



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Carrera de Derecho Y CIENCIAS POLÍTICAS

**“LA REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS DIGITALES DE
EMPRESAS DOMICILIADAS Y NO DOMICILIADAS EN EL
TERRITORIO NACIONAL Y LA VULNERACIÓN DEL
PRINCIPIO DE NEUTRALIDAD TECNOLÓGICA”**

Tesis para optar el título profesional de:

Abogado

Autor:

Miguel Angel Ballena Negreiros

Asesor:

Ms. Edyth Pérez Jiménez

Trujillo - Perú

2022

DEDICATORIA

A Dios, padre celestial, por ser mi guía espiritual, en todos los momentos difíciles de mi vida académica y familiar, y a mi madre, que, gracias a su esfuerzo inmensurable, hoy me encuentro sustentando mi tesis.

AGRADECIMIENTO

A mi madre y a mis hermanos por su apoyo en mi desarrollo profesional, por ser mi soporte y motivo para alcanzar el éxito profesional, y a mis profesores de la universidad, quienes compartieron todos sus conocimientos y experiencia, a fin de que sea un gran profesional.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
TABLA DE CONTENIDOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1. Realidad problemática.....	8
1.2. Formulación del problema	11
1.3. Hipótesis.....	11
1.4. Objetivos	12
1.5. Bases teóricas.....	12
1.6. Justificación e importancia	41
CAPÍTULO II. EL MÉTODO	43
2.1. Tipo y diseño de investigación	43
2.2. Población y muestra	44
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	47
2.4. Validez y confiabilidad	48
2.5. Procedimiento de recolección de datos.....	48
2.6. Análisis estadístico de los datos.....	49
2.7. Aspectos éticos	50
CAPÍTULO III. RESULTADOS	51
CAPÍTULO IV. DISCUSION Y CONCLUSIONES	63
4.1. Discusión.....	63
4.2. Conclusiones.....	80
REFERENCIAS.....	83
ANEXOS	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Características del El IGV en la doctrina y legislación.....	51
Tabla N°2: El IVA en los servicios digitales en la legislación comparada.....	52
Tabla N°3: Los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K	54
Tabla N°4: Tiene conocimiento de la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales	55
Tabla N°5: La neutralidad en las transacciones tecnológicas a la luz de la doctrina.....	56
Tabla N°6: Hay desigualdad en la norma tributaria entre empresas de servicios digitales con domicilio fiscal en territorio peruano y los que lo tienen fuera del país..	57
Tabla N°7: Los canales digitales NETFLIX, HBO, OPEN ENGLISH, no pagan impuestos y sus costos son más baratos que los de empresas domiciliadas en el Perú.....	58
Tabla N°8: Es necesario la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas.....	59
Tabla N°9: El principio de neutralidad evita que exista excepción o condición que impida su ejercicio en igualdad de trato entre las empresas de servicios digitales.....	60
Tabla N°10: El artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad en la prestación de servicios digitales.	61
Tabla N°11: Es viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para imponer el IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en el país	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K	54
Figura N°2: Tiene conocimiento de la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales	55
Figura N°3: Hay desigualdad en la norma tributaria entre empresas de servicios digitales con domicilio fiscal en territorio peruano y los que lo tienen fuera del país..	57
Figura N°4: Los canales digitales NETFLIX, HBO, OPEN ENGLISH, no pagan impuestos y sus costos son más baratos que los de empresas domiciliadas en el Perú.....	58
Figura N°5: Es necesario la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas.....	59
Figura N°6: El principio de neutralidad evita que exista excepción o condición que impida su ejercicio en igualdad de trato entre las empresas de servicios digitales.....	60
Figura N°7: El artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad en la prestación de servicios digitales.	61
Figura N°8: Es viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para imponer el IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en el país	62

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar de qué manera la regulación del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional vulnera el principio de neutralidad tecnológica.

En la etapa de recopilación de información de la investigación mixta, se utilizaron libros, revistas jurídicas, legislación nacional y comparada, empleando la técnica del fichaje y el análisis documental y para el trabajo de campo se realizaron entrevistas a expertos para que proporcionen los fundamentos jurídicos en torno a la temática de investigación.

Entre los resultados se tiene que a la luz de los antecedentes y de la doctrina nacional, existen fundamentos jurídicos para incluir los servicios digitales de empresas no domiciliadas en el territorio nacional en el artículo 9 de la Ley del IGV; se ha comprobado que existen países como Argentina, Colombia, Chile, México, que han regulado el IVA sobre los servicios digitales; se ha demostrado que un principio directriz en los servicios digitales es el principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas.

La conclusión principal es que la posibilidad de incluir los servicios digitales de empresas no domiciliadas de forma específica en el artículo 9 de la Ley del IGV, permite garantizar una recaudación fiscal razonable de empresas no domiciliadas en el país; por lo que se recomienda su inclusión en el artículo 9 de la Ley del IGV.

Palabras claves: Servicios digitales, empresas no domiciliadas, territorio nacional, impuesto general a las ventas, impuesto al valor agregado, principio de neutralidad, transacciones tecnológicas.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1.- Realidad problemática

En las últimas décadas, los avances tecnológicos que se enmarcan en un escenario dinámico, cambiante e innovativo, han permitido la masificación del comercio electrónico, a la cual la sociedad peruana no ha sido ajena, máxime, si con la actual coyuntura de la emergencia sanitaria debido al COVID-19, ha originado que los usuarios desarrollen la mayor parte de sus transacciones comerciales (bienes y servicios) a través del internet.

Uno de los servicios cuya demanda se ha masificado en nuestro país a partir del nuevo milenio, son los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K, ya que estos canales brindan series y películas variadas de estreno y sin cortes comerciales que tienen mucha aceptación en los jóvenes y adultos, y que ha consecuencia de la emergencia sanitaria y cuarentena su consumo se ha incrementado notablemente según cifras emitidas publicadas por el Diario Gestión (2020) que hace referencia a que Sherlock Communications en su informe “Mercado, consumo y diversidad en servicios de transmisión de video en América Latina”, el 83% de los peruanos contrató su primer servicio digital como medio de distracción y de unión familiar.

Estos servicios de canales digitales presentan dos dimensiones, por un lado se tienen a aquellos que se prestan en el Perú y que tiene su domicilio fiscal en el territorio peruano como son los operadores de cable de CLARO, MOVISTAR, DIREC TV, a quienes por el servicio que prestan son pasibles al igual que los usuarios o consumidores del IVA (impuesto al valor agregado)

o IGV (impuesto general a las ventas); sin embargo la realidad social presenta otra dimensión que ha ido in crecento como consecuencia de la emergencia sanitaria por el COVID-19, que es la contratación los servicios digitales que son prestados por empresas no domiciliadas en el Perú (tiene su domicilio fiscal fuera del país por ser servicios prestados por empresas extranjeras), estos servicios que están de moda en plena pandemia son por ejemplo NETFLIX, HBO PREMIUN, OPEN ENGLIGH, los cuales según el Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo, no pagan impuestos tanto el que oferta el servicio digital como los consumidores finales, razón por la cual sus costos son mucho más baratos a comparación con los servicios que dan las empresas que están domiciliadas en el Perú, lo cual ha originado que sus transacciones electrónicas se incrementen considerablemente, en desmedro de la empresas que tienen su domicilio fiscal en el territorio nacional.

Si bien, la utilización de servicios digitales en el país prestados por sujetos no domiciliados, se encuentra gravado con el IGV de acuerdo con lo previsto por el artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo, donde el usuario tiene la calidad de contribuyente, en la actualidad no se efectúa el pago de tal impuesto ni por parte del usuario del servicio en el país ni por el prestatario no domiciliado, ya que de acuerdo a lo prescrito por el acotado artículo in comento, si bien la utilización de servicios en el país y prestados por un sujeto no domiciliado se encuentra gravado con el Impuesto General a las Ventas, se tiene que

solamente corresponderá la calificación de contribuyente del impuesto obligado al pago, al usuario que desarrolle actividad empresarial en el país.

Asimismo, si el servicio prestado por un sujeto no domiciliado se da a favor de un usuario que no genera rentas empresariales, solo estaría gravado con el impuesto del IGV cuando la operación sea habitual; esta condición es lo que permite legalmente, que el Reglamento de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo, le devuelve la carga impositiva al usuario del servicio prestado por un sujeto no domiciliado que no realiza actividad empresarial.

De otro lado se tiene que el principio de neutralidad económica debe rodear todo diseño impositivo, y particularmente en el caso del IGV, no debe existir excepciones ni condiciones que impidan su ejercicio o imposición arbitraria, es decir, este impuesto no debe interferir con el logro de óptimos niveles de vida, pero sin generar desigualdad o desequilibrio entre los sujetos, no debe alterar las preferencias o el curso de las actividades de los individuos que componen la sociedad.

En ese contexto, la regulación vigente del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad al poner en desigualdad de condiciones a los prestadores de servicios domiciliados con los no domiciliados, donde los primeros consideran el IGV al momento de fijar el precio del servicio o realizar su cobro a diferencia de los no domiciliados; esta es la razón por la

cual las personas prefieren contratar el servicio digital de aquellas empresas no domiciliadas en el territorio nacional por presentar claramente más ventajas económicas.

1.2.- Formulación del problema

¿De qué manera la regulación del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional vulnera el principio de neutralidad tecnológica?

1.2.1.- Variables

V.1. La regulación del artículo 9 del TÚO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo sobre los servicios digitales de empresas domiciliadas y no domiciliadas en territorio nacional.

V.2. El principio de neutralidad tecnológica.

1.3.- Hipótesis

- La regulación del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional vulnera de manera significativa el principio de neutralidad tecnológica, al permitir un trato desigualitario en las condiciones de la prestación del servicio.

1.4.- Objetivos

1.4.1.- Objetivo general

- Determinar de qué manera la regulación del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional vulnera el principio de neutralidad tecnológica.

1.4.2.- Objetivos específicos

- Analizar la regulación, los alcances legales y criterios de aplicación del impuesto general a las ventas en la doctrina y legislación nacional.
- Analizar la regulación del impuesto al valor agregado sobre los servicios digitales en la legislación comparada.
- Explicar el principio de neutralidad en las transacciones electrónicas o tecnológicas.
- Proponer un proyecto de ley para modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para garantizar el principio de neutralidad tecnológica en los servicios digitales.

1.5.- Bases teóricas

1.5.1.- Antecedentes

1.5.1.1.- Internacionales

Otoya, D. y Llamas, M. (2017), en su tesis de pregrado
“La tributación de la economía digital y sus efectos en

materia de impuestos directos e indirectos”, de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá-Colombia; exponen que en la actualidad, los países, empresas y las personas en general, optan para la realización de sus transacciones comerciales de una plataforma digital, que origina una economía digital, con la que se facilita la compra y venta de conocimiento, información, productos y servicios entre los proveedores, productores, intermediarios y los usuarios finales; este panorama virtual ha ocasionado que el derecho tributario con sus nociones clásicas de domicilio fiscal, contribuyente, impuesto, etc, tenga que adaptarse a estos nuevos cambios que implican reformas en la clases de rentas, sobre la determinación del domicilio del contribuyente, la definición de establecimiento permanente, y en especial el Impuesto al valor agregado sobre los servicios digitales o virtuales.

Quijano, G. y Barajas, N. (2019), en su tesis de maestría “Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales”, de la Universidad Santo Tomas, Bucaramanga-Colombia; en ella sostienen que, ante la masificación del comercio virtual, en donde predomina la adquisición de bienes y servidos en las plataformas digitales, ha dejado desfasado los conceptos tributarios, poniendo énfasis en el término establecimiento

permanente, por cuanto la nueva coyuntura del comercio digital trastoca el concepto de lugar o residencia fija; siendo imperante optar por una concepción más amplia del (EP), en donde la carga impositiva del impuesto al valor agregado recaiga en el país que oferta, que es en donde se genera el bien o servicio que es materia de comercialización, con ello se fortalece y adecua el derecho tributario a las nuevas expectativas que reclama el mundo globalizado, y se brinda seguridad jurídica a los usuarios.

Almachi, D. (2020), en su tesis de pregrado “Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo”, de la Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Ecuador; sostiene que durante varios años las empresas extranjeras que no tienen domicilio en el país y ofertan servicios digitales, se vienen enriqueciendo con el aumento de los suscriptores, sin pagar impuestos al fisco directos o indirectos ya que la norma jurídica no regula el pago de estos impuestos, lo cual origina una inequidad en la tributación con respecto a las empresas nacionales; por ende, la autora recomienda la aplicación de impuestos a los servicios digitales de las empresas extranjeras no domiciliadas en el país, a su vez que se inscriban en el Registro Único de Contribuyentes, con la finalidad de aplicar el impuesto a la renta de los ingresos que obtienen en el país, estas dos medidas tributarias son

de naturaleza equitativa para que las empresas nacionales y extranjeras paguen por igual.

