, p. 133).

**Tabla N° 1. Categorización.**

Categoría	Definición Conceptual	Subcategorías
<p><b>Aplicación del Impuesto General a las Ventas</b></p>	<p>El impuesto al valor agregado es un impuesto indirecto, también llamado así porque, a diferencia del impuesto directo, no se deduce directamente de la renta, sino que recae sobre los costos de producción y ventas de la empresa; generado a partir del precio pagado por los consumidores por los productos adquiridos. Lo cual significa que es aplicado por el consumo y está cargado al consumidor final. Siendo un impuesto indirecto, el consumidor final no lo declara directamente al fisco (Parra, Parra y Cerezo, 2019, p. 207).</p>	<p>Potestad tributaria</p> <p>Obligación tributaria</p>
<p><b>Plataformas digitales de entretenimiento</b></p>	<p>Las plataformas digitales permiten que un número mayor se conecte y organice en actividades de mercado, social y política. Si la revolución industrial se desarrolló en torno a las fábricas, los cambios actuales se organizan en torno a las plataformas que mediante algoritmos son adecuados para grandes bases de datos que se ejecutan en la nube. Cabe señalar que las plataformas digitales nos muestran que estamos en medio de una transformación económica. El poder que están desarrollando las empresas que brindan los servicios digitales es cercano a las épocas anteriores de las grandes compañías como lo son Ford, General Motors y General Electric (Kenney y Zysman, 2015, p. 7).</p>	<p>Proveedores digitales no domiciliados</p> <p>Facturación digital</p>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3. Escenario de estudio

El escenario de la presente investigación cualitativa se centró en Lima Metropolitana, es importante resaltar que en este escenario existe un mayor flujo de consumidores de las plataformas digitales de entretenimiento. Asimismo, el grupo de entrevistados que participaron en nuestro tema materia de análisis se encuentran en el área geográfica escenario de estudio (Hernández et al., 2014, p.514)

### 3.4. Participantes

La participación en la investigación cualitativa sigue principios distintos a otros. En este método, es posible utilizar un número relativamente pequeño de unidades de observación, incluso a veces involucrando solo un caso, aunque también puede involucrar un gran número de participantes: grupo étnico, residentes de un área determinada, trabajadores de una institución o especialistas de una materia. Cada unidad o grupo de unidades ha sido cuidadosamente seleccionada y tiene la capacidad de brindar información detallada y experimentada sobre el tema de interés (Martínez, 2012, p. 614-615). Es por ello, que se ha considerado a 5 especialistas en derecho tributario y 1 especialista en tributación, siendo estos profesionales con más de 3 años de experiencia en la materia tributaria. Los cuales ayudarán a cumplir con los objetivos de la investigación y obtener la saturación de todas las categorías.

**Tabla N° 2. Criterios de selección de sujetos**

SUJETOS	NOMBRES Y APELLIDOS	PROFESIÓN	INSTITUCIÓN A LA QUE PERTENECE
1	Gustavo Zevallos Ramos	Abogado	Law Firm Zevallos & Lazo asociados / Master en Administración y Finanzas
2	Ricardo Marlon Matos Villanueva	Abogado	Universidad Nacional Mayor de San Marcos



<b>3</b>	Lisset Nataly López Miranda	Abogada	Estudio Payet, Rey, Cauvi, Pérez Abogados / Abogada Senior del área tributaria
<b>4</b>	Blanca Patricia Guevara Moreno	Abogada	León & Guevara Consultores Asociados S.A.C.
<b>5</b>	Alan Félix Berrospi Acosta	Abogado	Universidad Cesar Vallejo / Docente/Abogado/Magister
<b>6</b>	Luisinho Barrantes Varela	Contador	Corporación Green Valley S.A.C

Fuente: Elaboración propia.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Es de suma importancia para el desarrollo de la investigación que los investigadores recopilaron datos a través de varios métodos o técnicas como la observación, entrevistas, revisen documentos, realicen reuniones, etc. No solo se debe analizar, sino también estos sirven como medio para obtener información. Por otro lado, en la investigación cualitativa, estas herramientas no están estandarizadas, pero pueden utilizar múltiples fuentes de datos. Estas fuentes de datos pueden ser observaciones directas, documentos, materiales audiovisuales, etc. (Hernández et al., 2014, p. 397).

#### **Técnicas de recolección de datos:**

##### **Observación**

Esta técnica resultó sustancial para la identificación de la problemática sobre la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, por lo cual se realizó las técnicas e instrumentos para la recopilación de datos con la finalidad de admitir la propuesta normativa anteriormente señalada.

### **Revisión de fuente doctrinal**

En la presente técnica se examinó las diferentes consideraciones y posturas de juristas y especialistas en derecho tributario que han realizado investigaciones en el tema de análisis, se aplica esta técnica para identificar y definir las categorías y subcategorías de la presente investigación.

### **Revisión de fuente normativa**

Es una de las técnicas en la cual se usó la regulación nacionales e internacionales. Con el fin de contrastar la realidad de la normativa jurídica nacional frente a la realidad problemática en la provincia de Lima.

### **Revisión de fuente jurisprudencial**

La utilización de la presente técnica se aplicó para la redacción del marco teórico y contrastar la problemática que existe respecto a la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en la provincia de Lima.

### **Entrevista**

Esta técnica nos permite la interacción de nosotros como investigadores y los especialistas en la materia para ser entrevistados, por lo cual nos permite obtener la información de sus conocimientos adquiridos por medio de la experiencia. Asimismo, la aceptación de nuestra propuesta normativa.

### **Instrumentos de recolección de información:**

#### **Guía de observación**

El siguiente instrumento se utilizó desde el inicio de la presente investigación, ya que fue por medio de la observación que logramos identificar la problemática que fue planteada en la investigación en curso.

#### **Matriz de categorías**

El uso del presente instrumento es de suma importancia, ya que, al tener la función de esquematizar los componentes de un campo de estudio, ayuda a identificar de forma directa las categorías y subcategorías empleadas en el proyecto de investigación.

### **Guía de análisis doctrinal**

Este instrumento se pudo emplear en la investigación, utilizando técnicas como lo son la interpretación, inducción y razonamiento de las categorías, considerando su trascendencia en el ámbito jurídico para la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento de Lima Metropolitana.

### **Ficha de análisis normativo**

Este instrumento se utilizó para determinar la regulación jurídica del tema en cuestión dentro de la legislación nacional, para así poder llevar a cabo el análisis de la realidad problemática dentro del campo de estudio delimitado.

### **Ficha de análisis jurisprudencial**

Emplear este instrumento fue totalmente necesaria, ya que, al analizar diferentes jurisprudencias, se logró corroborar el vacío legal que existe respecto a la regulación sobre la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro del marco legal, como lo plantea la problemática del presente proyecto de investigación.

Cabe señalar que se procedió a seleccionar jurisprudencias cuya temática aborda la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana de modo específico son: Potestad tributaria y Obligación tributaria.

- Fuente documental N° 01, expediente N° 0042-2004-AI/TC
- Fuente documental N° 02, Acuerdo de Sala Plena. N° 2020-07/ Tribunal Fiscal

### **Guía de entrevistas**

Este instrumento se llevó a cabo por medio de la formulación de preguntas que lograron responder tanto a los objetivos como también al problema general y posteriormente a los problemas específicos previamente planteado, con el fin de concebir resultados y posteriormente efectuar la discusión del presente proyecto de investigación (Hernández, et al.,2014, p.407).

### **3.6. Procedimientos**

La presente investigación se inició con la técnica de observación, dando como resultado la identificación de un problema en nuestra legislación peruana en materia tributaria. Al identificar esta problemática se continuó investigando y clasificando dicha información en los antecedentes del tema materia de análisis.

Del mismo modo se utilizó la matriz de categorías como instrumento, la cual tiene como fin identificar de forma directa las categorías y subcategorías, por lo que esto permitió obtener como primera categoría “aplicación del Impuesto General a las Ventas” de la cual se desglosan dos subcategorías “potestad tributaria y obligación tributaria”, y como segunda categoría “plataformas digitales de entretenimiento”, de la cual surgen dos subcategorías “proveedores digitales no domiciliados y facturación digital”.

Después de planteadas las categorías provenientes del problema identificado en nuestra normativa, se procedió a realizar el marco teórico en el cual se citaron a doctrinarios y expertos en la materia de análisis. Asimismo, se utilizó las técnicas e instrumentos de recolección de información, también se usó la técnica de la entrevista a especialistas en tributación y derecho tributario. Del mismo modo se utilizó las fichas documentales en donde se analizaron jurisprudencias del tribunal constitucional, como informes del tribunal fiscal. De la misma manera se procedió a revisión de fuentes de información de la base de datos de la universidad César Vallejo, tales como Ebsco, Gale, Scielo, Proquest y Alfaomegacloud de los cuales se usó artículos, revistas científicas, libros y tesis.

Por consiguiente, organizamos la información obtenida en las fichas de revisión de documental, las entrevistas, las fichas de revisión de documentos, las fichas de revisión de resolución y disposiciones; las fichas de revisión de normas nacionales e internacionales. Lo cual se obtuvo la información relevante sobre temas relacionados con nuestra problemática y los objetivos planteados, permitiendo que se realice y elabore la descripción de manera consistente.

Por último, se procedió a la discusión del trabajo de investigación, realizando el análisis e interpretación de los resultados obtenidos por los instrumentos antes mencionados, los cuales tienen como fin el de describir con claridad el problema;

el cual dio lugar a las conclusiones y recomendaciones del trabajo, permitiendo obtener una mejor normativa del tema investigado. Para llevar a cabo la discusión del proyecto, es necesario emplear la triangulación, que permite relacionar tanto las respuestas obtenidas por medio del instrumento, que en este caso son las entrevistas, las cuales fueron realizada a los expertos en la materia, con las teorías citadas en el proyecto, como también las distintas legislaciones a nivel nacional e internacional, lo que tendrá como finalidad demostrar la veracidad del proyecto de investigación.

### 3.7. Rigor científico

El rigor científico es el control de calidad que se aplica a la investigación cualitativa, el cual tiene como fin que esta sea aplicable, coherente y accesible a su implementación, teniendo como resultado de la aplicación de un método y la evaluación de expertos en la materia. Por tanto, es necesario que el proyecto de investigación este basado en datos objetivos y reales, los mismos que demuestren su dependencia, como también la credibilidad, la cual se basa en la información, lo que demuestra que es confiable y certera, por ello, la información recopilada de la doctrina, legislación nacional e internacional se basa en la realidad observada, la misma que es transferible. Además, se realizará una verificación previamente antes de utilizar el instrumento de la guía de entrevista por asesores expertos (Hernández et al., 2014, p.201).

**Tabla N° 3. Validación de Instrumento por Expertos**

<b>VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO (Guía de Entrevista)</b>		
<b>Datos Generales</b>	<b>Cargo</b>	<b>Porcentaje</b>
Mg. Jakelyne Ingrido Payano Blanco	Docente en la Universidad Cesar Vallejo	90%
Mg. Alan Félix Berrospi Acosta	Docente en la Universidad Cesar Vallejo	85%
Mg. Erick Daniel, Vildoso Cabrera	Docente en la Universidad Cesar Vallejo	95%
<b>PROMEDIO</b>		<b>90%</b>

Fuente: Elaboración propia

### **3.8 Método de análisis de la información**

Es relevante determinar que el análisis de información se dio a causa de la aplicación de los diferentes tipos de instrumentos, tal como lo son la guía de observación, la ficha de análisis documental y la guía de entrevista.

El primer instrumento empleado en la presente investigación es la guía de observación, cuyo desarrollo logró dar como resultado la delimitación de la realidad problemática en el campo de estudio seleccionado.

El siguiente instrumento del que se hizo uso en el proyecto, es la ficha de análisis documental, en la que se incluye las fuentes formales del derecho como lo son la legislación, jurisprudencia y doctrina, tanto a nivel nacional como internacional.

A nivel internacional, se tomó como referente dentro del análisis de fuentes legislativas, la normativa de México y Argentina en la cual ya se regula la aplicación del impuesto general a las ventas en las plataformas digitales, del mismo modo, a nivel nacional se tomó en consideración el código tributario, por consiguiente, dentro del análisis doctrinal se tomó en cuenta lo expuesto por Paguay (2019), cuya problemática se basa en la falta de regulación de las transacciones digitales a multinacionales no domiciliadas, del mismo modo, a nivel nacional, Pintano (2020), quien manifestó la incidencia que tiene la no recaudación del Impuesto General a las Ventas dentro de la recaudación tributaria en el país.

Por último, como tercer instrumento está la guía de entrevistas, la cual se desarrolló en Lima Metropolitana, por medio de este instrumento se logró verificar la posibilidad de aplicar lo propuesto, lo que incluye la realización de los objetivos trazados desde un inicio en el presente proyecto, como también las recomendación y conclusiones.

### **3.9. Aspectos éticos**

En tal sentido, el presente proyecto de investigación fue llevado a cabo en base a la problemática existente dentro del marco normativo tributarios respecto a la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento, evidenciándose la objetividad, ya que cada uno de los datos previamente evidenciados se encuentran incluidos en la realidad problemática

delimitada. De igual forma, la presente tesis se rigió bajo los lineamientos expedidos por la Universidad César Vallejo, dentro de código de ética en investigación, el cual es de suma importancia según lo indica la Ley Universitaria 30220. Asimismo, se sigue un código de conducta y buenas prácticas que fue emitida por *Committe on Publication Ethics* (COPE) el cual tiene como objetivo orientar al investigador a seguir los principios éticos para resguardar la dignidad humana y la protección de sus derechos, como lo sería la protección a la propiedad intelectual y el derecho de autor. De igual forma, la información obtenida por medio de la investigación realizada fue adecuada a los lineamientos expresados en la norma APA, por lo tanto, cada cita obtenida, como también la redacción de las referencias bibliográficas fueron debidamente adecuada a las normas indicadas en el manual APA. Asimismo, se respetaron los valores éticos y privacidad de los expertos y participantes que fueron entrevistados en el proyecto y que nos permitieron validar la información recabada en el transcurso de la elaboración de la tesis, por lo cual hay un consentimiento informado.

#### **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Para Hernández et al (2014) En el enfoque cualitativo típico, el investigador realiza una entrevista a una persona determinada y analiza los datos obtenidos de ella, con el fin de sacar conclusiones. Del mismo modo entrevista a otro individuo, analiza esta nueva información y obtiene resultados y/o conclusiones; de la misma forma, aplica más entrevistas y las analiza, con el objetivo de comprender el fenómeno que está estudiando. Por lo que examina dato por dato, caso por caso, y lograr alcanzar un campo de visión más amplio.

De tal forma que, se recurrió al instrumento de la guía de entrevista la cual fue realizada a los expertos en la materia. Con en el fin de obtener los resultados del objetivo general y los objetivos específicos.

##### **4.1. RESULTADOS**

De acuerdo con los objetivos trazados, se obtuvieron los siguientes resultados proveniente de la guía de entrevista.

**Tabla N° 4. Resultados de entrevista**

<b>Objetivo general: Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.</b>	
<b>1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?</b>	
<b>EXPERTO</b>	<b>RESPUESTA</b>
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>Por el atraso en el desarrollo tecnológico para digitalizar las obligaciones tributarias, recién la SUNAT está desarrollando como gravar el IGV a este tipo de servicio digital.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>La razón principal es porque la aparición de plataformas digitales es un hecho relativamente novedoso, y no se encuentran afectando directamente derechos de terceros. Ante situaciones nuevas, el Derecho tiene que renovarse ya sea modificando o creando nuevas normas, como es el caso de la aplicación del Impuesto General a las Ventas (IGV).</p>
<p>Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Considero que bajo las normas actuales del Impuesto General a las Ventas (IGV), los servicios prestados por no domiciliados mediante las plataformas digitales de entrenamiento estarían sujetos a un IGV por utilización de servicios aplicable a</p>



	<p>cualquier usuario peruano sea persona natural o jurídica, no solo de Lima Metropolitana, sino en todo el territorio nacional. No obstante, considero que no hay una referencia expresa a estos servicios dado que su importancia y consumo en el mercado peruano es de reciente data.</p>
<p>Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>El artículo 1° del TUO de la Ley del Impuesto General a las Ventas (TUO del IGV) señala que el Impuesto General a las Ventas grava “la prestación o utilización de servicios en el Perú”. Asimismo, el artículo 3° de dicho cuerpo legal establece que “el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato”. Adicionalmente, el artículo 9° del TUO del IGV establece que, en el caso de la utilización de servicios, el sujeto del impuesto en calidad de contribuyente es aquel sujeto que desarrolle actividad empresarial y que utilice en el Perú el servicio prestado por el no domiciliado, o aquel sujeto que de forma habitual utilice servicios prestados por no domiciliados. Teniendo en cuenta lo señalado, considero que el servicio que prestan las plataformas digitales como Netflix o Spotify (no solo</p>

	<p>en Lima Metropolitana, sino en el Perú) se encuentran comprendidos en la legislación que regula el IGV; por ende, se encuentran afectados con el Impuesto General a las Ventas en el Perú.</p> <p>En ese sentido, lo que estaría pendiente de regulación es la forma de recaudar este tributo, ya que la regulación actual está orientada solamente a recaudar el IGV de la utilización de servicios de contribuyentes que se dedican a la actividad empresarial.</p>
<p>Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>Creo que no se han tomado atención a determinadas políticas fiscales y tampoco al avance tecnológico y las transacciones que ellos representan.</p>
<p>Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>La razón es que el problema actual se presenta en los servicios de B2C; es decir en los casos en que el proveedor del servicio no reside en el Perú y el usuario es una persona natural sin RUC, dado que la actual normativa del impuesto no grava a este tipo de operaciones con el IGV.</p> <p>Lo que se recomienda de nuestra humilde opinión sería, que cree un mecanismo planteado por el Ministerio de economía y finanzas del Perú, con el fin de hacer una retención del impuesto, cuya función estaría a cargo de la entidad financiera</p>

	<p>utilizada para el pago del servicio (por ejemplo, a los emisores de las tarjetas de crédito). Quiere decir que las empresas del sistema financiero serían los responsables de retener el IGV del pago a estas plataformas digitales como proveedores (Netflix, Spotify, entre otros similares) para luego transferir el importe retenido a favor de SUNAT.</p>
<p><b>2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?</b></p>	
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>Ya existe la regulación en nuestro marco legal de servicios prestados en territorio nacional, pero falta visión que los servicios podrían ser digitales. Ahora deberán ajustar la normativa (modificación de la Ley) y la herramienta para fiscalizar su cumplimiento.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>En lo general, todos debemos contribuir con el país pagando nuestros impuestos para que, a través del Estado, se ejecuten obras (Construcción de carreteras, hospitales, colegios, trenes eléctricos, etc.) en beneficio de la sociedad. Y esto se da por medio de la recaudación de impuestos, y los servicios prestados de manera digital, como las plataformas digitales de entretenimiento que se consumen en el Perú, no deberían estar exentos a ello.</p>

<p style="text-align: center;">Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>En general considero que es pertinente realizar una referencia expresa a lo que sucede en el caso de personas naturales peruanas usuarios de estos servicios, dado que en dicho caso no existe un mecanismo claro para la aplicación del IGV por utilización de servicios. Resulta necesario evaluar si se debe incluir o no un agente de retención para facilitar la recolección del IGV para estos supuestos, tomando en cuenta la experiencia comparada sobre todo en la región.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>Aun cuando, en mi opinión, las normas legales actuales ya contemplan el supuesto de afectación con el IGV a los servicios prestados por plataformas digitales (mediante la utilización de servicios); considero que si se pretende gravar correctamente este servicio Sí sería necesaria una modificación legislativa que grave de manera específica este supuesto de hecho. Esto, porque el supuesto de hecho que contempla la utilización de servicios requiere una utilización económica en el Perú de la plataforma digital y los contribuyentes podrían señalar que al contratar el servicio de streaming de Netflix, por ejemplo, no necesariamente la van a utilizar en Perú, sino que se puede utilizar a nivel mundial. En ese sentido, considero que se debería modificar el TUO del IGV a fin que el supuesto de</p>

	<p>hecho sea totalmente claro y no genere desigualdades normativas.</p>
<p>Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>Creo que sí es necesario, siempre y cuando se encuentren acompañados de los mecanismos justos y razonables para su correcta aplicación y regulación en el marco normativo (Ley del IGV).</p>
<p>Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Debo mencionar que el inciso b) del artículo 1 de la Ley del IGV, se establece que el IGV grava, entre otras, la prestación o utilización de servicios en el país.</p> <p>Sobre el particular, en el numeral 1 del inciso c) del artículo 3 de la Ley del IGV señala que se entiende por servicios, entre otros, a toda prestación que una persona realiza para otra.</p> <p>Por lo que dichos servicios digitales están dentro del ámbito de aplicación de la Ley del IGV, por lo tanto, considero que es necesario se grave a tal impuesto. También menciona la normatividad que el servicio es utilizado en el país cuando, siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en el que se pague o perciba la contraprestación y del lugar en donde se celebre el contrato.</p>

<b>3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?</b>	
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>No veo afectaciones al consumidor final, la economía de libre mercado permite que participen varios actores, por tanto, dependerá mucha la estrategia de los ofertantes y precio del servicio para captar clientes.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>Si el IGV se aplica a estas plataformas digitales, el consumidor se verá afectado directamente con el incremento del precio del producto o servicio.</p>
<p>Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>En la medida que el IGV aplicable sería uno por utilización de servicios; por ende, el IGV es asumido económicamente por dicho usuario o consumidor final, se generará un incremento de la tarifa por el servicio por un IGV que el consumidor no podrá utilizar al no realizar operaciones gravadas con dicho tributo. Ahora bien, si dicho aumento no es material quizás no hará que el consumidor deje de solicitar los servicios, o en todo caso podría darse el caso que los operadores internacionales (como Netflix, etc.) intenten mantener su clientela peruana mediante ofertas especiales que puedan cubrir el IGV cargado.</p>
<p>Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>La aplicación del IGV a los servicios prestados por las plataformas digitales podría encarecer el servicio ya que se</p>

	tendría que revisar las condiciones de contratación con cada plataforma a fin de determinar si dicho servicio incluye o no este impuesto. De no ser así, será el consumidor final o usuario del servicio el que verá incrementado el precio del servicio contratado.
Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta	El consumidor tendría que asumir el costo respecto del servicio que está contratando tal como lo establece la norma. Por ende, se vería afectado al pago del impuesto por el consumo de este servicio.
Contador Luisinho Barrantes Varela	Si lo vemos desde el punto económico, el consumidor final siempre se ve afectado por todos bienes y servicios que adquiere y que estos están gravados con el IGV, pues como el IGV, es un impuesto plurifásico, el que lleva la carga final del impuesto es el consumidor final.
<b>Objetivo específico 1: Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana</b>	
<b>4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?</b>	