Palavecinos, C. y Zamorano, R. (2021), en su tesis de pregrado “Impuestos digitales en Chile”, de la Universidad Finis Terrae, Santiago-Chile; resaltan que las sociedades viven en un mundo donde sus transacciones comerciales lo realizan vía plataformas tecnológicas desde una PC o desde un celular inteligente, lo cual deja de lado el vínculo territorial entre el usuario y la empresa extranjera que provee el servicio digital; esta realidad ha evidenciado la carencia de normas tributarias que permitan la afectación con impuestos a estas empresas extranjeras. En ese contexto se publica la ley N° 21.210 de modernización tributaria en el 2020, que, incorpora el nuevo artículo 8vo letra n) en donde se grava con IVA a los servicios digitales, y se recomienda que debe aplicarse el impuesto a la renta por las ganancias que perciben en territorio chileno, al igual que las empresas que están domiciliadas en su territorio, para garantizar el principio de neutralidad entre ambas empresas.

1.5.1.2.- Nacionales

Ayala, E. y Cáceres, A. (2018), en su tesis de pregrado “Reforma Tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de pago en el Perú y su impacto en la recaudación

fiscal de Lima Metropolitana 2017”, de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC, Lima; acotan que los servicios digitales prestados por empresas no domiciliadas y utilizados por usuarios domiciliados en el país, a la fecha no están gravados con el impuesto a la renta ni con el impuesto al valor agregado, por lo que los investigadores proponen que se hagan las reformas legislativas en ese sentido, respecto al impuesto a la renta proponen que se elabore una lista de las empresas no domiciliadas en el país que brindan servicio o productos en plataformas digitales para que los impuestos recaigan a todas las empresas por igual; mientras que respecto al IVA, proponen que se aplique a todos estos servicios digitales y que se considere a las entidades financieras como agentes de retención del impuesto a la renta e IVA.

Cardeña, F. (2019), en su tesis maestría “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”, de la Universidad Católica del Perú, Lima; acota que la expansión o globalización del mercado aunado a las nuevas formas de intercambio comercial de bienes y servicios a través de las plataformas tecnológicas hace imperante adecuar la norma

tributaria de la Ley del IGV y su Reglamento de la Ley del IGV para considerar al sujeto no domiciliado como pasible del impuesto por ser el proveedor de los servicios digitales, siendo necesario considerar como agente de retención a las entidades financieras para viabilizar la recaudación del IGV, para lo cual se propone elaborar un listado de las empresas no domiciliadas que son pasibles del impuesto en aras de facilitar las retenciones a las entidades financieras.

Rodríguez, L. (2019), en su tesis de pregrado sobre “La tributación frente a las plataformas digitales”, de Universidad Católica San Pablo, Arequipa; refiere que el problema sobre los impuestos de servicios prestados a través de plataformas tecnológicas como Netflix y Spotify, es el poder determinar el establecimiento permanente para aplicar el impuesto, ya que si bien están regulados de manera general, la ley ha omitido establecer el procedimiento de recaudación y el órgano competente; en ese sentido, acorde con la experiencia del derecho comparado, sería viable nombrar a las entidades financieras como agentes retenedores del impuesto, por cuanto los servicios digitales prestados por las empresas extranjeras se pagan por los usuarios o suscriptores por medio de tarjetas de débito o crédito, lo que permite que puedan retener el impuesto y entregarlo a la Sunat.

1.5.2.- Marco teórico

1.5.2.1.- El impuesto general a las ventas (IVA)

A.- Antecedentes y origen

Revisando la doctrina se tiene, que los tratadistas como Alva, M. (2020) precisa que como antecedente histórico del impuesto al valor agregado (IVA) se encuentra al *centésima rerum venalium*, el cual consistía en un tributo en el derecho romano de tipo indirecto y que se englobaba en la definición de consumos; siendo el más importante el impuesto aplicado a la compraventa de productos (*centésima rerum venalium*) que equivalía al 1% del valor de lo intercambiado, pero en otras zonas ciudades como Galia tenía el nombre de Quadragésima Galliarum y equivalía al 2.5% de las transacciones.

Ampliando los impuestos indirectos en la antigua Roma, Aparicio, A. (2006) refiere que, dentro de estos impuestos indirectos, se tenía la centésima auctionum que gravaba las ventas en subasta pública con el 1%; la centésima rerum venalium que gravaba las ventas con 1%; la quadragésima litium que era el 2.5% respecto de la controversia planteada en un juicio; la quinta et vicésima venalium mancipiorum, el gravamen sobre oficios, entre otros.

En Europa, a decir de Plazas, M. (2008) un antecedente del IVA es el impuesto de la alcabala origen musulmán, que fue establecido por Alfonso XI de España en 1342 para financiar los grandes gastos que ocasionaron los viajes de sus colonizadores para sus fines de expansión territorial, en ese sentido, este impuesto recaía en todas las mercancías intercambiadas y se estableció posteriormente en la América española, convirtiéndose en el impuesto más importante de la Hacienda Real en la Corona de Castilla.

En lo que atañe a su origen como el impuesto al valor agregado (IVA), Rodríguez dueñas citado por Alva, M. (2020) señala que este impuesto nace y se desarrolla en Alemania por Von Siemens en 1919, pero que su inclusión en un texto normativo se da en Francia en 1954, la cual se masifica en el año 1967 al ser adoptado por la Comunidad Europea; en el Continente Americano, la generalidad de los países lo vienen aplicando este impuesto, siendo Brasil el primer país en implementar una estructura impositiva con estas características.

En el caso peruano este impuesto tiene su origen, en las leyes N^a 9923 y 11833 referido al impuesto a los Timbres Fiscales, que era un impuesto plurifásico

acumulativo sobre el valor total y no sobre el valor agregado y gravaba la venta y movimientos de fondos; recién en 1973 con el Decreto Ley N° 19620 se establece el impuesto a los bienes y servicios (IBS), pero es con el Decreto Ley N° 21070 de 1975 que se inicia la transformación hacia una estructura impositiva con la técnica del valor agregado, pero con el Decreto Legislativo N° 190 del año 1982 se establece un impuesto general al consumo estructurado bajo la técnica del valor agregado, con una tasa general del 16%, la cual a lo largo de la historia ha sufrido varias modificaciones normativas para llegar al Decreto Supremo N° 055-99-EF que es el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo y su respectivo reglamento.

B.- Conceptualización

Simón acosta citado por Alva, M. (2020) antes de esbozar un concepto precisa que el impuesto al valor agregado implica un conjunto de relaciones jurídicas en donde ya no intervienen dos sujetos como era tradicionalmente, sino que, en la actualidad desde una perspectiva jurídica, constituye un conjunto de deberes u obligaciones entre tres partes que intervienen como son

la Hacienda pública, el proveedor y el cliente o consumidor.

Hecho esta precisión, en la doctrina extranjera Celdeiro, E. (2021) acota que el impuesto al valor agregado, añadido o adicional, es un gravamen de etapa múltiple, no acumulativo y de incidencia en el precio, que se genera en cada etapa del proceso de producción y comercialización, y considera como hecho imponible la venta de bienes, ciertas obras, locaciones y prestaciones de servicios; resalta que tiene la particularidad de incidir una sola vez en el precio final de los bienes o servicios, eliminando el efecto piramidal al gravarse solo la parte que corresponde en cada una de las transferencias, de tal manera que exista una igualdad entre los impuestos abonados en cada una de las etapas del proceso económico y la carga impositiva que se obtendría de aplicar la alícuota del tributo sobre el precio neto final de la transferencia o enajenación.

En el ámbito nacional, se debe precisar que el impuesto al valor agregado es conocido como impuesto general a las ventas, en ese contexto Córdova, A. (2006) señala que el impuesto general a las ventas es una carga impositiva que grava el consumo de bienes y

servicios, que es de carácter plurifásico, no acumulativo, con estructura similar al IVA, con mecanismo de deducción sobre la base financiera y la carga impositiva se establece exclusivamente en el país de destino.

Por su parte Alva, M. (2020) nos aclara un poco más el concepto al explicar que el impuesto al valor agregado en la doctrina y normatividad nacional se conoce como impuesto general a las ventas, que tiene la peculiaridad de ser un impuesto de tipo indirecto porque se traslada al consumidor final, que entre sus principios se resalta la neutralidad económica a pesar de no aplicarse en casos específicos, que es plurifásico y no acumulativo dado que se orienta a gravar el consumo de bienes y servicios en las diferentes etapas económicas del proceso de producción.

C.- Características

Acorde con Rodríguez, L. (2019) queda claro que el impuesto general a las ventas es un impuesto, ya que este tributo que pagan las personas al Estado es para que sus autoridades realicen obras con la finalidad de satisfacer necesidades básicas como agua, luz, salud, infraestructura; es un impuesto de tipo indirecto, pues afecta a la persona (consumidor final) con intervención

de terceros (empresas proveedoras de bienes o servicios) porque en la enajenación las empresas trasladan el IGV al comprador o consumidor final, quien asume la imposición tributaria de la transacción.

En ese sentido, refiere Cardeña, F. (2019) que el principio de neutralidad hace que el proveedor no asuma el impuesto, ya que al no incorporarse en el precio de venta como un costo se traslada el impuesto a los compradores finales, con la intención de que puedan tener el derecho al crédito fiscal a través de su comprobante de pago, como es la factura y su declaración tributaria. Sin embargo, desde otra postura se tiene a Fernández, R. (2007) quien considera que la aplicación de este principio de neutralidad afecta de forma directa al patrimonio que detenta el consumidor final, por cuanto al pagar el IGV asume un precio del bien que es mayor que el costo de producción, razón por la cual el IGV o IVA constituye un impuesto indirecto en la normatividad nacional; de igual parecer es Chávez, M. (2012) que afirma que el impuesto al valor agregado recae sobre la demanda final, por cuanto el principio de neutralidad hace que el empresario no se afecte económicamente al no considerarlo como costo y se traslada a terceros, alcanzando al usuario final quien se

ve perjudicado con el incremento del precio del bien o servicio adquirido, pero que en su interés de ejercer el derecho al crédito fiscal tendrá que exigir a su vendedor la factura correspondiente.

En cuanto a su tipo plurifásico del impuesto general a las ventas, ello obedece a que esta carga impositiva se aplica o grava todas las etapas del proceso de producción desde que se inicia con su fabricación, pasando por una distribución mayorista y minorista, para terminar en manos del usuario o consumidor final; sobre este punto Cruz oliva citado por Alva, M. (2020) resalta que entre las ventajas que se puede encontrar en este tipo de impuesto, es que permite contar con un potencial recaudatorio que implica una recaudación efectiva en relación a su capacidad fiscal, facilita la definición de un campo de aplicación y permite que exista eficiencia administrativa.

Cuando se señala que es no acumulativo Alva, M. (2020) comenta que si bien el precio del producto se incrementa en cada transacción realizada, al permitirse la utilización de la aplicación del impuesto pagado en la compra como crédito fiscal, ello disminuye el impuesto por cancelar al fisco, lo cual refleja que se grava solo el

mayor valor añadido en cada transacción; en consecuencia, el vendedor de los productos dentro de la cadena no perderá competitividad, toda vez que sus precios no se elevarán en demasía, al tomar en cuenta el descuento del impuesto pagado en la adquisición.

Plazas, M. (2008) por su parte expresa que la tributación sobre las ventas el impuesto gravaría ya no la totalidad del precio en todas las entregas del bien, sino únicamente el valor agregado o añadido en cada uno de los estadios del proceso de fabricación y distribución del producto; de otro lado Rosembug, T. (2012) acota que implica en aplicar a los bienes y servicios un impuesto exactamente proporcional al precio de los bienes y servicios, gravando el mayor valor que el producto adquiere en cada etapa del proceso productivo, para que cuando llegue al consumidor final, su valor total ha sido proporcionalmente gravado acorde al valor adquirido en cada etapa de su circulación económica.

D.- Métodos para determinar el valor agregado

En la doctrina se identifican dos métodos, en primer lugar, se tiene el método por adición, por el cual se procura sumar el valor agregado que se presenta en cada una de las fases del proceso productivo que está

representado por la retribución de los diferentes factores que intervienen en el mismo; en esa línea de comentario Alva, M. (2020) comenta que en este método para establecer el valor agregado de un determinado producto se deben sumar todos los costos de sus componentes como mano de obra, insumos, transporte, publicidad, ganancia; en el derecho comparado se cita a Tesón, M. (2001) quien es de la misma opinión al señalar que el valor añadido para una empresa se calcula mediante la adición o suma de los salarios de los obreros, intereses, rentas de los factores naturales y ganancias netas que se propone la empresa por cada producto.

El otro método es la deducción o sustracción, lo que se propone este método es establecer la diferencia entre las ventas y las compras, o la relación entre la producción y los insumos; para Alva, M. (2020), el método de sustracción toma como punto de partida el valor del output o producto final de la empresa en el mercado, y de él deduce los costes de la totalidad de inputs, en los que la empresa ha incurrido para obtener aquel; de igual manera Tesón, M. (2001) acota que este método de deducción abarca el valor añadido de cada

transacción económica realizada por la empresa de acuerdo con el output y el inputs.

Este método de deducción o sustracción presenta dos modalidades, una es sobre base real o efectiva; que, según Alva, M. (2020) sobre esta base el método persigue determinar el valor realmente agregado en el periodo, por ende, se busca la diferencia entre la venta de los bienes y sus respectivos costos; Bravo, J. (2010) precisa que esta modalidad afecta a la deducción de las adquisiciones de bienes incorporadas en materia prima, el producto final y en productos intermedios y de aquellas materias que pierden o consumen sus diversas propiedades en el transcurso de una única operación para ser fabricadas.

La otra modalidad es sobre base financiera, al respecto Alva, M. (2020) expresa que esta es la técnica que se utiliza para estructurar el impuesto general a las ventas y consiste en obtener la diferencia entre el total de ventas y de compras realizadas en un determinado periodo, en esta modalidad se presentan dos variantes, la deducción de base contra base y la deducción de impuesto contra impuesto, en palabras de Chávez, M. (2012) la variante base contra base consiste en restar el

total de compras netas del total de ventas netas y a esa diferencia se le aplica la alícuota del gravamen, en cambio en la variante impuesto contra impuesto se resta el total del crédito fiscal que se origina por las adquisiciones del débito fiscal que se genera con los ingresos.

Finalmente, Bravo, J. (2010) indica claramente que la normatividad tributaria sobre el impuesto general a las ventas aplica el método de las deducciones en la modalidad de sobre base financiera, en la variante impuesto contra impuesto, dado que la obligación tributaria resulta de sustraer el crédito fiscal (imposición tributaria sobre las adquisiciones de la empresa) del débito fiscal (imposición tributaria sobre las operaciones que ejecuta la empresa).

Rodríguez dueñas citado por Alva, M. (2020) también señala que el impuesto general a las ventas es un impuesto plurifásico acorde al impuesto del valor agregado, bajo el método de deducción, en su modalidad de base financiera, ya que el valor agregado se obtiene de la diferencia entre las ventas y las compras hechas en un plazo determinado, y asume la variante de impuesto contra impuesto, es decir, que la

imposición tributaria se aplica al deducir del débito fiscal el crédito fiscal.

Esta postura también se evidencia en uno de los párrafos del Informe de la SUNAT N° 311-2003-SUNAT/280000 del 11 de noviembre del 2003, que describe que el impuesto general a las ventas se deduce a través del método de sustracción sobre base financiera en su variante impuesto contra impuesto, ya que deduce del impuesto por las ventas realizadas en un periodo determinado, el que corresponde a las compras e importaciones hechas en ese mismo periodo; inclusive con anterioridad el Tribunal fiscal en su resolución RTF N° 791-4-97 refiere que el IGV ha sido estructurado como un impuesto cuyo valor agregado se establece por el método de sustracción sobre base financiera en la variante impuesto contra impuesto, ya que se permite utilizar como crédito fiscal el impuesto que gravó en un plazo determinado sobre adquisiciones hechas para operaciones que se gravaron en ese mismo periodo.

E.- Ventajas de su estructura como valor agregado

El impuesto general a las ventas es establecido a través de una ley como es el TUO en donde se garantiza que se cumpla con el principio de legalidad, en este

instrumento legal se establece claramente que el IGV es un impuesto de tipo indirecto, no se sustenta en condiciones subjetivas respecto al contribuyente (sexo, nacionalidad, domicilio), no tiene un efecto acumulativo, pero se traslada al consumidor final.

En ese contexto Marcel, M. (2011) precisa que son ventajas del IVA el establecer una mayor equidad al gravar con una única tasa legal y efectiva a los bienes y servicios sin tener en cuenta su origen; facilita que se distribuya la obligación y responsabilidad tributaria entre varios agentes económicos con lo cual se minimiza la pérdida por evasión en el proceso de producción, y permite una más eficiente fiscalización al reducir las posibilidades de que entre los obligados se presente una evasión concertada.

1.5.2.2.- Los servicios digitales

A.- Conceptualización de servicio

En la doctrina nacional Alarcón, R. (2019) señala que los servicios desde una perspectiva económica vienen a constituir actividades económicas orientadas a la plena satisfacción de las demandas de sus clientes, las cuales se realizan de forma individual u organizada como es a través de la empresa, en esa misma línea de expresión

Cardaña, F. (2019) acota que se entiende por servicio al conjunto de acciones o actividades que tienen como su propósito el poder satisfacer las demandas o carencias de una persona natural o jurídica.

Desde una óptica jurídica se cita a Cabrera, O. (2017) quien considera que los servicios son prestaciones que realiza una persona natural o jurídica de derecho público o privado a través de la celebración de un contrato formal, con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores; de estos conceptos se pueden extraer como características el ser intangibles, personalizada, para un fin específico, prestación de dar, hacer o no hacer; por plazo corto o permanente, formal y oneroso.

Llevándolo al terreno del derecho tributario, Alva, M. (2020) lo conceptualiza acorde con el artículo 3.1, literal c) del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo que prescribe que debe entenderse por servicio a toda prestación que la persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del impuesto a la renta, aun cuando no esté afecto a ese impuesto; esto implica que se trate de rentas de tipo empresarial en las que exista la unión de

dos elementos como son el capital y el trabajo, lo cual se encuentra regulado en el artículo 28 de la Ley del impuesto a la renta.

B.- Prestación del servicio

Las prestaciones de los servicios pueden presentarse bajo tres supuestos: hacer, no hacer y dar. En el caso de las prestaciones de hacer, resulta claro que existe una conducta de un sujeto o ente quien cumple con realizar una prestación de servicios, Alva, M. (2020) precisa que puede presentarse el caso de una empresa que realiza una programación de software en los servidores de un cliente, también puede ser el caso de una empresa que ofrece sus servicios de reencauche de neumáticos a quienes se lo soliciten.

En el caso de las prestaciones de no hacer, consiste en que su prestación se avoca a una operación de una persona o empresa que no realiza una acción, siempre que dicha inacción perciba un ingreso por parte de una entidad generadora de rentas empresariales será pasible de IGV; Alva, M. (2020) señala que puede ser el caso de que una empresa le emite una factura a otra en la que se señala un acuerdo para no efectuar ventas en una determinada región, evitando competencia innecesaria y

una guerra de precios, recibiendo a cambio una cantidad de dinero, con lo cual la acotada empresa generaría un ingreso afecto tanto al IGV como al impuesto a la renta de tercera categoría.

Respecto a prestaciones de dar existe discrepancia en la doctrina, para algunos autores como Ruiz secada citado por Alva, M. (2020) opinan que el concepto de un servicio debe implicar solamente prestaciones de hacer y no hacer, ya que las obligaciones de dar se relacionan en sentido estricto con los bienes; en posición contraria se tiene a Villanueva, W. (2009) quien expresa que por la palabra prestación se hace referencia a cualquier acto que constituya el contenido de una relación jurídica obligatoria, en consecuencia, la constitución del derecho de superficie, de servidumbre, de usufructo, realizado a título oneroso, encajaría en el concepto de servicios y, como tal, se encontrarían gravados con el impuesto, en ese sentido Alva, M. (2020) agrega que puede darse el caso de que una prestación de hacer culmine en un dar, como es el caso de la elaboración de un informe de auditoría por parte de una empresa externa que se encarga de hacer una revisión de todo un proceso productivo y que al final se obliga a dar o entregar un informe de recomendaciones.

En esa línea de comentario el Informe N° 151-2006-SUNAT/2B0000 señala que el servicio de fabricación de bienes por encargo materia de consulta califica como un contrato de prestación de servicios en la modalidad de contrato de obra (obligación de dar), siendo que dicha operación se encuentra gravada con el IGV como un servicio.

El artículo 3.1 literal c) del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo prescribe que se habla de prestación de servicio cuando se cumplen dos requisitos, primero que el servicio sea prestado dentro del territorio nacional, y segundo que la persona natural o jurídica que lo presta este domiciliada en el territorio nacional, sin ser necesario el lugar donde se celebró o suscribió el contrato, o donde se realizó el pago de la retribución.

C.- La onerosidad de la prestación del servicio

El artículo 3.1 literal c) del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo hace referencia a toda prestación de servicio por la cual se percibe una retribución o ingreso, lo cual implica que se trata de un contrato oneroso por el cual se paga un justiprecio; en consecuencia toda prestación

gratuita no está afectada al IGV; en ese sentido Alva, M. (2020) menciona que la prestación de servicios que se brinde a título oneroso, en donde existe pago de una suma de dinero, se entenderá gravada con el pago del IGV, por el contrario, si el servicio es ofrecido de manera gratuita. no existirá afectación al pago del IGV, aunque sí debe cumplirse como formalidad la emisión del respectivo comprobante de pago, ello de acuerdo con lo señalado por el numeral 8 del artículo 8 del Reglamento de Comprobantes de Pago, en donde se precise el valor de la venta, el importe de la cesión en uso o del servicio prestado que hubiera correspondido a dicha operación.

En el caso de operaciones de prestación de servicios que el propio contribuyente utiliza. o hace uso de los servicios que ofrece, tampoco existirá una afectación del IGV, Alva, M. (2020) señala que puede ser el caso de una empresa que brinde servicios de reparación de inyectores de los motores de autos y que ella misma realice un servicio a un vehículo de su propiedad utilizado en el transporte de mercadería a los clientes; de igual manera la Directiva N^a 004-99/SUNAT describe que los servicios gratuitos de publicidad y propaganda que realicen empresas periodísticas de radio, televisión y las editoras de revistas, no se encuentran afectos al

pago del impuesto general a las ventas, pero si deben cumplir con lo señalado por el numeral 8 del artículo 8 del Reglamento de Comprobantes de Pago.

D.- El pago del servicio como renta de tercera categoría

A tenor del artículo 3.1 literal c) del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo se tiene que la retribución o ingreso que recibe la persona por la prestación del servicio debe ser una renta de tercera categoría para ser pasible del impuesto a la renta aun cuando este inafecta; es dable precisar que la persona que realiza la prestación del servicio es sobre actividades consideradas rentas empresariales y que son taxativamente señaladas en el artículo 28 de la Ley del impuesto a la renta.

En tal sentido, como explica Alva, M. (2020) si una entidad pública realiza de manera habitual operaciones gravadas con el IGV acorde con el artículo 1 literal b) del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo, entonces se encontrará afecta a dicho tributo aun cuando, a efectos del impuesto a la renta se encuentre inafecta, conforme lo prescribe el literal a) del artículo 18 de la Ley del impuesto a la renta LIR, que señala que no son sujetos pasivos del impuesto

el sector público nacional, un ejemplo sería el caso de una asociación civil sin fines de lucro cuya finalidad sea brindar apoyo y asistencia social a las comunidades de la zona de extrema pobreza de la sierra de Cajamarca y que tiene en su propiedad dos camionetas que arrienda a una empresa de transporte turístico para el transporte de personas, los ingresos que percibe la mencionada asociación no se encuentran gravados con el pago del impuesto a la renta por el hecho de que el destino de estos es para el cumplimiento de su objeto social que es el apoyo a las comunidades de extrema pobreza.

E.- Utilización del servicio

El tercer párrafo del artículo 3, numeral 1, literal c) del TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo prescribe que hablamos de utilización del servicio cuando es prestado por una persona natural o jurídica no domiciliado en el país, pero que es consumido o empleado en el territorio nacional, sin ser necesario considerar el lugar donde se ejecuta el pago o se hace la celebración del contrato.

Al igual que en el caso de la prestación de servicios, Alva, M. (2020) acota que se exige que quien preste el servicio genere rentas de tipo empresarial, ya que, si la

generación de rentas es de tipo personal, no se deberá aplicar la afectación al IGV. Si el servicio es prestado por parte de una persona natural a título personal en el territorio nacional a favor de un sujeto domiciliado que lo utiliza, solo estará sujeto a la retención correspondiente de la Ley del impuesto a la renta solamente.