<p style="text-align: center;">Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>Las plataformas digitales son personas jurídicas no domiciliadas, en el momento que se incorporan al RUC adquieren la condición de contribuyente.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>Necesariamente el pago de un impuesto debe ser realizado por una persona natural o una persona jurídica. Si el domicilio de dichas personas se encuentra ubicada en el extranjero pueden tributar en Perú a través de sus representantes Legales.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Considero que como los servicios en cuestión se prestan íntegramente de forma remota, no habría posibilidad de generar un establecimiento permanente en el Perú, sobre la base de la definición vigente. Más bien si aplica el IGV este sería al consumidor final. En todo caso, podría optarse por un sistema creado en otros países mediante el cual el contribuyente del IGV sea la propia prestadora de los servicios, siendo en ese caso necesario que estas entidades obtengan algún tipo de registro (sea temporal o permanente) que les permita realizar el pago del IGV.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>No, dado que, servicio es prestado digitalmente, por lo cual no es necesario que adopten personalidad jurídica en el Perú, debido a que es el contribuyente del impuesto será el usuario del servicio.</p>



<p style="text-align: center;">Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>Creo que sí permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú, esto porque se van a ver en la necesidad de tener mejor control de sus procedimientos tributarios en el Perú.</p>
<p style="text-align: center;">Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Debo mencionar que de acuerdo al inciso b) del artículo 4-A del Reglamento de la LIR señala, que se entiende por servicio digital a todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes mediante accesos en línea y que se caracteriza por ser esencialmente automático y no ser viable en la ausencia de la tecnología de la información.</p> <p>Por tanto y de acuerdo a la pregunta debo mencionar que las plataformas digitales prestadas dentro del Perú, incrementaría la base tributaria en el nacimiento de diferentes personas jurídicas y así la administración tributaria tendría más control en la recaudación tanto en el impuesto a renta como en el IGV; pues según el artículo 6 de la Ley del impuesto a la renta establece, que están sujetas al impuesto la totalidad de las rentas gravadas que obtengan los contribuyentes que, conforme a las disposiciones del esta Ley, se consideran</p>

	<p>domiciliados en el país, sin tener en cuenta la nacionalidad de las personas naturales, en lugar de constitución de las personas jurídicas, ni la ubicación de la fuente productora, siendo que en el caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, el impuesto recae solo sobre las rentas gravadas de fuente peruana.</p>
<p><b>5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?</b></p>	
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>Deberían ser mediante el medio de pago electrónico encargando a los bancos y operadores que prestan el servicio de internet la recaudación a través de la retención.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>La manera más práctica para recaudar este impuesto es en el momento que contratan el producto o servicio con el proveedor, es decir, el impuesto ya está en el precio y es el Estado a través de sus organismos competentes concretar los mecanismos adecuados para que dicho impuesto entre a las arcas estatales.</p>

<p style="text-align: center;">Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Considero que una medida efectiva de recaudación especialmente para el caso de personas naturales consumidores de los servicios es insertar la figura de un agente de retención. Por ejemplo, puedes ser agentes de retención los operadores de tarjetas de crédito y/o débito.</p> <p>De otro lado, si se desea que los propios operadores no domiciliados sean los contribuyentes del IGV, entonces se debería considerar algún tipo de registro de estos contribuyentes especiales y se facilite el pago directo del impuesto, tal como se ha producido en Chile.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>El Estado Peruano debe crear los mecanismos que permitan la recaudación y la fiscalización del Impuesto. En ese sentido, dado que la mayoría de los pagos a las plataformas digitales se realiza mediante entidades financieras, se podría establecer que dichas entidades financieras deben ser agentes retenedores del IGV. Asimismo, paralelamente, se tendría que establecer la forma en que el contribuyente que no realiza actividad empresarial pueda realizar el pago directo del tributo sin tener que contar con un RUC a fin que, en los casos en que el pago no pueda ser retenido por una entidad financiera, el contribuyente pueda cumplir directamente con su obligación.</p>

<p>Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>El Estado peruano debería autorizar a un tercero, en este caso puede ser la entidad bancaria con el cual se realiza el pago para adquirir los servicios digitales prestados por los proveedores digitales no domiciliados.</p>
<p>Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Incrementando la base tributaria, respaldado con las respuestas de las preguntas 2 y 4 líneas arriba.</p>
<p><b>6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?</b></p>	
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>Los bancos y operadores de prestación del servicio internet en el Perú a operadores externos.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>Desde mi punto de vista, debería estar preliminarmente dentro del sector de las telecomunicaciones o en todo caso debería ser las entidades financieras.</p>
<p>Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Me remito a los comentarios de la pregunta anterior.</p>
<p>Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>Las entidades financieras a través de las cuales se realiza el pago al sujeto no domiciliado.</p>
<p>Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>Quien debería de actuar como agente de retención, tal como se aplicó en países de la región, que han incorporado y modificado su normativa respecto al IGV en los servicios</p>

	<p>digitales, el cual señalan y autorizan a la entidad financiera con el cual se realiza el pago por este servicio.</p>
<p style="text-align: center;">Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Teniendo el impuesto a la renta, que los servicios digitales se prestan por partes de entidades no domiciliadas, corresponderá que el domiciliado (agente de retención según los artículos 71 y 76 de la Ley del IR) que pague por los citados servicios y este realice una retención y abone al fisco con carácter definitivo dentro del plazo previsto en el Código Tributario, para las obligaciones de periodicidad mensual, las mismas que ascienden al 30 % del monto pagado, acorde a lo establecido en el inciso j) del artículo 56 de la LIR.</p> <p>Y en el caso del IGV se recomienda que esta retención esté a cargo de la entidad financiera utilizada para el pago del servicio. Quiere decir que las empresas del sistema financiero serían los responsables de retener el IGV del pago a estas plataformas digitales, para luego transferir el importe retenido a la SUNAT.</p>

**Objetivo específico 2: Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.**

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>Considero, que de encontrarse incorporado en el RUC y autorizado para usar comprobante digital sería de fácil fiscalización su cumplimiento.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>La facturación digital sería uno de los tantos mecanismos que permitirá fiscalizar los servicios digitales.</p>
<p>Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Solo será un mecanismo para mejorar la fiscalización si es que dicha facturación digital pasa de alguna forma por los registros de la Administración Tributaria, por ejemplo, si sirve para un crédito fiscal del usuario de los servicios.</p>
<p>Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>Cada plataforma digital remite al usuario final el comprobante de pago al que está obligado según la legislación del país en el cual se encuentra su domicilio. Teniendo en cuenta ello, la facturación digital que emiten estos servicios permitirá y ayudará a fiscalizar en el Perú.</p>
<p>Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>Creo que sí, por medio de la facturación digital se podrá llevar una mejor fiscalización.</p>

<p>Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Claro que sí, ayudaría, pues dicha medida servirá como herramienta para evitar la elusión y/o evasión tributaria.</p>
<p><b>8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?</b></p>	
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>La recaudación del impuesto tendría que ser mediante la retención a través del medio de pago y/o uso del operador del servicio de internet. La facturación será la parte formal del contribuyente por el servicio al consumidor.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>La entidad competente determinará los mecanismos pertinentes para la adecuada recaudación del impuesto, la facturación es parte de ello.</p>
<p>Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Nuevamente, considero que dichos documentos privados emitidos por las plataformas digitales pueden incrementar la recaudación solo si pueden ser sujetos a control por la Administración Tributaria. Por ejemplo, si permiten acreditar costo o gasto fiscal. Sin embargo, esto solo se logra para el caso de usuarios personas jurídicas que cuentan con registros contables.</p>
<p>Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>Desde mi punto de vista, sí porque facilita la fiscalización que se dará a quienes usan ente servicio (contribuyentes) lo cual</p>

	<p>permitirá una correcta y eficaz recaudación de parte de SUNAT.</p>
<p>Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>Considero que sí, ya que ayudaría de manera adecuada en la recaudación de impuestos (IGV), por lo cual se fiscalizaría a los proveedores digitales de estas plataformas. De la misma forma a los usuarios y/o consumidores de estos servicios digitales.</p>
<p>Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Con el uso del sistema electrónico, SUNAT fiscalizará en tiempo real las inconsistencias presentadas mediante el cruce de la información entre clientes y proveedores del universo de contribuyentes digitales y ayudará al incremento de la base tributaria.</p>
<p><b>9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?</b></p>	
<p>Abogado 1 Gustavo Zevallos Ramos.</p>	<p>El uso de la facturación digital sí permite un mejor control tributario, porque facilitará el cruce con la retención efectuada por el contribuyente encargado y su responsabilidad.</p>
<p>Abogado 2 Ricardo Marlon Matos Villanueva</p>	<p>Sí, téngase presente que el Estado debería cobrar este impuesto no directamente del usuario final sino a través de los proveedores.</p>



<p style="text-align: center;">Abogado 3 Lisset Nataly López Miranda</p>	<p>Me remito a los comentarios de la pregunta anterior.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 4 Blanca Patricia Guevara Moreno</p>	<p>Sí, porque con ellas se facilita su control de la misma forma que una factura de papel, en este caso los servicios digitales remiten por correo dicha factura digital, por lo cual el ente recaudador pediría a dichos servicios la información plasmada en ella.</p>
<p style="text-align: center;">Abogado 5 Alan Félix Berrospi Acosta</p>	<p>La facturación digital, sí permitirá tener un mejor control tributario sobre el servicio prestado por las plataformas digitales de entretenimiento, toda vez que permitirá a la entidad recaudador (SUNAT) realizar una correcta aplicación del IGV a estos servicios digitales, como lo son Netflix, Spotify, Amazon prime y demás.</p>
<p style="text-align: center;">Contador Luisinho Barrantes Varela</p>	<p>Toda herramienta digital tributaria ayuda y ayudará a evitar la evasión y elusión tributaria, puesto que dicha herramienta ayuda a tener en tiempo real un control de las operaciones entre proveedores y clientes digitales, mediante cruce de información como DAOT, libros electrónicos, ITF, etc.</p>

Fuente: Elaboración propia

### **Objetivo general**

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

### **Supuesto general**

La aplicación del Impuesto General a las Ventas incide de forma positiva en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

De acuerdo a las respuestas obtenidas por los especialistas en la materia, en la primera pregunta planteada en nuestra investigación, se obtuvo dos posturas. Asimismo, en la segunda pregunta todos los especialistas concordaron, respecto a la tercera pregunta, solo uno de los entrevistados discrepó, todos los demás entrevistados están de acuerdo con lo consultado.

Respecto a que actualmente no se ha considerado la aplicación del IGV en las plataformas digitales de entretenimiento las respuestas dadas por los especialistas, plasmaron dos posturas, siendo la primera el avance tecnológico respecto a estos servicios digitales son hechos nuevos y las políticas tributarias no se han adecuado a estos avances. Por otro lado, la segunda postura obtenida señala que estos al ser un servicio, ya estarían afectos a la aplicación del IGV, pero no existen mecanismos expresos para la recaudación de dicho impuesto a los servicios prestados, dado que la legislación tributaria está orientada a recaudar el IGV a quienes prestan servicios empresariales y utilizan estas plataformas.