Queda claro que para hablar de utilización de servicio debe ver dado por una empresa exterior no domiciliada en el Perú, pero su servicio debe ser consumido en el territorio nacional, al respecto existen varios criterios para determinar cuándo se da el consumo o empleo de un servicio, uno es el criterio de que el aprovechamiento económico se de en el país, otro criterio es cuando se efectúe la contabilización del gasto tributario, un tercer criterio es el consumo físico del servicio.

Sin embargo, el más aceptado en la doctrina es el criterio del primer acto de disposición del servicio, sobre este punto Alva, M. (2020) señala que, si se presenta el primer acto de disposición del acotado servicio dentro del territorio del Perú, entonces se trata de un servicio consumido en el territorio nacional y por ende afecto al pago del IGV; por su parte Guerra, A. (2006) explica que el primer acto de disposición se puede entender como la

disponibilidad del servicio (uso potencial) para ejercer o el uso o disfrute dentro del territorio nacional, y por el contrario debe desterrarse el empleo o uso efectivo, por resultar en la realidad fáctica, difícil de verificar, que haría imposible su implementación.

En las resoluciones del Tribunal Fiscal RTF N^a 225-5-2000 y RTF N^a 0423-3-2003 queda evidenciado que se asume el criterio del primer acto de disposición del servicio al señalar en sus considerandos que el servicio es consumido o empleado en función del lugar donde el usuario lleva a cabo el primer acto de disposición del servicio; igual criterio se observa en los informes de la SUNAT N^a 228-2004-SUNAT/2B0000 y N^a 11-2005-SUNAT/2B0000 que señalan que para imponer el IGV a la utilización de un servicio que ha sido consumido o empleado en el territorio nacional, deberá tenerse en cuenta el lugar en que se hace el uso inmediato o el primer acto de disposición del servicio.

F.- Los servicios digitales

En cuanto a su conceptualización Cardeña, F. (2019) refiere que el desarrollo tecnológico ha incrementado y cualificado el servicio digital que recae sobre los bienes intangibles ofrecidos a los usuarios o consumidores por

medios electrónicos sin que exista contacto físico entre las partes, en donde la suscripción del contrato de servicios implica el previo pago adelantado con tarjetas de débito, con ello el usuario accede al servicio en la plataforma y podrá visualizar o descargar los archivos que forman de su contenido; por su parte Muñoz, S. (2008) acota que el servicio digital o electrónico implica necesariamente una obligación de hacer, con contenido intangible, por cuanto su materialización no requiere la existencia de un lugar físico dado que se viabiliza a través de medios electrónicos, con una plataforma virtual e interactiva.

Respecto a sus componentes que se deducen de su conceptualización, Alva, M. (2011) precisa que son dos, por un lado, se cuenta con el acceso en línea a través del internet, en donde se oferta el servicio describiendo sus principales características, como es la forma de pago, el contenido, el código de acceso, consultas; el segundo componente es que el servicio que se ofrece sea totalmente automático, es decir tan pronto se suscribe y se realiza el pago, el servicio empieza a funcionar, esto tiene asidero por cuanto muchas veces estos servicios para atrapar al consumidor te ofrecen un mes gratis de prueba para que te cautiven con su

programación; estos criterios han sido recogidos por el Tribunal Fiscal en su Resolución RTF N° 5459-8-2018 en donde precisa que para calificar una prestación como servicio digital deben existir 5 requisitos: que el servicio se realice a través de un medio digital como el Internet, que la prestación del servicio sea mediante accesos en línea, que el servicio sea automático es decir eficiente en tiempo real, que el servicio se sustente o esté basado en tecnologías de la información, y finalmente que tenga una finalidad económica (oneroso).

1.6.- Justificación e importancia

La justificación de la investigación se orienta a explicar que como consecuencia de la masificación del consumo de los servicios digitales, se ha puesto al descubierto la vulneración del principio de neutralidad entre las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional que prestan servicios digitales, dado que las empresas domiciliadas en el país tributan y por ende pagan su IGV, mientras que a las no domiciliadas no se les aplica el impuesto al valor agregado, dado que la norma es muy general y no especifica en qué casos se debe aplicar y que entidad es la que debe retener el acotado impuesto.

La importancia de la investigación en aras de que exista un trato igualitario entre las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional que prestan servicios digitales, es la de proponer la modificación del

artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para regular la imposición del IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales utilizados por consumidores finales en el país y que son prestados por sujetos no domiciliados en el país; y de otro lado también incluir que serán contribuyentes del IGV las personas naturales, las personas jurídicas, las entidades, las sucursales, agencias o cualquier otro establecimiento en el país, de empresas que son constituidas en el exterior pero que presten servicios digitales en el país.

CAPÍTULO II. MÉTODO

2.1.-Tipo y diseño de investigación

2.1.1.- Enfoque de investigación

El enfoque de investigación es mixto, porque los datos recopilados con respecto al trabajo de campo obtenido con el cuestionario de expertos son de naturaleza cuantitativa; mientras que la información recopilada para contrastar los resultados de campo como la doctrina y el derecho comparado son de naturaleza cualitativa.

2.1.2.- Tipo de investigación

Es básica porque, su finalidad fue incrementar el conocimiento teórico sobre las características más resaltantes de las variables del problema como es la regulación del artículo 9 del TÚO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a servicios digitales de empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional y la vulneración del principio de neutralidad tecnológica.

Es retrospectivo, porque el acopio de datos fue sobre hechos que ya sucedieron en el pasado, en este caso el acopio de información es sobre el cuestionario de expertos, doctrina y legislación comparada.

Es transversal, porque el análisis de las variables de estudio se realizó en un lapso de tiempo determinado, en este caso la información tuvo prioritariamente una ventana de 10 años para la doctrina y el derecho comparado.

Es observacional, porque se observó, tabuló y explicó, el criterio que asumieron los expertos encuestados respecto a la temática planteada con el cuestionario.

2.1.3.- Diseño de investigación

En el trabajo de investigación, se aplicó acorde con Sandini, M. (2003) el “Diseño de investigación-acción”, cuya finalidad es el resolver los problemas cotidianos que se presentan en una realidad específica y mejorar sus prácticas con propuestas concretas y viables; en el caso que es materia de investigación, su propósito fundamental se centró en aportar información actual y relevante que guíe la toma de decisiones para modificar el artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional, en aras de que se evite cualquier atisbo o manifestación de vulneración del principio de neutralidad tecnológica.

2.2.- Población y muestra (materiales instrumentos y métodos)

2.2.1.- Unidad de estudio

- Especialistas en derecho tributario.

2.2.2.- Población

Estuvo conformado por el 100% (32) de los operadores jurídicos especialistas en derecho tributario, que vienen laborando en el Distrito de Trujillo de La Libertad en el año 2021.

2.2.3.- Muestra

Estuvo conformado por el 37.50% (12) de los operadores jurídicos especialistas en derecho tributario, que vienen laborando en el Distrito de Trujillo de La Libertad en el año 2021.

2.2.4.- Matriz de población, muestra y criterios de selección

POBLACIÓN	MUESTRA	CRITERIOS	JUSTIFICACIÓN
El 100% (32) de los operadores jurídicos especialistas en derecho tributario, que vienen laborando en el Distrito de Trujillo de La Libertad en el año 2021.	El 37.50% (12) de los operadores jurídicos especialistas en derecho tributario, que vienen laborando en el Distrito de Trujillo de La Libertad en el año 2021.	Especialista en derecho Tributario 10 años de ejercicio profesional Docente universitario, funcionario público, abogado defensor en el área de derecho Tributario. Grados académicos y/o publicaciones sobre derecho Tributario.	Debido a que la presente investigación está orientada a esa rama del derecho Debido a que se estima que, en ese lapso, el experto ha podido acumular la experiencia debida sobre el tema de estudio. Debido a que demuestra el contacto constante y directo del experto con la rama de estudio objeto de investigación. Debido a que demuestra el grado de profundidad y análisis que el autor posee sobre la rama del derecho objeto de investigación

2.2.5.- Métodos

• Inductivo-deductivo

Este método general se aplicó en dos fases; en cuanto a la parte inductiva que va de lo particular a lo general se avocó a conocer la regulación del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV

e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional y como ello vulnera el principio de neutralidad tecnológica; para luego en su parte deductiva que va de lo general a lo particular plantear los fundamentos jurídicos para modificar el acotado artículo in comento.

- **Analítico-sintético**

Este método se aplicó al estudio de los aportes de la doctrina y el derecho comparado, lo cual permitió indagar sobre la regulación del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional y como ello se expresa en la vulneración del principio de neutralidad tecnológica.

- **Hermenéutico jurídico**

Este método se avocó al estudio de las normas jurídicas sobre el impuesto general a las ventas y los servicios digitales, pero se puso especial hincapié en el análisis jurídico del artículo 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional y como ello vulnera el principio de neutralidad tecnológica; con la finalidad de analizar la viabilidad de los fundamentos jurídicos para modificar el acotado artículo.

2.3.- Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1.- Técnicas

- Fichaje

Este instrumento de recolección de datos permitió la recopilación de información doctrinaria y legislativa para la elaboración de los capítulos del marco teórico, así como la teoría doctrinaria y normativa que sustenta los resultados facticos de la investigación.

- Análisis documental

Técnica que permitió un análisis jurídico de las normas del derecho comparado que han regulado el Impuesto al Valor Agregado o como se conoce en nuestra legislación nacional como Impuesto General a las Ventas en los servicios digitales de las empresas o sujetos que están domiciliadas y no domiciliadas en su territorio.

2.3.2.- Instrumentos

- Guía de cuestionario de expertos

Este instrumento de campo se aplicó a 12 operadores jurídicos especialistas en derecho tributario que laboran en el Distrito de La Libertad en el año 2021, con la finalidad de que sus conocimientos y experiencia permitan la contrastación de la hipótesis planteada.

- Guía de análisis de documental

Este instrumento permitió registrar los datos referenciales de las leyes que han sido emitidas en el derecho comparado para regular el

Impuesto al Valor Agregado en los servicios digitales de las empresas o sujetos que están domiciliadas y no domiciliadas en su territorio como: número de ley, año de emisión, artículo que regula, contenido de la norma y el correspondiente comentario crítico.

2.4.- Validez y confiabilidad

La guía de cuestionario (especialistas en derecho tributario) y la guía de análisis documental (legislación comparada) son instrumentos validados por expertos a través de la ficha de validación de instrumento.

2.5.- Procedimiento de recolección de datos

En la etapa de ejecución del proyecto de investigación se realizaron las siguientes actividades:

2.5.1.- Respecto al cuestionario

El investigador utilizando los medios de información y las redes sociales se contactó con los operadores jurídicos, vía celular o email para concertar una cita virtual o presencial con los especialistas en derecho tributario; luego se realizó un consentimiento informado sobre la temática y la confidencialidad de la información, finalmente se les alcanzó el formato del cuestionario con las preguntas, exhortándolos a que respondan con objetividad y claridad, para que después sea factible el procesamiento de la información, en los casos en que el cuestionario se realizó oralmente se procedió a la transcripción de la misma para su posterior análisis.

2.5.2.- Respecto al análisis documental

El investigador una vez realizado las consultas necesarias con los especialistas, procedió a contrastar la información obtenida con la doctrina nacional y extranjera referente al impuesto general a las ventas en los servicios digitales de los sujetos domiciliados y no domiciliados en el territorio nacional; para luego comparar la norma jurídica 9 del Texto Único Ordenado de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo referente a los servicios digitales de las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional con el derecho comparado, con el propósito de establecer fundamentos jurídicos para modificar el artículo 9 de la acotada ley in comento.

2.6.- Análisis estadístico de los datos

El análisis de datos recopilados se realizó según el programa de statistical Packaged for the social sciences o paquete estadístico para las ciencias sociales (SPSS).

En cuanto a los datos acopiados de naturaleza cualitativa o nominal que no implica ningún valor, escala u orden, como son los datos obtenidos de la doctrina, legislación, fueron presentados en forma narrativa y redactados en forma clara y concisa para facilitar su explicación; mientras que los datos cuantitativos como son los datos del cuestionario de expertos se presentaron en tablas y figuras estadísticas con su respectiva interpretación de cada figura.

2.7.- Aspectos éticos

En la realización del presente trabajo de investigación se tuvo en cuenta las siguientes consideraciones:

- Confidencialidad sobre el perfil laboral y académico profesional de los especialistas en derecho tributario.
- Consentimiento verbal o escrito de los especialistas en derecho tributario para someterse a la aplicación del instrumento de recolección de datos.
- Confidencialidad de toda la información recopilada con la aplicación del cuestionario de expertos a los especialistas en derecho tributario.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1.- Regulación, alcances legales y criterios de aplicación del impuesto general a las ventas en la doctrina y legislación nacional.