Los entrevistados coincidieron que es necesario la aplicación del IGV a las plataformas digitales de entretenimiento, dado que la ley del IGV indica que todo servicio prestado en territorio nacional, independientemente que el servicio sea brindado por un sujeto domiciliado o no domiciliado, debe estar afecto al pago de dicho impuesto, debido a que este hecho requiere una utilización económica en el Perú; a su vez se debe aplicar mecanismos justos y eficaces para el cobro de dicho impuesto. Asimismo, al no existir un mecanismo claro y expreso para

la aplicación del IGV con la utilización de estos servicios digitales, como señalan los entrevistados, sería necesario una modificación legislativa, teniendo en cuenta las experiencias comparadas en otra región.

Del mismo modo, los especialistas en su mayoría estuvieron de acuerdo que la aplicación del IGV en las plataformas digitales de entretenimiento sí afectaría al consumidor final, puesto que el IGV es asumido económicamente por el usuario que goza de dicho servicio, ya que, quien debe cargar con el pago de este impuesto es el consumidor final. Por otra parte, siendo la excepción uno de los especialistas, señaló que el consumidor final no se vería afectado, pero, concuerda con dos especialistas más en que, quienes brindan este servicio son responsables de crear nuevas estrategias para captar y retener a los usuarios que contratan dicho servicio.

#### **Objetivo Especifico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana.

#### **Supuesto Especifico 1**

La aplicación del Impuesto General a las Ventas repercute de forma positiva respecto a los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana.

De las respuestas brindada por los entrevistados, se obtuvo diversas opiniones respecto a la cuarta pregunta planteada, en nuestra investigación; por otro lado, en la quinta pregunta todos los especialistas estuvieron de acuerdo. Asimismo, la mayoría de los entrevistado concordaron en la sexta pregunta, sin embargo, uno de ellos evidenció una opinión distinta a los demás, por lo cual se crea una divergencia en los puntos de vista brindados por ellos.

Los especialistas brindaron diferentes puntos de vistas, de la cual señalaron que por ser servicios digitales y estos ser prestados de forma remota y/o digital por los proveedores digitales no domiciliados, no habría necesidad de que estos

adopten personalidad jurídica en el Perú, o en todo caso, el ente recaudador de impuesto la SUNAT, adopte un registro y permita que se registren los proveedores digitales. Asimismo, dos especialistas señalaron que deberían adoptar personalidad jurídica en el Perú, con el fin, que, a través de un representante legal, puedan realizar el pago del impuesto y a su vez se obtenga un mejor control de sus procedimientos tributarios en territorio nacional.

Con respecto a la recaudación por parte del Estado sobre el IGV generado por la prestación de los servicios brindados por proveedores digitales no domiciliados, los entrevistados concordaron que el Estado y sus organismos competentes deberán crear y concretar los mecanismos con el fin de fiscalizar correctamente el pago de este impuesto. De igual forma señalaron que el Estado podría autorizar a un tercero que se encargue de la retención del pago de IGV por el uso de las plataformas digitales de entretenimiento por los consumidores peruanos.

Además, indicaron que, de regularse la aplicación de IGV de las plataformas digitales de entretenimiento en el Perú, quien debería de actuar como agente de retención serían en mayoría las entidades financieras, debido a que el servicio es pagado por medio de ellas, o en todo caso operadores que prestan el servicio de internet a los operadores digitales no domiciliados.

### **Objetivo Especifico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

### **Supuesto Especifico 2**

La aplicación del Impuesto General a las Ventas influye de forma positiva en la facturación digital en Lima Metropolitana.

De acuerdo a las respuestas obtenidas, se pudo observar que todos los especialistas en relación a la séptima pregunta, estuvieron de acuerdo. De la misma forma, en la octava pregunta, los entrevistados concordaron en sus repuestas.

Asimismo, los participantes en referencia a la novena pregunta coincidieron de igual forma.

Los entrevistados señalan, que la facturación digital, ayudará y permitirá a fiscalizar los servicios digitales, por lo cual la incorporación de estos, sería uno de los mecanismos que se usaría por parte de la administración tributaria, y dicha herramienta permitirá evitar la elusión y/o evasión tributaria en el Perú.

Del mismo modo, los participantes indicaron que la facturación digital que remiten las plataformas digitales de entretenimiento podría incrementar la recaudación, ya que por medio de aquellos se controlaría los ingresos que se obtienen por su uso en territorio nacional. A su vez SUNAT fiscalizará en tiempo real las inconsistencias presentadas entre usuarios y proveedores del universo de contribuyentes digitales, mediante el cruce de información.

Con respecto a que se obtenga un mejor control tributario los especialistas señalan que el uso de la facturación digital sí lo permiten, dado que con ella se facilitará el cruce con la retención efectuada por el contribuyente encargado (Agente de retención o entidad bancaria). Asimismo, ayuda a tener en tiempo real un control de las operaciones, mediante cruce de información como el DAOT, Libros electrónicos, ITF, etc.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Después de describir los resultados obtenidos por medio de los instrumentos empleados como son la guía de entrevista, se procedió a realizar el contraste con los antecedentes y las bases teóricas planteadas en nuestro marco teórico con relación a los objetivos trazados.

Respecto a objetivo general se logró establecer que la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide de forma positiva en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana. Tal como señalan los especialistas que al ser hechos nuevos (servicios digitales) las políticas tributarias no se han ajustado a estos avances, por lo que, según señala Belda (2020) con un nuevo esquema tributario se podría regular a las grandes empresas tecnológicas, de una manera proporcionada y justa, de acuerdo a los principios constitucionales. De igual forma, Matos y Piccirilli (2019) indican que la acción legislativa planteada en la Unión

Europea tiene como fin eliminar los obstáculos que presentan los servicios digitales prestados por las plataformas digitales de entretenimiento en el marco normativo, lo cual permitió el desarrollo de la economía digital de Europa.

Asimismo, los especialistas coinciden que la aplicación del IGV a las plataformas digitales de entretenimiento es necesaria, dado que, como se señala en nuestro marco normativo (Ley del IGV), todo servicio prestado en el Perú, independientemente que este sea prestado por un sujeto domiciliado o no domiciliado, deberá estar afecto a este impuesto. Por lo cual, al aplicarse el IGV a estos servicios digitales deberán ser mecanismos justos y eficaces. Por lo cual, al no existir una regulación clara y expresa en nuestra normativa referente a los servicios que prestan los servicios digitales, resulta necesario que se realice una modificación legislativa; tal cual, como ha pasado en otros países. Según Tupayachi (2019) sostiene que es necesario regular los servicios digitales prestados por las plataformas digitales de entretenimiento, debido a que, de no hacerlo generará diferencias entre el consumo tradicional y el consumo moderno, los cuales compiten dentro de un mismo territorio (Perú); teniendo en cuenta los principios de nuestra Constitución de la cual nos regimos. Lay (2015) sostiene, que el Estado tiene la capacidad de crear, modificar y/o suprimir impuestos, esto se debe a la potestad tributaria que tiene. Dado que su estructuración es a nivel macro y está dentro del Derecho Constitucional Tributario; por lo cual el Estado como ente regulador puede crear y/o modificar mediante decretos legislativos o Ley de los impuestos, teniendo en cuenta los principios constitucionales.

Según lo comentado por los entrevistados, sostienen que la aplicación del IGV en las plataformas digitales de entretenimiento afectaría al consumidor de este servicio, dado que la Ley del IGV menciona que este impuesto siempre es asumido por el consumidor final, debido a que es él, quien goza del uso del servicio y debe asumir el pago de dicho impuesto. Asimismo, Parra, Parra y Cerezo (2019) mencionan que el IGV al ser un impuesto indirecto recae al consumidor por los productos y/o servicios adquiridos, en el precio pagado por ellos. Por lo que, el consumidor final no lo declara directamente al fisco, pero si tiene la Obligación tributaria de pagar por el consumo de estos servicios; Dado que, esta actividad realizada (servicio – consumidor) en la cual se verifica el hecho que genera la

obligación tributaria; por lo cual se debe valorar todas las circunstancias para determinar y aplicar el hecho imponible tal como lo señala la Sala plena N°2020-07 Tribunal Fiscal.

En cuanto a nuestro objetivo específico uno, se ha determinado que la aplicación del impuesto general a las ventas repercute de forma positiva respecto a los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana, tal cual como señala en su investigación Buitrago (2017) sobre que las empresas que se dedican al comercio digital y son no domiciliadas, deberían contar una dirección digital (dirección IP) con el fin de que estos proveedores digitales coadyuven en el cobro de los impuestos. Asimismo, dos de los especialistas mencionaron que si se podría adoptar personalidad jurídica, dado que, a través de sus representantes en el Perú se encargarían de realizar la declaración del IGV al ente recaudador. Por otro lado, Biyan y Yilmaz (2019) mencionan que los proveedores digitales no domiciliados dado que sus actividades las realizan vía digital, lo que permite que estas ofrezcan bienes y/o servicios, sin necesidad de una presencia física que descarta un domicilio físico tal como establece las regulaciones locales de cada país. De la misma forma, los especialistas, sostiene que los proveedores digitales no domiciliados que prestan servicios digitales no tendrían la necesidad de adoptar personalidad jurídica en el Perú, porque sus servicios son prestados de forma remota, o en todo caso que el ente recaudador (SUNAT) permita que los proveedores digitales se registren en un formato equivalente al RUC. Tal como ocurre en México que se incorporó las regulaciones a través del DOF 09-12-2019 artículo 1o.-A BIS, de un cuarto párrafo al artículo 16 y del Capítulo III BIS de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, El cual menciona que los servicios digitales que son prestados por residentes en el extranjero sin establecimiento en México (Proveedores digitales no domiciliados) deberán inscribirse en el Registro federal de Contribuyentes, y que tendrán que cobrar el impuesto al valor agregado en su servicio que prestan y este debe estar detallado y separado del precio por el servicio brindado.

Por otro lado, los especialistas indican que el Estado y sus organismos competentes deberían crear y concretar los mecanismos que permita fiscalizar los servicios brindados por los proveedores digitales no domiciliados. Por lo que

también se podría autorizar a un tercero el cual se encargue de la retención del IGV por el uso y consumo de las plataformas digitales de entretenimiento, sugiriendo en su mayoría que podrían ser las entidades financieras. De igual forma, como se aplicó en Ecuador por medio de la Ley Orgánica de simplificación y progresividad tributaria, que modificó el artículo 63 de la Ley Orgánica de régimen tributario interno, en el cual precisó que los agentes de retención deben ser las empresas emisoras de tarjetas de crédito con el cual se realiza el pago de dicho servicio digital, indicando siempre y cuando el prestador no se encuentre registrado.

Finalmente, en cuanto a nuestro objetivo específico dos, se determinó que la aplicación del impuesto general a la venta influye de forma positiva respecto a la facturación digital en Lima Metropolitana, según lo señalado García (2014) La facturación digital facilita y/o beneficia en la aplicación de los tributos, debido a que disminuye la carga fiscal de los obligados tributarios de una manera rápida y eficaz, por lo que la factura digital sirve como un instrumento para evidenciar las transacciones (objeto del contrato). Del mismo modo los entrevistados señalan que la facturación digital permitirá y ayudará a fiscalizar los servicios prestados por las plataformas digitales de entretenimiento, dado que sería uno de los mecanismos que usaría la administración tributaria, con el fin de evitar la elusión y/o evasión tributaria en nuestro país. Por otro lado, los especialistas indican que la facturación digital que es remitida por las plataformas digitales de entretenimiento podría aumentar la recaudación de los tributos, dado que se podría controlar los ingresos que se perciben por el uso de su servicio, a su vez se fiscalizaría mediante el cruce de información las inconsistencias presentadas entre usuarios y proveedores, tal como señala Velazco (2016) La factura digital es un documento que permite reemplazar a la factura tradicional (Factura en papel) dado que aquellas facturas digitales deberán asegurar la legalidad de los documentos electrónicos. Por su parte Barreix y Zambrano (2018) sostienen que la facturación digital cumple la misma finalidad que una factura en papel y se obtiene el mismo resultado, teniendo como la función de registrar las transacciones comerciales, cuyas se aplican en el ámbito tributario, comercial y financiero; lo cual deberá respetar los principios de integridad y legibilidad, de igual manera los especialistas señalan que con la facturación digital se obtendría un mejor control tributario, dado que con ella se permitirá y facilitará la información brindada por el contribuyente o el encargado de



la retención del impuesto general a las ventas y a su vez se obtendrá en tiempo real el control de las operaciones de estos servicios.

## V. CONCLUSIONES

En el presente trabajo se llegó a las siguientes conclusiones

**PRIMERA.** – La aplicación del Impuesto General a las Ventas incide de forma positiva en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana pues, al ser hechos nuevos, vale decir, servicios digitales que se ofrecen en territorio nacional y son utilizados por los consumidores finales, por lo cual da inicio a la obligación tributaria; se pudo corroborar, que la norma señala que todo servicio prestado debe estar afecto a este impuesto, sin embargo, no existen expresamente mecanismos para la recaudación de dicho servicio prestado de forma digital.

**SEGUNDA.** - La aplicación del Impuesto General a las Ventas repercute de forma positiva respecto a los proveedores digitales no domiciliados pues, si bien estos al prestar servicios digitales de forma remota en el Perú, les permite no tener un establecimiento físico, debido a que es el usuario quien se encarga de adquirir este servicio, sin embargo, el cobro de este impuesto les permite que adopten Personalidad Jurídica Tributaria ya que esto les permite ser los encargados de la declaración de este impuesto.

**TERCERA.** - La aplicación del Impuesto General a las Ventas influye de forma positiva en la facturación digital, debido a que permite que se obtenga un mayor control de los servicios que son prestados por las plataformas digitales de entretenimiento. Asimismo, se evita a través de ellas la elusión y evasión tributaria. Por lo cual esta facturación digital permite una correcta aplicación del IGV que tiene como fin el aumento de la recaudación por parte del Estado.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Finalmente, del presente trabajo de investigación se llegó a las siguientes recomendaciones:

**PRIMERA.** – Elaborar una Ley o un Decreto Legislativo que modifique el Texto único ordenado de la Ley del Impuesto General a la Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, y que se incorpore y detalle en ella los servicios digitales prestados por las plataformas digitales de entretenimiento, dado que nos encontramos en una economía digital y esto permitirá que se regule e incorpore el cobro del IGV a las transacciones que son realizadas entre las plataformas digitales de entrenamiento y el consumidor nacional.

**SEGUNDA.** – Al regularse los servicios digitales prestados por las plataformas digitales de entretenimiento, la entidad recaudadora incorporar un sistema que registre a los proveedores digitales que brindan el servicio digital en el Lima Metropolitana y en el Perú, con el fin de que ellos puedan hacer la declaración del impuesto retenido por el uso de sus servicios o en todo caso la Ley delegue esta función de la declaración del impuesto a las entidades financieras del sistema bancario en el cual se realiza el pago a través de sus tarjetas de crédito o débito y que ellos sean los encargados de la declaración del impuesto retenido.

**TERCERA.** – La entidad recaudadora solicite a los proveedores digitales no domiciliados que remiten su facturación digital a los usuarios, que incorporen y detallen el IGV en su factura, con el fin de obtener un mayor control y fiscalización y a su vez estas permitan un cruce de información entre el encargado de la declaración del impuesto y la entidad recaudadora.

## REFERENCIAS

- Aguayo-Lopez, J. M. (2014). La Obligación Tributaria y el Pago: Antes del Inicio de la Cobranza Coactiva - en la Legislación Peruana. Apuntes y Disquisiciones. *Derecho & Sociedad*, 43, 239-254. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/12573>
- Amasifuen-Reátegui, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, 1(1). [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_apfb/article/view/898](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898)
- Ayala, E. K. & Cáceres, A. (2018). *Reforma Tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017*. [Para optar al Título de Licenciado en Contabilidad, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio Institucional <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625760?locale-attribute=es>
- Barreix, A. & Zambrano, R. (2018). La Factura Electrónica en América Latina: proceso y desafíos. *Factura Electrónica en América Latina*, 1-42. <https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5564>
- Belda, I. (2020). Una nueva propuesta tributaria para la justa tributación de la economía digital en base a una reinterpretación de la ley del Impuesto Sobre el Valor Añadido. *Nueva Fiscalidad*, 1, 177–206. <http://digital.casalini.it/4694470>
- Biyan, Ö., & Yilmaz, G. A Taxation Problem Caused by Digital Economy: Definition of Virtual Establishment. *Current Perspectives in Public Finance*, 11. [https://www.researchgate.net/publication/330245585\\_A\\_Taxation\\_Problem\\_Caused\\_by\\_Digital\\_Economy\\_Definition\\_of\\_Virtual\\_Establishment](https://www.researchgate.net/publication/330245585_A_Taxation_Problem_Caused_by_Digital_Economy_Definition_of_Virtual_Establishment)
- Cardeña, F.L. (2019). *Problemática actual y propuesta del tratamiento tributario del IGV en la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a consumidores finales, la necesidad de su regulación en la política tributaria del Perú moderno* [tesis de maestría, Pontificia Universidad

Católica del Perú]. Repositorio CENTRUM  
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/16045>

Casado, L. (2019). Diccionario Jurídico. (Valletta Ediciones).  
<https://www.alfaomegacloud.com/library/publication/diccionario-juridico>

Congreso Constituyente Democrático. (29 de diciembre de 1993) Constitución Política del Perú, Diario Oficial el peruano  
<http://www4.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Constitu/Cons1993.pdf>

Código Tributario Peruano Con jurisprudencia y sumilla (2017) (1ra Ed). Lex Soluciones S.A, Lima, Perú

Congreso de la República del Perú. (21 de abril de 1996). Decreto legislativo N° 816, Código Tributario  
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.pdf>

De Marco, C. E., Di Minin, A., Marullo, C., & Nepelski, D. (2019). Digital platform innovation in European SMEs.  
<https://ideas.repec.org/p/ipt/iptwpa/jrc115240.html>

De Velazco, J.L. (2016). La facturación electrónica en el Perú. *Revista Lidera*, 11, 4-10. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/16873>

Del Valle Buitrago-Rodriguez, M. (2017). Espacialidad de empresas virtuales en comercio electrónico directo gravado con impuesto al valor agregado venezolano. *Visión gerencial*, 1, 144-155.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465549683010.pdf>

Delgado-García, A. M. (2014). La regulación de la factura electrónica en el sector público. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 18, 97-107.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5581692>

Freire, D. L. & Tapiero, F. (2019). *Análisis del IVA para plataformas digitales: posibles impactos para el país* [tesis de especialidad en Administración y Auditoría Tributaria, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano] Repositorio institucional.

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7286/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6ta Ed.) Interamericana Editores.

Hernández, P. S., y Casas, N. V. (2019). La imposición al consumo en la era de los servicios digitales. *THĒMIS Revista de Derecho*, (76), 29-40. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/22617>

Herrera, W. E. (2018). *La informalidad tributaria en las actividades pecuarias de la región Cajamarca*. [tesis para optar el título profesional de abogado, Universidad nacional de Cajamarca]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/2791>

J. C. Gómez Sabaini y D. Morán, “Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe: avances en su medición y panorama de las medidas recientes para reducir su magnitud”, *serie Macroeconomía del Desarrollo*, N° 215 (LC/TS.2020/125), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020.

Kenney, M., & Zysman, J. (2015, June). Choosing a future in the platform economy: the implications and consequences of digital platforms. In Kauffman Foundation New Entrepreneurial Growth Conference (Vol. 156160). Recuperado de <https://brie.berkeley.edu/recent-papers-publications/published-articles>

Lay-Lozano, J. L. (2015). El aspecto constitucional del tributo. *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 13(16), 8. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5278272>

Ley Orgánica de simplificación y Progresividad Tributaria de Ecuador (Quito 31 de diciembre 2019) <https://www.sri.gob.ec/ley-organica-de-simplificacion-y-progresividad-tributaria>

Ley 27430, Ley Impuesto a las Ganancias (Buenos Aires 28 de agosto 2019) <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305262/norma.htm>

- Ley del Impuesto al Valor Agregado (Ciudad de México 30 octubre 2019)  
<https://leyco.org/mex/fed/77.html>
- López, L. (2020). *Evolución de las plataformas de streaming de audio en España* [tesis para optar por el grado en Comunicación Audiovisual-Grau en Comunicación Audiovisual, Universitat Politècnica de València] Repositorio institucional. <https://riunet.upv.es/handle/10251/152759>
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*,17(3)  
[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232012000300006](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232012000300006)
- Martinez-M, M. (2006). La investigación científica (Síntesis conceptual). *Revista de Investigación en Psicología*, 9(1), 123-146.  
[http://ateneo.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1598/revista\\_de\\_investigacion\\_en\\_psicologia08v9n1\\_2006.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ateneo.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1598/revista_de_investigacion_en_psicologia08v9n1_2006.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martos García, J. J., y Piccirilli, E. (2019). La convergencia en el IVA de las ventas a distancia de bienes y de los servicios prestados vía electrónica, telecomunicaciones y televisión. *Nueva Fiscalidad*, 3, 105–158.  
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=d11bb50c-da5f-4e1a-9ac1-756b6d2a8e4a%40pdc-v-sessmgr05>
- Navas-Espín, G. R, Silva-Álvarez, N. D. y Aguilar-Carrión, M. R. (2019). Impuesto al Valor Agregado (IVA): Evolución y nivel de cumplimiento oportuno en la provincia de Pastaza. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6 (46).  
<https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1453>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) *Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital* (2014)
- Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) *Los servicios públicos de telecomunicaciones en los hogares peruanos.*

<https://www.osiptel.gob.pe/articulo/erestel-2019-servicios-telecomunicaciones-hogares>

Ormaza-Ávila, D. A. y Zamora-Vázquez, A. F. (2019). La potestad tributaria en el Derecho Internacional Tributario. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 3(3), 39-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7391826>

Paguay, A. E. (2019). *La determinación tributaria a los servicios digitales de entretenimiento que prestan las empresas multinacionales en el Ecuador*. [tesis de título, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCESA. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2873>

Parra-Gavilanes, D. A, Parra-Silva, P. A. & Cerezo-Segovia, B. (2019). Análisis de las retenciones en la fuente del impuesto al valor agregado IVA y su incidencia en los resultados integrales. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 203-208. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1178>

Pintado, C. A. (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 de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo] Repositorio institucional. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/8390>

Preguntas sobre impuestos. (s. f.). Netflix. Recuperado 23 de noviembre de 2020, de <https://help.netflix.com/es/node/50068#>

Prime Video: Ayuda. (s. f.). Prime Video. Recuperado 23 de noviembre de 2020, [https://www.primevideo.com/help/ref=atv\\_hp\\_nd\\_cnt?language=es\\_ES&no\\_deld=G202064890](https://www.primevideo.com/help/ref=atv_hp_nd_cnt?language=es_ES&no_deld=G202064890)

Sánchez, C., y Toledo, C. Tributación de los ingresos generados por la economía digital: perspectiva regional. *Revista Actualidad jurídica Uría Menéndez* 52, 27-37. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7268568>

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



Tribunal Constitucional del Perú (2004). Sentencia recaída en el Expediente. N° 0042-2004-AI/TC. Interpuesta por Don Luis Alejandro Lobatón Donayre y más de cinco mil ciudadanos, contra el artículo 540 del Decreto Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal, modificada por el Decreto Legislativo N° 952. <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2005/00042-2004-AI.pdf>

Tribunal Fiscal (2020) Observación recaída en el Expediente N° 0230-2016.