Tabla N° 1

Características del El IGV en la doctrina y legislación

TEMÁTICA	SUMILLA	COMENTARIO
Origen legal y regulación actual	<p>Ley N° 9923 y 11833 referido al impuesto a los Timbres Fiscales</p> <p>TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo (D.S. N° 055-99-EF)</p>	<p>Era un impuesto plurifásico acumulativo sobre el valor total y gravaba la venta y movimientos de fondos.</p> <p>Es un impuesto diseñado con la estructura del IVA, indirecto, plurifásico, no acumulativo</p>
Clase de impuesto	Impuesto indirecto	La carga impositiva se traslada al consumidor final
Tipo de impuesto	Tipo plurifásico no acumulativo	Grava el consumo de bienes y servicios en las diferentes etapas económicas del proceso de producción
Método para su determinación	Método de deducción o sustracción	Establece la diferencia entre las ventas y las compras o la relación entre la producción y los insumos
Modalidad y variante	Base financiera en su variante impuesto contra impuesto	La obligación tributaria resulta de sustraer el crédito fiscal del débito fiscal

3.2.- Regulación del impuesto al valor agregado sobre los servicios digitales en la legislación comparada.

Tabla N° 2

El IVA en los servicios digitales en la legislación comparada

PAÍS	LEGISLACIÓN	ARTÍCULO	COMENTARIO
Argentina	Ley 27.430 y su Reglamento dado por Decreto 354 del 2018	Artículo 1 de la ley 27.430 Artículo 1 del reglamento	La Ley considera como nuevo sujeto pasivo del impuesto a los prestatarios (usuarios) de los servicios digitales El impuesto será asumido por el prestatario, de forma directa o mediante percepción en caso que un residente o domiciliado en el país actúe como intermediario del pago.
Colombia	Ley N° 1819 del año 2016	Artículo 437	Regula el impuesto generado por las operaciones de servicios digitales, y prescribe que será asumido por el comprador o adquirente del régimen común, y ser declarado en el mes de la fecha de pago o abono en cuenta.
Costa Rica	Ley 20.580 "Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas de Costa Rica" del 2018. DGT-R-13-2020	Artículo 1, numeral 2, letra "c" acápite ii de la ley 20.580	Considera como objeto del impuesto al valor agregado a la prestación de servicios de telecomunicaciones, radio y televisión realizados en el país sin importar cuál sea el medio tecnológico por el que se realiza la prestación del servicio.
Chile	Ley N°21.210. del 2020 que moderniza la legislación tributaria	Artículo 8, letra "n"	Grava con IVA por recomendación de la OCDE los servicios digitales que la misma norma señala y en la medida que estas no estén gravadas con el Impuesto Adicional de la ley de la renta.

México	Ley del impuesto al valor agregado, con sus últimas reformas publicada DOF 09-12-2019	Artículo 1o.-A BIS	Señala que los contribuyentes residentes en México que proporcionen los servicios digitales a que se refiere la fracción II del artículo 18-B de la presente ley son afectas al pago del IVA.
Paraguay	Ley N° 6380 de modernización y simplificación del sistema tributario nacional del 2019	Artículo 80 Artículo 81	Se establece que es pasible de IVA el hecho generador de la prestación de servicios. Los servicios digitales, son aquellos que se ponen a disposición del usuario a través del internet o de cualquier aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por internet

Tabla 3

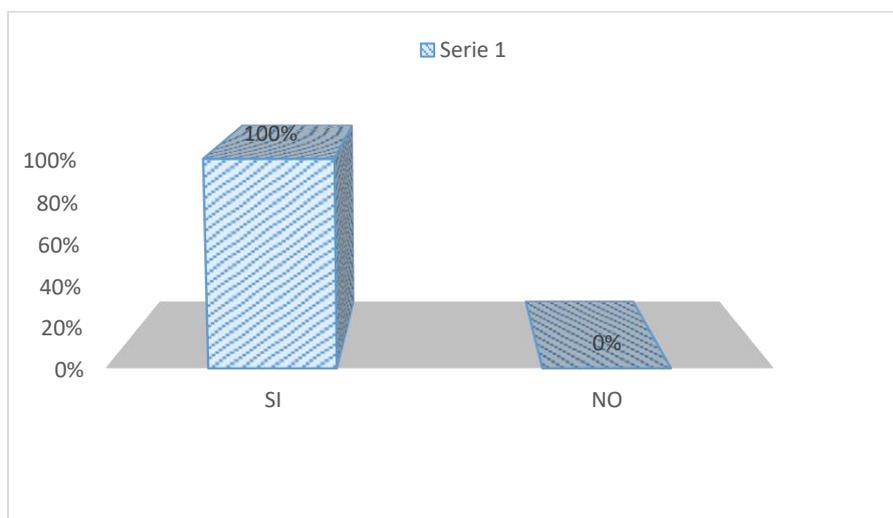
Los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- Si		12	100.00%
B.- No		---	---
	Total	12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 1 de la entrevista.

Figura 1

Los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 1 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla Nª 3, se observa que, el 100% de los especialistas consideran que los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K.

Tabla 4

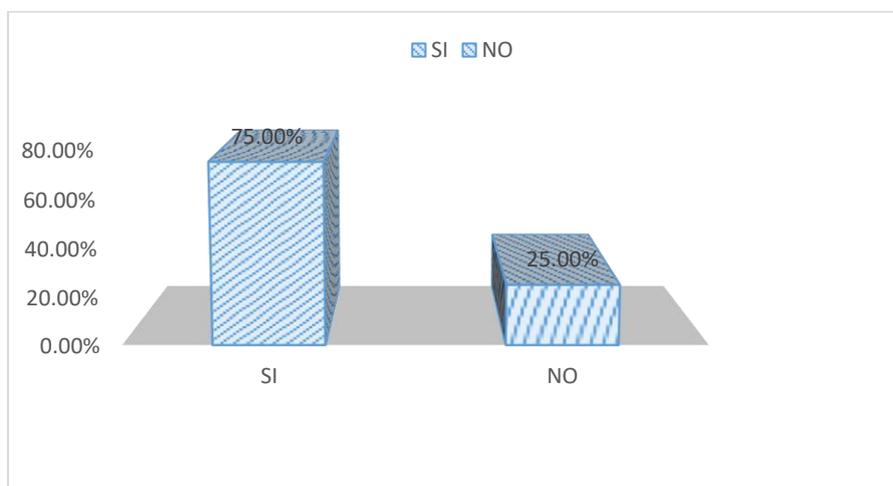
Tiene conocimiento de la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- Si		09	75.00%
B.- No		03	25.00%
	Total	12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 6 de la entrevista.

Figura 2

Tiene conocimiento de la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 6 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla N° 4, se observa que, el 75% de los especialistas si conoce la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales y el restante 25% de especialistas no tiene conocimiento.

3.3.- El principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas.

Tabla 5

La neutralidad en las transacciones tecnológicas a la luz de la doctrina

AUTOR	TEMÁTICA	APORTE DOGMÁTICO DEL AUTOR
Cullell, C. (2010)	Origen	Uno de los principios rectores de un documento oficial de la Comisión Europea sobre el marco normativo de las comunicaciones electrónicas en 1999.
Cabrera, O. (2017)	Naturaleza jurídica	Evitar efectos de discriminación entre otras tecnologías y entre los consumidores
Hernández, L. y Albagli, P. (2017)	Universalidad	No realiza discriminación de ningún tipo a los contribuyentes en un plano fiscal
García, A. e Iglesias, E. (2017)	Fondo económico	Permite establecer impuestos de acuerdo a la realidad social y económica de cada país.

Tabla 6

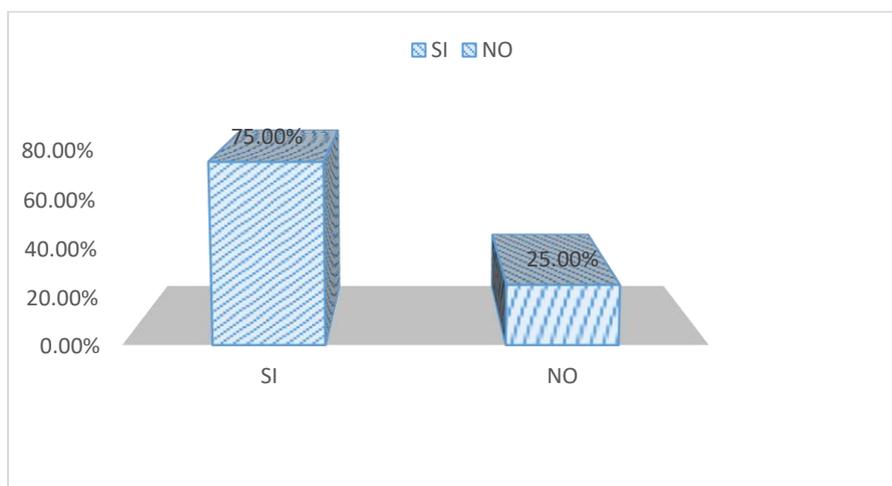
Hay desigualdad en la norma tributaria entre empresas de servicios digitales con domicilio fiscal en territorio peruano y los que lo tienen fuera del país.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- Si		09	75.00%
B.- No		03	25.00%
	Total	12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 2 de la entrevista.

Figura 3

Hay desigualdad en la norma tributaria entre empresas de servicios digitales con domicilio fiscal en territorio peruano y los que lo tienen fuera del país.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 2 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla N° 6, se observa que, el 75% de los especialistas considera que hay desigualdad en la norma tributaria entre empresas de servicios digitales con domicilio fiscal en territorio peruano y los que lo tienen fuera del país, y para el 25% de especialistas no existe trato diferencial.

Tabla 7

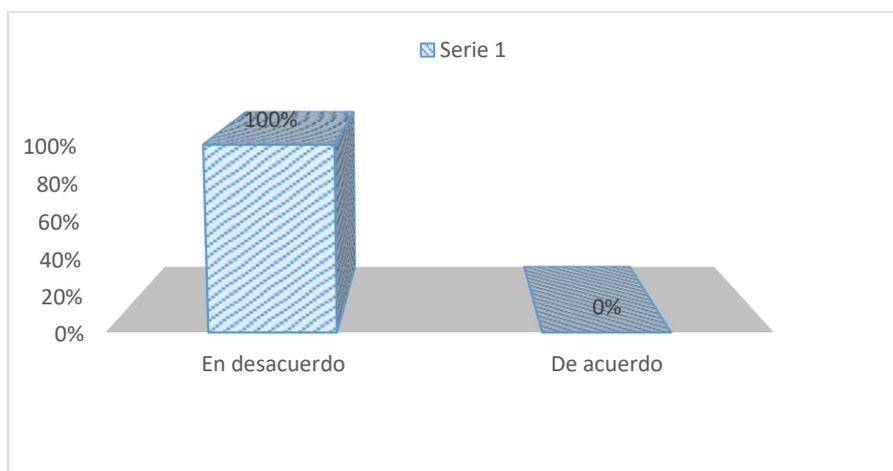
Los canales digitales NETFLIX, HBO, OPEN ENGLISH, no pagan impuestos y sus costos son más baratos que los de empresas domiciliadas en el Perú.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- De acuerdo		---	---
B.- En desacuerdo		12	100.00%
Total		12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 3 de la entrevista.

Figura 4

Los canales digitales NETFLIX, HBO, OPEN ENGLISH, no pagan impuestos y sus costos son más baratos que los de empresas domiciliadas en el Perú.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 3 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla N° 7, se observa que, el 100% de los especialistas está en desacuerdo en que los canales digitales NETFLIX, HBO, OPEN ENGLISH, no paguen impuestos y sus costos sean más baratos que los de empresas domiciliadas en el Perú.