[https://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu\\_fisc/jurisprude/acuer\\_sala/2020/informe/informe07-20.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu_fisc/jurisprude/acuer_sala/2020/informe/informe07-20.pdf)

Tupayachi, M. W. (2019). *Análisis de la Incidencia del Impuesto a la Renta en los Casos de Uber y Airbnb* [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15446>

Zapata, D.O (2015). Hipótesis de incidencia tributaria. *In Crescendo*, 6(1), 93-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=512757>

## ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE DESARROLLO DE INVESTIGACION

### TITULO: “APLICACIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO EN LIMA METROPOLITANA”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	SUPUESTOS	CATEGORIAS SUB CATEGORIAS	METODOLOGIA
<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL</b></p> <p>¿De qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO 1:</b></p> <p>a) ¿De qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas repercute en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO 2:</b></p> <p>b) ¿De qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana?</p>	<p><b>OBJETIVO PRINCIPAL</b></p> <p>Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.</p> <p><b>OBJETIVO ESPECIFICO 1:</b></p> <p>a) Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana</p> <p><b>OBJETIVO ESPECIFICO 2:</b></p> <p>b) Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.</p>	<p><b>SUPUESTO GENERAL</b></p> <p>La aplicación del Impuesto General a las Ventas incide de forma positiva en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana</p> <p><b>SUPUESTO ESPECIFICO 1:</b></p> <p>a) La aplicación del Impuesto General a las Ventas repercute de forma positiva respecto a los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana</p> <p><b>SUPUESTO ESPECIFICO 2:</b></p> <p>b) La aplicación del Impuesto General a las Ventas influye de forma positiva en la facturación digital en Lima Metropolitana</p>	<p><b>CATEGORIA 1</b></p> <p>Aplicación del Impuesto General a las Ventas</p> <p><b>SUBCATEGORIAS</b></p> <p>a) Obligación Tributaria b) Potestad tributaria</p> <p><b>CATEGORIA 2</b></p> <p>Plataformas digitales de entretenimiento</p> <p><b>SUBCATEGORIAS</b></p> <p>a) Proveedores digitales no domiciliados b) Facturación digital</p>	<p>1) <b>Enfoque:</b> Cualitativo 2) <b>Tipo de estudio:</b> Aplicado 3) <b>Diseño:</b> No experimental 4) <b>Técnicas de recolección de datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Observación</li> <li>- Revisión de fuente doctrinal</li> <li>- Revisión de fuente normativa.</li> <li>- Revisión de fuente jurisprudencial</li> <li>- Entrevista</li> </ul> <p>5) <b>El método de análisis de datos</b> cualitativos se basa en la agrupar datos informativos tales como, argumentos de los participantes de forma visual y auditiva, documentos, entrevistas, para así poder relacionar todo lo obtenido y dar con la veracidad y eficacia al resolver el problema planteado en la investigación (Hernández et al, 2014, p. 292)</p>

## ANEXO N°2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE CATEGORIAS

Categoría	Definición Conceptual	Subcategorías
<b>Aplicación del Impuesto General a las Ventas</b>	El impuesto al valor agregado es un impuesto indirecto, también llamado así porque, a diferencia del impuesto directo, no se deduce directamente de la renta, sino que recae sobre los costos de producción y ventas de la empresa; generado a partir del precio pagado por los consumidores por los productos adquiridos. Lo cual significa que es aplicado por el consumo y está cargado al consumidor final. Siendo un impuesto indirecto, el consumidor final no lo declara directamente al fisco (Parra, Parra y Cerezo, 2019, p. 207).	<p><b>Potestad tributaria</b></p> <p><b>Obligación tributaria</b></p>
<b>Plataformas digitales de entretenimiento</b>	Las plataformas digitales permiten que un número mayor se conecte y organice en actividades de mercado, social y política. Si la revolución industrial se desarrolló en torno a las fábricas, los cambios actuales se organizan en torno a las plataformas que mediante algoritmos son adecuados para grandes bases de datos que se ejecutan en la nube. Cabe señalar que las plataformas digitales nos muestran que estamos en medio de una transformación económica. El poder que están desarrollando las empresas que brindan los servicios digitales es cercano a las épocas anteriores de las grandes compañías como lo son Ford, General Motors y General Electric (Kenney y Zysman, 2015, p. 7).	<p><b>Proveedores digitales no domiciliados</b></p> <p><b>Facturación digital</b></p>

Fuente: Elaboración propia



**ANEXO N°3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**GUÍA DE ENTREVISTA**

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: .....

Cargo/profesión/grado académico: .....

Institución: .....

**Objetivo general**

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

.....  
.....

**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

.....  
.....



3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?

.....  
.....

**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?

.....  
.....

5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?

.....  
.....

6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?

.....  
.....



**Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

.....  
.....

**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

.....  
.....

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**

.....  
.....

<b>FIRMA Y SELLO</b>

**ANEXO N°4**

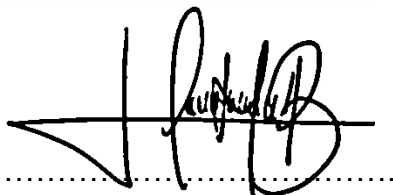
**DECLARACIÓN JURADA**

Nosotros, Barrientos Walker, Francis Luzbell, con DNI N° 73855568 y Díaz Mora, Eczo José, con DNI N° 45962298 y, ejerciendo nuestro derecho y en pleno uso de nuestras facultades físicas y mentales:

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO:

Que los recurrentes Barrientos Walker, Francis Luzbell y Díaz Mora, Eczo José somos coautores del proyecto de tesis titulado: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”, nos comprometemos a participar de forma activa en el diseño, elaboración, presentación y sustentación del Proyecto de Investigación, así como, del desarrollo, elaboración, presentación, sustentación del Informe de Tesis y su consiguiente publicación del producto de investigación; asumiendo la responsabilidad de los mismos, frente a los hechos que contravengan el Código de Ética aprobado por Resolución de Consejo Universitario N° 0262-2020/UCV, en concordancia con el Código Nacional de Integridad Científica de CONCYTEC, además, de la Constitución vigente y sus derivados normativos.

En fe de lo cual firmamos lo presente. Dado en la ciudad de Lima a los 9 días del mes de noviembre de 2020.



Barrientos Walker, Francis Luzbell

DNI N° 73855568



Díaz Mora, Eczo José

DNI N° 45962298

**SOLICITO:**

Validación de instrumento  
de recojo de información.

Mg.: Jakelyne Payano Blanco

Nosotros, Francis Luzbell Barrientos Walker identificada con DNI N.º 73855568 y Eczo José Díaz Mora alumnos de la EP de Derecho, a usted con el debido respeto nos presentamos y le manifestamos:

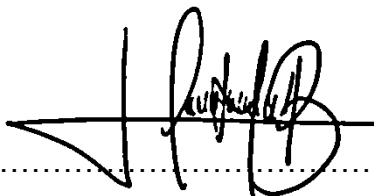
Que siendo requisito indispensable el recojo de datos necesarios para la tesis que vengo elaborando titulada: “La Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”, solicitamos a Ud. Se sirva validar el instrumento que le adjuntamos bajo los criterios académicos correspondientes. Para este efecto adjunto los siguientes documentos:

- Instrumento
- Ficha de evaluación
- Matriz de consistencia

Por tanto:

A usted, rogamos acceder a nuestra petición.

Callao, 26 de noviembre de 2020



Barrientos Walker, Francis Luzbell

DNI N° 73855568



Díaz Mora, Eczo José

DNI N° 45962298



## ANEXO N°5

### FICHA DE VALIDACIÓN

#### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres: Payano Blanco, Jakelyne Ingrido
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Asesora de Proyecto de Investigación. Universidad César Vallejo
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de Entrevista
- 1.4. Autores de Instrumento: Barrientos Walker, Francis Luzbell y Diaz Mora, Ecco José

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE				ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.												✓	
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												✗	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												✗	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												✓	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												✗	
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las categorías.												✗	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												✗	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												✗	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												✗	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												✗	

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

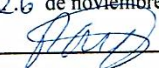
- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

SI
--

90 %

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, 26 de noviembre del 2020.

  
 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
 DNI No 09048844 Telf.: 972168948...

**SOLICITO:**

Validación de instrumento  
de recojo de información.

Mg.: Alan Berrospi Acosta

Nosotros, Francis Luzbell Barrientos Walker identificada con DNI N.º 73855568 y Eczo José Díaz Mora alumnos de la EP de Derecho, a usted con el debido respeto nos presentamos y le manifestamos:

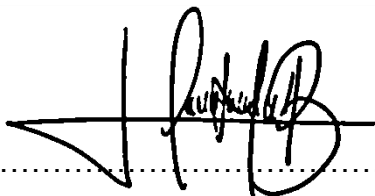
Que siendo requisito indispensable el recojo de datos necesarios para la tesis que vengo elaborando titulada: “La Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”, solicitamos a Ud. Se sirva validar el instrumento que le adjuntamos bajo los criterios académicos correspondientes. Para este efecto adjunto los siguientes documentos:

- Instrumento
- Ficha de evaluación
- Matriz de consistencia

Por tanto:

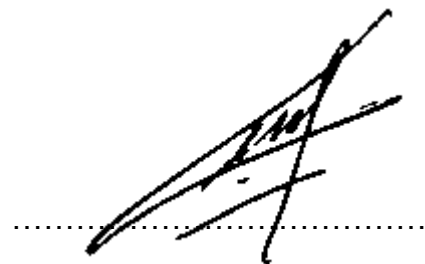
A usted, rogamos acceder a nuestra petición.

Callao, 30 de noviembre de 2020



Barrientos Walker, Francis Luzbell

DNI N° 73855568



Díaz Mora, Eczo José

DNI N° 45962298

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

#### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: BERROSPI ACOSTA ALAN FELIX
- 1.2. Cargo e institución donde labora: ABOGADO EN LITIGIO
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de Entrevista
- 1.4. Autores de Instrumento:

- Barrientos Walker, Francis Luzbell
- Díaz Mora, Ezo José

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.										X			
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.										X			
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.										X			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.										X			
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales										X			
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las categorías.										X			
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.										X			
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos										X			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.										X			
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.										X			

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

SI
--

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

85%
-----

Lima, 30 de noviembre del 2020.