Tabla 8

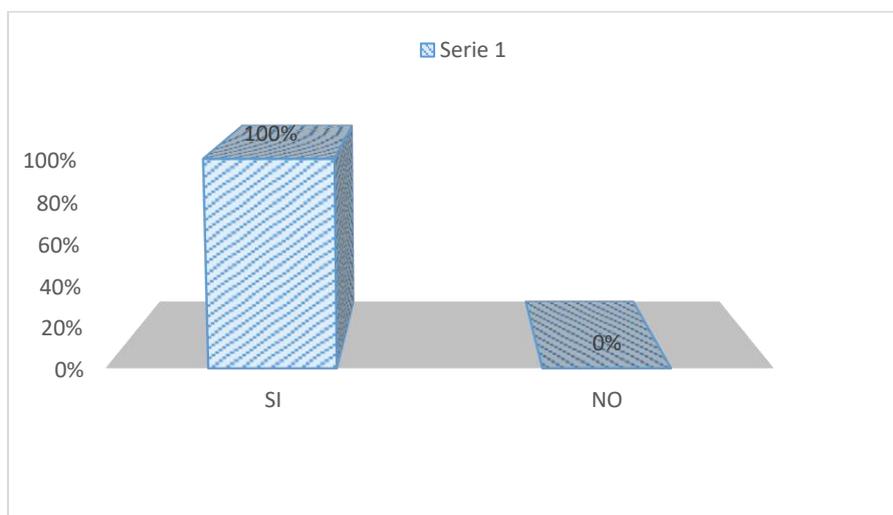
Es necesario la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- Si		12	100.00%
B.- No		---	---
	Total	12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 4 de la entrevista.

Figura 5

Es necesario la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 4 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla Nª 8, se observa que, el 100% de los especialistas consideran que es vital la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas.

Tabla 9

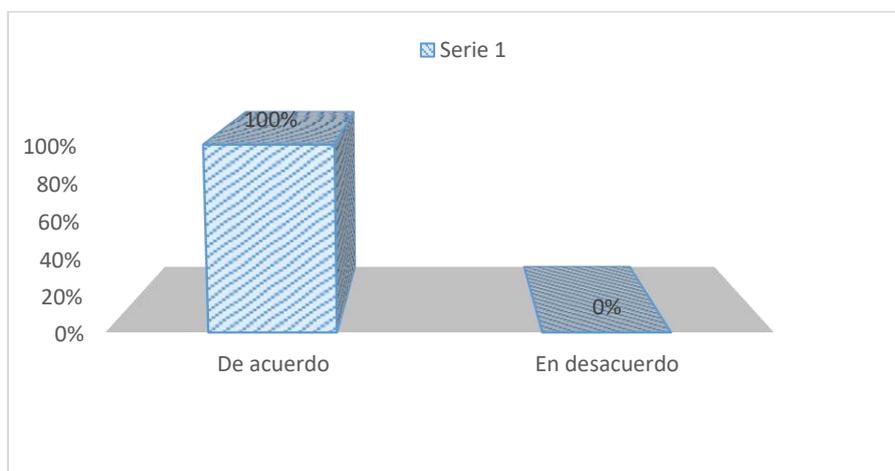
El principio de neutralidad evita que exista excepción o condición que impida su ejercicio en igualdad de trato entre las empresas de servicios digitales.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- De acuerdo		12	100.00%
B.- En desacuerdo		---	---
Total		12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 5 de la entrevista.

Figura 6

El principio de neutralidad evita que exista excepción o condición que impida su ejercicio en igualdad de trato entre las empresas de servicios digitales.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 5 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla N° 9, se observa que, el 100% de los especialistas está de acuerdo en que el principio de neutralidad evita que exista excepción o condición que impida su ejercicio en igualdad de trato entre las empresas de servicios digitales.

3.4.- Proyecto de ley para modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo.

Tabla 10

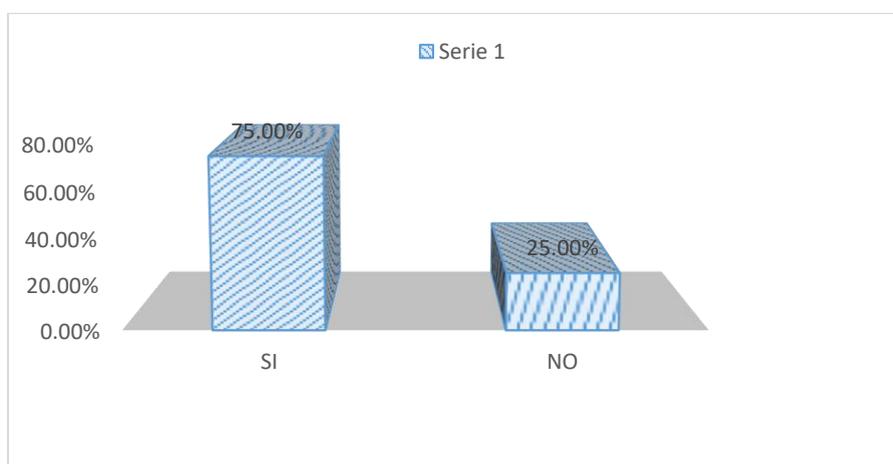
El artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad en la prestación de servicios digitales.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- Si		09	75.00%
B.- No		03	25.00%
	Total	12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 7 de la entrevista.

Figura 7

El artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad en la prestación de servicios digitales.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 7 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla Nª 10, se observa que, el 75% de los especialistas considera que el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad, y para el 25% la norma no lo vulnera.

Tabla 11

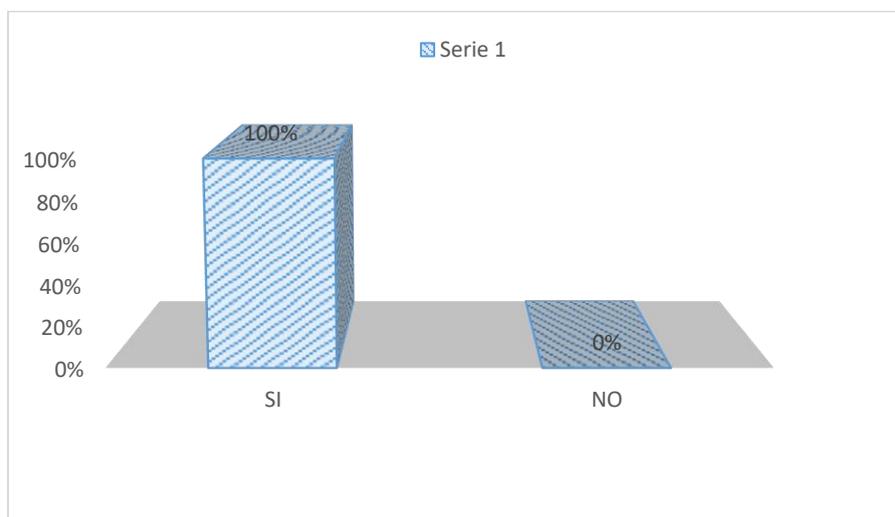
Es viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para imponer el IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en el país.

Características	Especialistas	Nº	%
A.- Si		12	100.00%
B.- No		---	---
	Total	12	100.00%

Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 8 de la entrevista.

Figura 8

Es viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para imponer el IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en el país.



Fuente: Datos correspondiente a la pregunta Nª 8 de la entrevista.

Interpretación

En la tabla N° 11, se observa que, el 100% considera viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo.

CAPÍTULO IV. DISCUSION Y CONCLUSIONES

4.1.- Discusión

4.1.1.- Regulación, alcances legales y criterios de aplicación del impuesto general a las ventas en la doctrina y legislación nacional.

Tabla Nª 1

En la tabla Nª 1 se consignan las principales características del IGV en la doctrina y legislación; así se tiene respecto a su origen legal en palabras de Alva, M. (2020), este impuesto general a las ventas tiene su origen normativo en las leyes Nª 9923 y 11833 referido al impuesto a los Timbres Fiscales, que era un impuesto plurifásico acumulativo sobre el valor total y no sobre el valor agregado y gravaba la venta y movimientos de fondos; recién en 1973 con el Decreto Ley Nª 19620 se establece el impuesto a los bienes y servicios (IBS), pero es con el Decreto Ley Nª 21070 de 1975 que se inicia la transformación hacia una estructura impositiva con la técnica del valor agregado, pero con el Decreto Legislativo Nª 190 del año 1982 se establece un impuesto general al consumo estructurado bajo la técnica del valor agregado, con una tasa general del 16% que a lo largo de la historia ha sufrido varias modificaciones. Normativas.

En la actualidad el IGV se encuentra diseñado con la estructura del IVA (impuesto al valor agregado) esto es que es un impuesto de tipo indirecto, plurifásico, no acumulativo, en el Decreto Supremo Nª 055-99-EF que es el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto

General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo y su respectivo reglamento dado por Decreto Supremo N^o 029-94-EF en donde se detallan las operaciones que son gravadas con el acotado impuesto, se establece cuando se origina la obligación tributaria, los sujetos pasibles del impuesto, entre otros aspectos.

A la luz de la doctrina y legislación se evidencia que el IGV es un impuesto indirecto, Rodríguez, L. (2019) refiere que es un impuesto de indirecto que afecta al sujeto (consumidor final) con intervención de terceros (empresas proveedoras de bienes o servicios) porque en la enajenación las empresas trasladan el IGV al comprador o consumidor final, quien termina asumiendo la imposición tributaria de la transacción; Cardeña, F. (2019) acota que el proveedor no asume el impuesto, ya que al no incorporarse en el precio de venta como un costo se traslada el impuesto a los compradores finales, Fernández, R. (2007) considera que afecta de forma directa al patrimonio que detenta el consumidor final, por cuanto al pagar el IGV asume un precio del bien que es mayor que el costo de producción, de igual parecer es Chávez, M. (2012) que afirma que el impuesto al valor agregado recae sobre la demanda final, por cuanto el principio de neutralidad hace que el empresario no se afecte económicamente al no considerarlo como costo y se traslada a terceros, alcanzando al usuario final quien se ve perjudicado con el incremento del precio del bien o servicio adquirido, pero que en su interés de ejercer el derecho al crédito fiscal tendrá que exigir a su vendedor la factura correspondiente.

Es de tipo plurifásico no acumulativo, al respecto Alva, M. (2020) señala que la carga impositiva se aplica o grava todas las etapas del proceso de producción desde que se inicia con su fabricación, pasando por una distribución mayorista y minorista, para terminar en manos del usuario o consumidor final, Plazas, M. (2008) por su parte expresa que la tributación sobre las ventas el impuesto gravaría ya no la totalidad del precio en todas las entregas del bien, sino únicamente el valor agregado o añadido en cada uno de los estadios del proceso de fabricación y distribución del producto; Rosembug, T. (2012) acota que implica en aplicar a los bienes y servicios un impuesto exactamente proporcional al precio de los bienes y servicios, gravando el mayor valor que el producto adquiere en cada etapa del proceso productivo; en consecuencia, el vendedor de los productos dentro de la cadena no perderá competitividad, toda vez que sus precios no se elevarán en demasía, al tomar en cuenta el descuento del impuesto pagado en la adquisición.

El método para la determinación del IGV o IVA es el método de deducción o sustracción que se propone establecer la diferencia entre las ventas y las compras, o la relación entre la producción y los insumos; para Alva, M. (2020), el método de sustracción toma como punto de partida el valor del output o producto final de la empresa en el mercado, y de él deduce los costes de la totalidad de inputs, en los que la empresa ha incurrido para obtener aquel; de igual manera Tesón, M. (2001) acota que este método de deducción abarca el

valor añadido de cada transacción económica realizada por la empresa de acuerdo con el output y el inputs.

En cuanto a la modalidad y variante se aplica la base financiera en su variante impuesto contra impuesto, Alva, M. (2020) expresa que la base financiera consiste en obtener la diferencia entre el total de ventas y de compras realizadas en un determinado periodo, mientras que la variante impuesto contra impuesto, en palabras de Chávez, M. (2012) consiste en restar del crédito fiscal que se origina por las adquisiciones del débito fiscal que se da con los ingresos; Bravo, J. (2010) indica que la variante impuesto contra impuesto, la obligación tributaria resulta de sustraer el crédito fiscal (imposición tributaria sobre las adquisiciones de la empresa) del débito fiscal (imposición tributaria sobre las operaciones que ejecuta la empresa).

4.1.2.- Regulación del impuesto al valor agregado sobre los servicios digitales en la legislación comparada.

Tabla N° 2

El IVA en los servicios digitales en la legislación comparada

Realizando un estudio del derecho comparado se observa que existen varios países que ya han regulado la prestación de servicios digitales de empresas no domiciliadas en su territorio, así se tiene el caso de Argentina con su Ley 27.430 y su Reglamento dado por Decreto 354 del 2018 donde se regula la forma, plazos y condiciones para el pago del IVA de los servicios digitales prestados por un sujeto residente o domiciliado en otro país, así se tiene que la acotada ley considera como nuevo sujeto pasivo del impuesto a los prestatarios (usuarios) de los servicios digitales y el Reglamento en el artículo 1º prescribe que el impuesto será asumido por el prestatario, de forma directa o mediante percepción en caso que un residente o domiciliado en el país actúe como intermediario en el pago, operando como un agente de percepción o liquidación. En consecuencia, al adoptar el método “país de destino”, se grava las importaciones y exime a las exportaciones evitando doble imposición tributaria.

En Colombia se materializa con la Ley N° 1819-2016 del 29 de diciembre del 2016 con la cual se modifica el Estatuto Tributario respecto al impuesto al valor agregado en los servicios digitales prestados desde el extranjero a consumidores en el país, en ese sentido en su norma legal 437 regula el impuesto generado por las

operaciones de servicios digitales, y prescribe que será asumido por el comprador o adquiriente del régimen común, y ser declarado en el mes de la fecha de pago o abono en cuenta.

Costa Rica la regulación de los servicios digitales se da a través de la Ley 20.580 “Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas de Costa Rica” del 3 de diciembre del 2018 y su modificatoria dada por DGT-R-13-2020, cuyo artículo 1, numeral 2, letra “c” acápite ii de la ley 20.580 considera como objeto del impuesto al valor agregado a la prestación de servicios de telecomunicaciones, radio y televisión realizados en el país sin importar cuál sea el medio tecnológico por el que se realiza la prestación del servicio.

En Chile la regulación de los servicios digitales prestadas por empresas no domiciliadas en su territorio se da mediante la Ley N° 21.210. del año 2020 que moderniza la legislación tributaria y en su artículo 8, letra “n” prescribe que se grava con el impuesto al valor agregado (IVA) los servicios digitales descritos en la acotada norma jurídica y que son prestados en territorio chileno, en la medida que estas no estén gravadas con el Impuesto Adicional de la ley de la renta, para evitar con ello la doble imposición tributaria, estas modificaciones se hicieron por recomendación de la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En el distrito federal de México, los servicios digitales prestadas por empresas no domiciliadas en su territorio nacional se encuentra regulada por la Ley del impuesto al valor agregado aunado a sus últimas reformas publicada DOF 09-12-2019, que en su artículo 1.-A

BIS prescribe que los contribuyentes residentes en México que proporcionen los servicios digitales a que se refiere la fracción II del artículo 18-B de la presente ley son afectas al pago del IVA, por lo tanto los servicios digitales o electrónicos que son prestados por las empresas domiciliadas como no domiciliadas en su territorio serán pasibles de pagar el impuesto al valor agregado, el cual mes asumido por los usuarios o consumidores del servicio en el territorio nacional.

Finalmente, en Paraguay la prestación de servicios digitales por empresas no domiciliadas en su territorio nacional se ha regulado a través de la Ley N° 6380 “Ley de modernización y simplificación del sistema tributario nacional” del 2019 que en su artículo 80 prescribe de forma general que es pasible de IVA el hecho generador de la prestación de servicios; mientras que en su artículo 81 señala que los servicios digitales, son aquellos que se ponen a disposición del usuario a través del internet o de cualquier aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por internet, en donde el contribuyente es el usuario o consumidor final dentro del territorio nacional.

Tabla 3

En esta tabla se condensa los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿si los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K? se tiene que

el 100% de los especialistas consideran que efectivamente los avances de la ciencia y tecnología han masificado en nuestra sociedad el consumo de servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K, entre sus argumentos se tiene que el desarrollo tecnológico ha incrementado y cualificado el servicio digital que recae sobre bienes intangibles ofrecidos a los usuarios por medios electrónicos sin que exista contacto físico entre las partes, en donde la suscripción del contrato de servicios implica el previo pago adelantado con tarjetas de débito, con ello el usuario accede al servicio en la plataforma y podrá visualizar o descargar los archivos que forman de su contenido; de otro lado refieren que el servicio digital implica necesariamente una obligación de hacer, con contenido intangible, por cuanto su materialización no requiere la existencia de un lugar físico dado que se viabiliza a través de medios electrónicos, con una plataforma virtual e interactiva.

Tabla 4

En esta tabla se condensa los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Tiene conocimiento de la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales prestados por empresas no domiciliadas en su territorio? se observa que el 75% de especialistas si conoce la regulación en la legislación comparada sobre el IVA en los servicios de canales digitales prestados por empresas no domiciliadas en su territorio, señalan países como Argentina,

Colombia y Chile, donde resaltan que constituyen un movimiento latinoamericano del último lustro y resaltan como características comunes, que es un impuesto indirecto que se le impone al consumidor del servicio, se aplica el método del país de destino para evitar la doble imposición tributaria, y que sus normas en general han tomado en cuenta las recomendaciones de la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); de otro lado también señalan otros países como Rusia en donde los servicios digitales son pasibles del impuesto al valor agregado desde el 01 de enero de 2017 cuya tasa es del 18%, en la India el impuesto al valor agregado de los servicios que se prestan en línea o a través de medios electrónicos se aplica desde diciembre del 2016 con una tasa del 15%, en el Japón la Ley del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales se aplica desde octubre del 2015 y la tasa es del 8%. El restante 25% de especialistas señala que no tiene conocimiento sobre este punto.

4.1.3.- El principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas.

Tabla 5

La neutralidad en las transacciones tecnológicas a la luz de la doctrina, se analiza primero en cuanto a su origen, la cual se utilizó por primera vez a decir de Cullell, C. (2010) como uno de los principios rectores de regulación en 1999 en un documento oficial de la Comisión Europea sobre el marco normativo de comunicaciones electrónicas, donde se estipulaba que la neutralidad tecnológica implica establecer una legislación con objetivos imparciales y claros sin atisbos de discriminación, poniendo énfasis a los efectos de las acciones y no a las acciones y a los medios por ellos mismos, ello implica que la legislación debe regular los efectos que emanan de su uso, por ello, la técnica legislativa debe basarse en una regulación sostenible, subsidiaria, transparente y proporcionada.

Respecto a su naturaleza jurídica Cabrera, O. (2017) expresa que toda regulación inspirada en el principio de neutralidad debe evitar efectos de discriminación entre otras tecnologías y entre los consumidores, por lo que este principio se cimenta en cuatro aristas: la no discriminación fiscal en contribuyentes sean estos empresarios o consumidores finales, la sostenibilidad que debe tener el marco legislativo para imponer impuestos acorde a la realidad socio-económica, la eficiencia en su recaudación sin imponer cargas abusivas o ilegales, y la certeza del consumidor en los impuestos que acarrea cada actividad que realiza.

La neutralidad fiscal aplicable al impuesto general a las ventas, en palabras de Hernández, L. y Albagli, P. (2017) se caracteriza por su universalidad ya que no realiza discriminación de ningún tipo a los contribuyentes en un plano fiscal, su aplicación normativa obliga a que sea imparcial y objetiva, se proscribe la posibilidad de imponer cargas desproporcionadas, indebidas, ilegales o contrarias al orden público a cualquier empresa.

Este principio de neutralidad fiscal como refiere García, A. e Iglesias, E. (2017) es un fondo económico en la práctica tributaria para cualquier Estado, por cuanto permite establecer impuestos de acuerdo a la realidad social y económica de cada país, lo cual permitirá asegurar su cumplimiento en los contribuyentes a través de la etapa múltiple de sistema pago, y tener una recaudación fiscal razonable que permita aumentar el tesoro fiscal del erario para la obra pública, si bien el IGV se aplica a las actividades económicas, al final esa recaudación va a parar en beneficio de los mismos consumidores finales a través de las obras publicas.

Tabla 6

En esta tabla se grafica los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Hay desigualdad en la norma tributaria entre las empresas de servicios digitales con domicilio fiscal en territorio peruano y los que lo tienen fuera del país? se observa que el 75% de especialistas considera que hay desigualdad en la norma tributaria, ya que si bien es cierto que los

servicios digitales en el país prestados por sujetos no domiciliados, se encuentra gravado con el IGV (artículo 9 del TÚO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo, donde el usuario tiene la calidad de contribuyente, en la actualidad no se efectúa el pago de tal impuesto ni por parte del usuario del servicio en el país ni por el prestatario no domiciliado, ya que del tenor de la norma in comento solamente es contribuyente el usuario final que desarrolle actividad empresarial en el país o cuando la operación sea habitual; esta condición es lo que permite legalmente, que el Reglamento de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo, le devuelva la carga impositiva al usuario del servicio prestado por un sujeto no domiciliado que no realiza actividad empresarial; contrario sensu para el 25% de especialistas no existe trato diferencial, la norma se aplica para ambos casos, lo que en si puede estar sucediendo es que falta implementar mecanismos para su viabilización.

Tabla 7

En esta tabla se grafica los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Qué opinión le merece que los canales digitales como NETFLIX, HBO, OPEN ENGLISH, no paguen impuestos y sus costos sean más baratos que los de las empresas domiciliadas en el Perú? se observa que el 100% de especialistas está en desacuerdo en que los canales digitales como son NETFLIX, HBO PREMIUN, OPEN ENGLISH, no paguen sus impuestos tanto el que oferta el servicio digital como los usuarios o

consumidores finales, razón por la cual sus costos son mucho más baratos a comparación con los servicios que dan las empresas que están domiciliadas en el territorio peruano como son los operadores de cable de CLARO, MOVISTAR, DIREC TV, a quienes por el servicio que prestan son pasibles del impuesto al igual que los usuarios o consumidores, lo cual ha originado que sus transacciones electrónicas se incrementen considerablemente, en desmedro de la empresas que tienen su domicilio fiscal en el territorio nacional.

Tabla 8

En esta tabla se grafica los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Es necesario la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas? se observa que el 100% de los especialistas consideran que es vital la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas, lo que implica que el impuesto general a las ventas (IGV) debe aplicarse en situaciones similares a aquellas empresas no domiciliadas en territorio peruano, por ende, este principio al ser neutral y equitativo, debe fomentar la inversión privada de otros Estados en el territorio nacional en las mismas condiciones que las empresas domiciliadas, porque su actual regulación del IGV desalienta la inversión de las empresas nacionales para la prestación de servicios digitales por cuanto el precio final del servicio incluye el IGV con lo cual se encarece más el servicio en comparación con el que es prestado por una empresa no

domiciliada en el Perú, por lo que este principio de neutralidad obliga al Estado establecer un marco legal equitativo y eficiente para fomentar la libre competencia del mercado, ampliar la base tributaria de los contribuyentes e incrementar la recaudación fiscal.

Tabla 9

En esta tabla se grafica los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Considera que el principio de neutralidad evita que exista excepción o condición que impida su ejercicio en igualdad de trato entre las empresas de servicios digitales? se observa que el 100% de los especialistas está de acuerdo en que este principio de neutralidad bien aplicado se orienta a evitar que exista cualquier atisbo de desigualdad tributaria en la ley, para lo cual debe englobar y ser observado al momento de diseñar un marco tributario y particularmente en el caso del IGV, no debe existir excepciones ni condiciones que impidan su ejercicio o imposición arbitraria, es decir, este impuesto no debe interferir con el logro de óptimos niveles de vida, pero sin generar desigualdad o desequilibrio entre los sujetos, no debe alterar las preferencias o el curso de las actividades de las empresas que realizan actividades de servicios digitales en la sociedad, estén o no domiciliadas en el territorio nacional.

4.1.4.- Proyecto de ley para modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para garantizar el principio de neutralidad tecnológica en los servicios digitales.

Tabla 10

En esta tabla se grafica los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Considera que el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad en la prestación de servicios digitales? se observa que el 75% de los especialistas considera que el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad al poner en desigualdad de condiciones a los prestadores de servicios domiciliados con los no domiciliados, donde los primeros consideran el IGV al momento de fijar el precio del servicio o realizar su cobro a diferencia de los no domiciliados; esta es la razón por la cual las personas prefieren contratar el servicio digital de aquellas empresas no domiciliadas por presentar claramente más ventajas económicas.

Otro fundamento señalado es que los avances tecnológicos han trastocado el derecho tributario principalmente en nociones clásicas como establecimiento permanente, domicilio fiscal, contribuyente, impuesto, razón por la cual al no contemplar este nuevo escenario hace que el principio de neutralidad se vea afectado.

Otro argumento es que durante años empresas extranjeras que no tienen domicilio en el país y ofertan servicios digitales, se vienen enriqueciendo con el aumento de los suscriptores, sin pagar

impuestos al fisco directos o indirectos ya que la norma jurídica no regula el pago de estos impuestos, lo cual origina una inequidad en la tributación con respecto a las empresas nacionales; mientras que para el 25% de los especialistas la norma in comento no lo vulnera, por cuanto para ellos si está regulado y pone énfasis en que hace falta mecanismos de viabilización para concretar esos impuestos.

Tabla 11

En esta tabla se grafica los resultados del cuestionario aplicado a los especialistas quienes a la pregunta ¿Considera viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para imponer el IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en el país? se observa que el 100% considera viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo.