  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI No 43673189 Telf.: 953970543

**SOLICITO:**

Validación de instrumento  
de recojo de información.

Mg.: Erick Vildoso Cabrera

Nosotros, Francis Luzbell Barrientos Walker identificada con DNI N.º 73855568 y Eczo José Díaz Mora alumnos de la EP de Derecho, a usted con el debido respeto nos presentamos y le manifestamos:

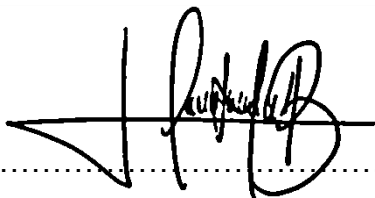
Que siendo requisito indispensable el recojo de datos necesarios para la tesis que vengo elaborando titulada: “La Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”, solicitamos a Ud. Se sirva validar el instrumento que le adjuntamos bajo los criterios académicos correspondientes. Para este efecto adjunto los siguientes documentos:

- Instrumento
- Ficha de evaluación
- Matriz de consistencia

Por tanto:

A usted, rogamos acceder a nuestra petición.

Callao, 30 de abril de 2021



Barrientos Walker, Francis Luzbell

DNI N° 73855568



Díaz Mora, Eczo José

DNI N° 45962298

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

#### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: Vildoso Cabrera Erick Daniel  
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente de la Universidad César Vallejo  
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Guía de Entrevista  
 1.4. Autores de Instrumento:
- Barrientos Walker, Francis Luzbell
  - Diaz Mora, Eczo José

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.												X	
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												X	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales												X	
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las categorías.												X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.												X	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, supuestos jurídicos												X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr verificar los supuestos.												X	
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.												X	

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El Instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El Instrumento no cumple con Los requisitos para su aplicación

SI
-.-
95%

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

Lima, 30 de abril del 2021.

  
 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
 DNI No 09949028.



## GUÍA DE ENTREVISTA

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: Gustavo Zevallos Ramos.

Cargo/profesión/grado académico: Abogado.

Institución: Law Firm Zevallos & Lazo asociados / Master en Administración y Finanzas.

### Objetivo general

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

Debido al atraso en el desarrollo tecnológico para digitalizar las obligaciones tributarias, reflejo de ello es que la SUNAT recién está desarrollando como gravar el IGV a este tipo de servicio digital y aún está en ensayo.

**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

Ya existe la regulación en nuestro marco legal de servicios prestados en territorio nacional, pero falta visión que los servicios podrían ser digitales. Ahora deberán ajustar la normativa, es decir, modificar la Ley, y establecer la herramienta para fiscalizar su cumplimiento.





**3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?**

No veo afectaciones al consumidor final, la economía de libre mercado permite que participen varios actores, por tanto, dependerá mucho la estrategia que planteen los ofertantes y el precio del servicio brindado para captar clientes.

**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

**4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?**

Las plataformas digitales son personas jurídicas no domiciliadas, en el momento que se incorporan al RUC adquieren la condición de contribuyente.

**5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?**

Considero que deberían ser mediante el medio de pago electrónico encargando a los bancos y operadores que prestan el servicio de internet la recaudación a través de la retención.

**6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?**

Como respondía en la pregunta que antecede, deberían ser los bancos y operadores de prestación del servicio internet en el Perú a operadores externos.



**Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

Considero, que de encontrarse incorporado en el RUC y autorizado para usar comprobante digital sería de fácil fiscalización su cumplimiento.

**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

La recaudación del impuesto tendría que ser mediante la retención a través del medio de pago y/o uso del operador del servicio de internet. La facturación será la parte formal del contribuyente por el servicio al consumidor.

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**

El uso de la facturación digital sí permite un mejor control tributario, porque facilitará el cruce con la retención efectuada por el contribuyente encargado y su responsabilidad.





**GUSTAVO ZEVALLOS RAMOS**

**Colegio de Abogados de Lima**

**(CAL No. 46945)**

*Lima, 12 de mayo de 2021*



## GUÍA DE ENTREVISTA

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: Ricardo Marlon Matos Villanueva.

Cargo/profesión/grado académico: Abogado.

Institución: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

### Objetivo general

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

La razón principal es porque la aparición de plataformas digitales es un hecho relativamente novedoso, y no se encuentran afectando directamente derechos de terceros.

Ante situaciones nuevas, el Derecho tiene que renovarse ya sea modificando o creando nuevas normas, como es el caso de la aplicación del Impuesto General a las Ventas (IGV).

**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

En lo general, todos debemos contribuir con el país pagando nuestros impuestos para que, a través del Estado, se ejecuten obras (Construcción de carreteras, hospitales, colegios, trenes eléctricos, etc.) en beneficio de la sociedad. Y esto se da por medio de la recaudación de impuestos, y los servicios prestados de manera



digital, como las plataformas digitales de entretenimiento que se consumen en el Perú, no deberían estar exentos a ello.

**3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?**

Si el IGV se aplica a estas plataformas digitales, el consumidor se verá afectado directamente con el incremento del precio del producto o servicio.

**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

**4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?**

Necesariamente el pago de un impuesto debe ser realizado por una persona natural o una persona jurídica. Si el domicilio de dichas personas se encuentra ubicada en el extranjero pueden tributar en Perú a través de sus representantes Legales.

**5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?**

La manera más práctica para recaudar este impuesto es en el momento que contratan el producto o servicio con el proveedor, es decir, el impuesto ya está en el precio y es el Estado a través de sus organismos competentes concretar los mecanismos adecuados para que dicho impuesto entre a las arcas estatales.



**6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?**

Desde mi punto de vista, debería estar preliminarmente dentro del sector de las telecomunicaciones o en todo caso debería ser las entidades financieras.

**Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

La facturación digital sería uno de los tantos mecanismos que permitirá fiscalizar los servicios digitales.

**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

La entidad competente determinará los mecanismos pertinentes para la adecuada recaudación del impuesto, la facturación es parte de ello.

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**

Sí, téngase presente que el Estado debería cobrar este impuesto no directamente del usuario final sino a través de los proveedores.



**Ricardo Marlon Matos Villanueva**  
**Colegio de Abogados de Lima**  
**(CAL No. 37988)**

*Lima, 16 de mayo de 2021*



## GUÍA DE ENTREVISTA

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: Lisset Nataly López Miranda.

Cargo/profesión/grado académico: Abogado.

Institución: Estudio Payet, Rey, Cauvi, Pérez Abogados / Abogada Senior del área tributaria.

### Objetivo general

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

Considero que bajo las normas actuales del Impuesto General a las Ventas (IGV), los servicios prestados por no domiciliados mediante las plataformas digitales de entretenimiento estarían sujetos a un IGV por utilización de servicios aplicable a cualquier usuario peruano sea persona natural o jurídica, no solo de Lima Metropolitana, sino en todo el territorio nacional. No obstante, considero que no hay una referencia expresa a estos servicios dado que su importancia y consumo en el mercado peruano es de reciente data.

**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

En general considero que es pertinente realizar una referencia expresa a lo que sucede en el caso de personas naturales peruanas usuarios de estos servicios,



dado que en dicho caso no existe un mecanismo claro para la aplicación del IGV por utilización de servicios. Resulta necesario evaluar si se debe incluir o no un agente de retención para facilitar la recolección del IGV para estos supuestos, tomando en cuenta la experiencia comparada sobre todo en la región.

**3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?**

En la medida que el IGV aplicable sería uno por utilización de servicios; por ende, el IGV es asumido económicamente por dicho usuario o consumidor final, se generará un incremento de la tarifa por el servicio por un IGV que el consumidor no podrá utilizar al no realizar operaciones gravadas con dicho tributo. Ahora bien, si dicho aumento no es material quizás no hará que el consumidor deje de solicitar los servicios, o en todo caso podría darse el caso que los operadores internacionales (como Netflix, etc.) intenten mantener su clientela peruana mediante ofertas especiales que puedan cubrir el IGV cargado.

**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

**4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?**

Considero que como los servicios en cuestión se prestan íntegramente de forma remota, no habría posibilidad de generar un establecimiento permanente en el Perú, sobre la base de la definición vigente. Más bien si aplica el IGV este sería al consumidor final. En todo caso, podría optarse por un sistema creado en otros países mediante el cual el contribuyente del IGV sea la propia prestadora de los servicios, siendo en ese caso necesario que estas entidades obtengan algún tipo de registro (sea temporal o permanente) que les permita realizar el pago del IGV.



**5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?**

Considero que una medida efectiva de recaudación especialmente para el caso de personas naturales consumidores de los servicios es insertar la figura de un agente de retención. Por ejemplo, puedes ser agentes de retención los operadores de tarjetas de crédito y/o débito.

De otro lado, si se desea que los propios operadores no domiciliados sean los contribuyentes del IGV, entonces se debería considerar algún tipo de registro de estos contribuyentes especiales y se facilite el pago directo del impuesto, tal como se ha producido en Chile.

**6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?**

Me remito a los comentarios de la pregunta anterior.

**Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

Solo será un mecanismo para mejorar la fiscalización si es que dicha facturación digital pasa de alguna forma por los registros de la Administración Tributaria, por ejemplo, si sirve para un crédito fiscal del usuario de los servicios.





**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

Nuevamente, considero que dichos documentos privados emitidos por las plataformas digitales pueden incrementar la recaudación solo si pueden ser sujetos a control por la Administración Tributaria. Por ejemplo, si permiten acreditar costo o gasto fiscal. Sin embargo, esto solo se logra para el caso de usuarios personas jurídicas que cuentan con registros contables.

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**

Me remito a los comentarios de la pregunta anterior.

**Lisset López Miranda**  
**Colegio de Abogados de Lima**  
**(CAL No. 55086)**

*Lima, 30 de mayo de 2021*



## GUÍA DE ENTREVISTA

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: Blanca Patricia Guevara Moreno.

Cargo/profesión/grado académico: Abogado.

Institución: León & Guevara Consultores Asociados S.A.C.

### Objetivo general

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

El artículo 1° del TUO de la Ley del Impuesto General a las Ventas (TUO del IGV) señala que el Impuesto General a las Ventas grava “la prestación o utilización de servicios en el Perú”. Asimismo, el artículo 3° de dicho cuerpo legal establece que “el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato”. Adicionalmente, el artículo 9° del TUO del IGV establece que, en el caso de la utilización de servicios, el sujeto del impuesto en calidad de contribuyente es aquel sujeto que desarrolle actividad empresarial y que utilice en el Perú el servicio prestado por el no domiciliado, o aquel sujeto que de forma habitual utilice servicios prestados por no domiciliados.

Teniendo en cuenta lo señalado, considero que el servicio que prestan las plataformas digitales como Netflix o Spotify (no solo en Lima Metropolitana, sino en el Perú) se encuentran comprendidos en la legislación que regula el IGV; por ende, se encuentran afectados con el Impuesto General a las Ventas en el Perú.



En ese sentido, lo que estaría pendiente de regulación es la forma de recaudar este tributo, ya que la regulación actual está orientada solamente a recaudar el IGV de la utilización de servicios de contribuyentes que se dedican a la actividad empresarial.