Un argumento señalado es que los servicios digitales prestados por empresas no domiciliadas y utilizados por usuarios domiciliados en el país, a la fecha no están gravados con el impuesto a la renta ni con el impuesto al valor agregado, por lo que proponen que se hagan las reformas legislativas en ese sentido, respecto al impuesto a la renta proponen que se elabore una lista de las empresas no domiciliadas en el país que brindan servicio o productos en plataformas digitales para que los impuestos recaigan a todas las empresas por igual; mientras que respecto al IVA, proponen que se aplique a todos estos servicios digitales y que se considere a las

entidades financieras como agentes de retención del impuesto a la renta e IVA.

Otro argumento es que las nuevas formas de intercambio comercial de bienes y servicios a través de plataformas tecnológicas hace imperante adecuar la norma tributaria de la Ley del IGV y su Reglamento de la Ley del IGV para considerar al sujeto no domiciliado como pasible del impuesto por ser el proveedor de los servicios digitales, siendo necesario considerar como agente de retención a las entidades financieras para viabilizar la recaudación del IGV, para lo cual se propone elaborar un listado de las empresas no domiciliadas que son pasibles del impuesto en aras de facilitar las retenciones a las entidades financieras.

Finalmente señalan que el problema sobre los impuestos de servicios prestados a través de plataformas tecnológicas como Netflix y Spotify, es poder determinar el establecimiento permanente para aplicar el impuesto, ya que si bien están regulados de manera general, la ley omite establecer el procedimiento de recaudación y el órgano competente; en ese sentido, acorde con la experiencia del derecho comparado, sería viable nombrar a las entidades financieras como agentes retenedores del impuesto, por cuanto los servicios digitales prestados por las empresas extranjeras se pagan por los usuarios o suscriptores por medio de tarjetas de débito o crédito, lo que permite que puedan retener el impuesto y entregarlo a la Sunat.

4.2.- Conclusiones

- 1.- El impuesto general a las ventas a la luz de la doctrina y legislación nacional, tiene su origen legal en las leyes N° 9923 y N°11833 referido al impuesto a los Timbres Fiscales, su regulación actual vía el D.S. N° 055-99-EF está diseñado acorde al IVA y es un impuesto indirecto, plurifásico no acumulativo, cuyo método de determinación es el de deducción o sustracción con base financiera en su variante impuesto contra impuesto.

- 2.- El IVA en la prestación de servicios digitales en la legislación comparada se ha venido masificando en el contexto de Latinoamérica, Colombia con la Ley Nª 1819 del 2016, Argentina con la Ley 27.430 del 2018, Costa Rica con la Ley 20.580 del 2018, México con la Ley DOF 09-12-2019, Paraguay con la Ley N° 6380 del 2019 y Chile con Ley N°21.210 del 2020 donde constituye un impuesto indirecto, aplica el método del país de destino, evita la doble imposición tributaria, y toman en cuenta las recomendaciones de la (OCDE).

- 3.- El principio de neutralidad en las transacciones tecnológicas tuvo su origen como principio rector en el marco normativo de comunicaciones electrónicas de 1999, su naturaleza jurídica se avoca a evitar efectos de discriminación entre tecnologías y entre consumidores, es universal ya que no realiza discriminación de ningún tipo a los contribuyentes en un plano fiscal, y constituye fondo económico al establecer impuestos de acuerdo a la realidad social y económica de cada país.

- 4.- La falta de regulación para aplicar el IGV a la prestación de los servicios digitales de empresas no domiciliadas en el territorio nacional, genera que su incidencia se haya acrecentado en estos últimos años, por ser más económicos que la prestación de los servicios de las empresas domiciliadas, lo que implica necesariamente, la modificación del TUO de la Ley del IGV e ISC en su artículo 1 (incluirlo en su ámbito de aplicación) y artículo 9 (consignarlos como sujetos contribuyentes), así como su respectivo reglamento.
- 5.- La regulación vigente del artículo 1 y el artículo 9 del TÚO de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, no incluyen de forma taxativa la aplicación del impuesto a la prestación de los servicios digitales de las empresas no domiciliadas en el territorio nacional, vulnerando el principio de neutralidad tecnológica, al permitir un trato desigualitario en las condiciones de la prestación del servicio entre las empresas domiciliadas y no domiciliadas en el territorio nacional.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda modificar el artículo 1 del TUO de la Ley del Impuesto General a las Ventas e impuesto selectivo al consumo, en el sentido de incluir dentro del ámbito de aplicación, la imposición de la determinación del IGV de forma específica para el caso de servicios digitales utilizados por consumidores finales y que son prestados por sujetos no domiciliados en el territorio nacional.
2. Se recomienda incluir en el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e impuesto selectivo al consumo, que serán contribuyentes del IGV las personas naturales, las personas jurídicas, entidades, sucursales, agencias o cualquier otro establecimiento en el país, de empresas que son constituidas en el exterior pero que presten servicios digitales en el territorio nacional, en aras de garantizar el principio de neutralidad tecnológica en los servicios digitales.

REFERENCIAS

Alarcón, Roberto. (2019). *Compras por aplicativos digitales y la evasión tributaria*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.

Alva, Mario. (2011). *Análisis para la aplicación del crédito fiscal del IGV*. Lima: Instituto pacífico.

Alva, Mario. (2020). *Aplicación práctica del IGV e ISC*. Lima: Instituto pacífico.

Aparicio, Antonio. (2006). *Las grandes reformas fiscales del imperio romano; reformas de Octavio augusto, Diodeciano y Constantino*. Asturias: Universidad de oviedo.

Aparicio, Antonio. (2016). *Las grandes reformas fiscales del imperio romano*. Asturias: Universidad de oviedo.

Bravo, Jorge. (2003). *Fundamentos de Derecho Tributario*. Lima: Palestra.

Bravo, Jorge. (2010). *La imposición al consumo en el Perú. Algunos comentarios en torno a los efectos del IVA en el caso de servicios*. En libro homenaje al catedrático Francisco Escribano. Doctrina y casuística de derecho tributario. Lima: Grijley.

Cabrera, Omar. (2017). *Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos*. En Revista de Derecho Fiscal, N° 10, enero-junio. Bogotá: Universidad externado de Colombia.

Cardeña, Flor. (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*. Lima Pucp.

Celdeiro, Ernesto. (2021). *Impuesto al valor agregado: explicado y comentado*. Buenos Aires: Errepar.

Córdova, Alex. (2006). *Aspectos técnicos del impuesto general a las ventas: necesidad de preservarlos*. En libro homenaje a Armando Zolezzi Moller. Lima: Palestra.

Cullell, Cristina. (2010) *El principio de neutralidad tecnológica y de servicios en la UE: la liberalización del espectro radioeléctrico*. Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya

Chávez, Marco. (2012). *Análisis económico del IGV y su incidencia en el mercado*. En revista economía y derecho, Vol. 9 N° 34. Lima: Upc.

Fernández, Raúl. (2007). *El Impuesto a la Renta y los servicios digitales en el Perú*. En: Boletín TLS. Año 7, Número 55. Lima: Tax & Legal.

Fernández, Ítalo. (2003). *Régimen Tributario del Comercio Electrónico: Perspectiva Peruana*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

García, Antonio. e Iglesias, Enrique. (2017). *Economía digital en América Latina y el Caribe: situación actual y recomendaciones*. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.

Guerra, Alfredo. (2006). *¿Qué es la utilización de servicios?* En revista de Análisis Tributario, Vol XIX, N° 222, Lima: Aeel.

Hernández, Leonardo. y Albagli, Pinjas. (2017). *Economía digital: oportunidades y desafíos*. Documento de Trabajo, N° 40, Santiago de Chile, Centro Latinoamericano de Políticas Económicas y Sociales.

Hernández, Roberto. Et al. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

León, Silvia. (2017). *Tributación de la economía digital, ¿hacia un nuevo paradigma de establecimiento permanente (EP)?* En revista XIII Jornadas Nacionales de Derecho Tributario. Lima: Instituto Peruano de Derecho.

Marcel, Mario. (2011). *La ruta del comercio y el IVA en Chile*. Santiago de Chile: Cieplan.

Muñoz, Silvia. (2008). *Los servicios digitales como supuesto de renta de fuente peruana*. En revista: X jornadas nacionales de derecho tributario. Lima: Instituto peruano de derecho tributario.

Morachimo, Miguel. (2017). *¿Qué significa el reglamento de neutralidad de red?* En revista gaceta constitucional y procesal constitucional, tomo 110. Lima: Gaceta jurídica.

Plazas, Mauricio. (2008). *El impuesto sobre el valor agregado IVA*. Bogotá: Temis.

Rodríguez Aguirre, Leha. (2019). *La tributación frente a las plataformas digitales*. Arequipa: Universidad católica San Pablo.

Rosembug, Tulio. (2012). *El Impuesto sobre el valor agregado en el proceso de integración latinoamericano*, En revista económica y tributaria. México: Porrúa.

Tesón, Miguel. (2001) *La nueva valoración de la imposición indirecta; el impuesto al valor agregado. Análisis técnico*. Buenos aires: Asociación Argentina de Estudios fiscales.

Villanueva, Walker. (2009). *Estudio del impuesto al valor agregado en el Perú: análisis, doctrina y jurisprudencia*. Lima: Esan ediciones.

Yáñez, José. (2014). *Impuesto al valor agregado: eficiencia y crecimiento*. En revista de estudios tributarios, N° 9, Santiago de Chile: Centro de estudios tributarios.

ANEXOS

ANEXO N° 01: FICHAS BIBLIOGRÁFICAS

FICHAS BIBLIOGRÁFICAS
1. AUTOR:
2. AÑO DE PUBLICACIÓN:
3. TÍTULO:
4. CIUDAD DE PUBLICACIÓN:
5. FUENTE O EDITORIAL:
6. PÁGINA DE REFERENCIA:
7. INDICE O SUMARIO:

INSTRUMENTO: () ACEPTADO () A MODIFICAR

FIRMA DE VALIDACIÓN DEL ESPECIALISTA

ANEXO N° 02: TABLA DE ANÁLISIS DE DERECHO COMPARADO

PAÍS	LEGISLACIÓN	CONTENIDO	COMENTARIO

INSTRUMENTO: () ACEPTADO () A MODIFICAR

FIRMA DE VALIDACIÓN DEL ESPECIALISTA

**ANEXO N° 03: GUÍA DE ENTREVISTA
FORMATO DE VALIDACIÓN PARA JUICIO DE EXPERTOS**

Nombre y Apellido:
Institución a la cual pertenece:
Cargo que desempeña:
Firma:

Fecha:

PREGUNTAS A FORMULAR	CONSIDERACIONES DEL EXPERTO			
	A	B	C	D
1. ¿Considera usted que, en las últimas décadas, los avances tecnológicos han masificado en nuestro país el consumo de los servicios de canales digitales en HD, ULTRA HD y 4K? A.- Si B.-. No				
2. ¿Considera usted que existe un trato desigualitario en la normatividad tributaria entre los servicios de canales digitales que tienen su domicilio fiscal en el territorio peruano y los que tienen su domicilio fiscal fuera del país por ser servicios prestados por empresas extranjeras? A.- Si B.-. No				
3. ¿Qué opinión le favorece que los canales digitales de NETFLIX, HBO PREMIUN, OPEN ENGLISH, no paguen impuestos tanto el que oferta el servicio digital como los consumidores finales, por lo que sus costos son más baratos que los servicios que dan las empresas domiciliadas en el Perú? A.- De acuerdo B.-. En desacuerdo				
4. ¿Considera vital la aplicación del principio de neutralidad en las transacciones electrónicas o tecnológicas que realizan las personas naturales o jurídicas? A.- Si B.-. No				
5. ¿Considera usted que acorde al principio de neutralidad económica no debe existir excepciones ni condiciones que impidan su ejercicio o imposición arbitraria en igualdad de trato entre los sujetos contribuyentes en los servicios digitales? A.- De acuerdo B.- En desacuerdo				
6. ¿Tiene conocimiento de cómo es la regulación en la legislación comparada sobre el impuesto del valor agregado en los servicios de canales digitales que tienen su domicilio fiscal en su territorio y fuera de su territorio? A.- Si B.-. No				

<p>7. ¿Considera usted que la regulación vigente del artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo vulnera el principio de neutralidad al poner en desigualdad de condiciones a los prestadores de servicios digitales domiciliados en el país con los no domiciliados? A.- Si B.-. No</p>				
<p>8. ¿Considera viable modificar el artículo 9 del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo para regular la imposición del IGV de forma específica para el caso de los servicios digitales utilizados por consumidores finales en el país y que son prestados por sujetos no domiciliados en el país? A.- Si B.-. No</p>				