**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

Aun cuando, en mi opinión, las normas legales actuales ya contemplan el supuesto de afectación con el IGV a los servicios prestados por plataformas digitales (mediante la utilización de servicios); considero que si se pretende gravar correctamente este servicio Sí sería necesaria una modificación legislativa que grave de manera específica este supuesto de hecho. Esto, porque el supuesto de hecho que contempla la utilización de servicios requiere una utilización económica en el Perú de la plataforma digital y los contribuyentes podrían señalar que al contratar el servicio de streaming de Netflix, por ejemplo, no necesariamente la van a utilizar en Perú, sino que se puede utilizar a nivel mundial. En ese sentido, considero que se debería modificar el TUO del IGV a fin que el supuesto de hecho sea totalmente claro y no genere desigualdades normativas.

**3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?**

La aplicación del IGV a los servicios prestados por las plataformas digitales podría encarecer el servicio ya que se tendría que revisar las condiciones de contratación con cada plataforma a fin de determinar si dicho servicio incluye o no este impuesto. De no ser así, será el consumidor final o usuario del servicio el que verá incrementado el precio del servicio contratado.



**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

**4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?**

No, dado que, servicio es prestado digitalmente, por lo cual no es necesario que adopten personalidad jurídica en el Perú, debido a que es el contribuyente del impuesto será el usuario del servicio.

**5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?**

El Estado Peruano debe crear los mecanismos que permitan la recaudación y la fiscalización del Impuesto. En ese sentido, dado que la mayoría de los pagos a las plataformas digitales se realiza mediante entidades financieras, se podría establecer que dichas entidades financieras deben ser agentes retenedores del IGV. Asimismo, paralelamente, se tendría que establecer la forma en que el contribuyente que no realiza actividad empresarial pueda realizar el pago directo del tributo sin tener que contar con un RUC a fin que, en los casos en que el pago no pueda ser retenido por una entidad financiera, el contribuyente pueda cumplir directamente con su obligación.

**6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?**

Las entidades financieras a través de las cuales se realiza el pago al sujeto no domiciliado.



**Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

Cada plataforma digital remite al usuario final el comprobante de pago al que está obligado según la legislación del país en el cual se encuentra su domicilio. Teniendo en cuenta ello, la facturación digital que emiten estos servicios permitirá y ayudará a fiscalizar en el Perú.

**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

Desde mi punto de vista, sí porque facilita la fiscalización que se dará a quienes usan este servicio (contribuyentes) lo cual permitirá una correcta y eficaz recaudación de parte de SUNAT.

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**

Sí, porque con ellas se facilita su control de la misma forma que una factura de papel, en este caso los servicios digitales remiten por correo dicha factura digital, por lo cual el ente recaudador pediría a dichos servicios la información plasmada en ella.



**Blanca Guevara Moreno**  
**Colegio de Abogados de Lima**  
**(CAL No. 64259)**

*Lima, 31 de mayo de 2021*



## GUÍA DE ENTREVISTA

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: Alan Félix Berrospi Acosta.

Cargo/profesión/grado académico: Abogado.

Institución: Universidad Cesar Vallejo / Docente/Abogado / Magister.

### Objetivo general

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

Creo que no se han tomado atención a determinadas políticas fiscales y tampoco al avance tecnológico y las transacciones que ellos representan.

**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

Creo que sí es necesario, siempre y cuando se encuentren acompañados de los mecanismos justos y razonables para su correcta aplicación y regulación en el marco normativo (Ley del IGV).



**3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?**

El consumidor tendría que asumir el costo respecto del servicio que está contratando tal como lo establece la norma. Por ende, se vería afectado al pago del impuesto por el consumo de este servicio.

**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

**4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?**

Creo que sí permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú, esto porque se van a ver en la necesidad de tener mejor control de sus procedimientos tributarios en el Perú.

**5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?**

El Estado peruano debería autorizar a un tercero, en este caso puede ser la entidad bancaria con el cual se realiza el pago para adquirir los servicios digitales prestados por los proveedores digitales no domiciliados.

**6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?**

Quien debería de actuar como agente de retención, tal como se aplicó en países de la región, que han incorporado y modificado su normativa respecto al IGV en los





servicios digitales, el cual señalan y autorizan a la entidad financiera con el cual se realiza el pago por este servicio.

**Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

Creo que sí, por medio de la facturación digital se podrá llevar una mejor fiscalización.

**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

Considero que sí, ya que ayudaría de manera adecuada en la recaudación de impuestos (IGV), por lo cual se fiscalizaría a los proveedores digitales de estas plataformas. De la misma forma a los usuarios y/o consumidores de estos servicios digitales.

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**

La facturación digital, sí permitirá tener un mejor control tributario sobre el servicio prestado por las plataformas digitales de entretenimiento, toda vez que permitirá a la entidad recaudador (SUNAT) realizar una correcta aplicación del IGV a estos servicios digitales, como lo son Netflix, Spotify, Amazon prime y demás.



**ALAN BERROSPI ACOSTA**

**Colegio de Abogados de Lima**

**(CAL No. 51486)**

*Lima, 31 de mayo de 2021*



## GUÍA DE ENTREVISTA

**Título: “Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”.**

Entrevistado/a: Luisinho Barrantes Varela.

Cargo/profesión/grado académico: Contador.

Institución: Corporación Green Valley S.A.C

### Objetivo general

Establecer de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana.

**1.- De acuerdo a su experiencia en tributación, ¿Cuál cree que es la razón, que hasta la fecha no se ha considerado la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestra legislación?**

La razón es que el problema actual se presenta en los servicios de B2C; es decir en los casos en que el proveedor del servicio no reside en el Perú y el usuario es una persona natural sin RUC, dado que la actual normativa del impuesto no grava a este tipo de operaciones con el IGV.

Lo que se recomienda de nuestra humilde opinión sería, que cree un mecanismo planteado por el Ministerio de economía y finanzas del Perú, con el fin de hacer una retención del impuesto, cuya función estaría a cargo de la entidad financiera utilizada para el pago del servicio (por ejemplo, a los emisores de las tarjetas de crédito). Quiere decir que las empresas del sistema financiero serían los responsables de retener el IGV del pago a estas plataformas digitales como proveedores (Netflix, Spotify, entre otros similares) para luego transferir el importe retenido a favor de SUNAT.



**2.- En su condición de especialista, Considera Ud., ¿Que es necesario que se incluya la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana dentro de nuestro marco legal?**

Debo mencionar que el inciso b) del artículo 1 de la Ley del IGV, se establece que el IGV grava, entre otras, la prestación o utilización de servicios en el país.

Sobre el particular, en el numeral 1 del inciso c) del artículo 3 de la Ley del IGV señala que se entiende por servicios, entre otros, a toda prestación que una persona realiza para otra.

Por lo que dichos servicios digitales están dentro del ámbito de aplicación de la Ley del IGV, por lo tanto, considero que es necesario se grave a tal impuesto. También menciona la normatividad que el servicio es utilizado en el país cuando, siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en el que se pague o perciba la contraprestación y del lugar en donde se celebre el contrato.

**3.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cómo la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana afectaría al consumidor final?**

Si lo vemos desde el punto económico, el consumidor final siempre se ve afectado por todos bienes y servicios que adquiere y que estos están gravados con el IGV, pues como el IGV, es un impuesto plurifásico, el que lleva la carga final del impuesto es el consumidor final.

**Objetivo específico 1**

Determinar la repercusión de la aplicación del Impuesto General a las Ventas en los proveedores digitales no domiciliados en Lima Metropolitana

**4.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas a quienes brinda el servicio de plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana permitirá que estas adopten personalidad jurídica en el Perú?**



Debo mencionar que de acuerdo al inciso b) del artículo 4-A del Reglamento de la LIR señala, que se entiende por servicio digital a todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes mediante accesos en línea y que se caracteriza por ser esencialmente automático y no ser viable en la ausencia de la tecnología de la información.

Por tanto y de acuerdo a la pregunta debo mencionar que las plataformas digitales prestadas dentro del Perú, incrementaría la base tributaria en el nacimiento de diferentes personas jurídicas y así la administración tributaria tendría más control en la recaudación tanto en el impuesto a renta como en el IGV; pues según el artículo 6 de la Ley del impuesto a la renta establece, que están sujetas al impuesto la totalidad de las rentas gravadas que obtengan los contribuyentes que, conforme a las disposiciones del esta Ley, se consideran domiciliados en el país, sin tener en cuenta la nacionalidad de las personas naturales, en lugar de constitución de las personas jurídicas, ni la ubicación de la fuente productora, siendo que en el caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, el impuesto recae solo sobre las rentas gravadas de fuente peruana.

**5.- En su opinión, ¿De qué manera, considera Ud., que el Estado peruano debería recaudar el Impuesto General a las Ventas generado a causa de la prestación de servicios brindados por los proveedores no domiciliados en Lima Metropolitana?**

Incrementando la base tributaria, respaldado con las respuestas de las preguntas 2 y 4 líneas arriba.

**6.-En su opinión, de regularse la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento no domiciliadas en Lima Metropolitana ¿Quién debería de actuar como agente de retención?**

Teniendo el impuesto a la renta, que los servicios digitales se prestan por partes de entidades no domiciliadas, corresponderá que el domiciliado (agente de retención según los artículos 71 y 76 de la Ley del IR) que pague por los citados servicios y



este realice una retención y abone al fisco con carácter definitivo dentro del plazo previsto en el Código Tributario, para las obligaciones de periodicidad mensual, las mismas que ascienden al 30 % del monto pagado, acorde a lo establecido en el inciso j) del artículo 56 de la LIR.

Y en el caso del IGV se recomienda que esta retención esté a cargo de la entidad financiera utilizada para el pago del servicio. Quiere decir que las empresas del sistema financiero serían los responsables de retener el IGV del pago a estas plataformas digitales, para luego transferir el importe retenido a la SUNAT.

### **Objetivo específico 2**

Identificar de qué manera la aplicación del Impuesto General a las Ventas influye en la facturación digital en Lima Metropolitana.

**7.- En su condición de especialista explique Ud., ¿Cree que la aplicación del Impuesto General a las Ventas por medio de la facturación digital en Lima Metropolitana permitirá fiscalizar a quienes brindan los servicios digitales?**

Claro que sí, ayudaría, pues dicha medida servirá como herramienta para evitar la elusión y/o evasión tributaria.

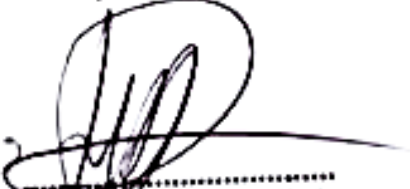
**8.- En su opinión, Considera Ud., ¿Cómo la facturación que remiten las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana, ayudará de manera adecuada en la recaudación de impuesto?**

Con el uso del sistema electrónico, SUNAT fiscalizará en tiempo real las inconsistencias presentadas mediante el cruce de la información entre clientes y proveedores del universo de contribuyentes digitales y ayudará al incremento de la base tributaria.

**9. En su opinión, el uso de la facturación digital en la aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales entretenimiento en Lima Metropolitana. ¿Permite que se tenga un mejor control tributario sobre el servicio prestado por estas?**



Toda herramienta digital tributaria ayuda y ayudará a evitar la evasión y elusión tributaria, puesto que dicha herramienta ayuda a tener en tiempo real un control de las operaciones entre proveedores y clientes digitales, mediante cruce de información como DAOT, libros electrónicos, ITF, etc.

 Mg. CPC. Lusinho Barantes Varela Contador General Corporación Green Valley S.A.C
<b>FIRMA Y SELLO</b>

*Lima, 11 de mayo de 2021*