

PROPUESTA DE UN IMPUESTO AL CONSUMO APLICABLE A LOS SERVICIOS DE STREAMING EN EL PERÚ

● Dayana Lozano Sulca

20203749 | a20203749@pucp.edu.pe

Estudiante de 7mo ciclo Coordinadora de tributación

● Alexandra Puquio

20213163 | a20213163@pucp.edu.pe

Estudiante de 7mo ciclo Miembro de tributación

● Álvaro De la Cruz

20171278 | delacruz.alvaro@pucp.edu.pe

Estudiante de 7mo ciclo Miembro de tributación

● Fiorela Álvarez

20201038 | fiorela.alvarezv@pucp.edu.pe

Estudiante de 7mo ciclo Miembro de tributación

● María Fernanda Aparicio

20222913 | a20222913@pucp.edu.pe

Estudiante de 5to ciclo Miembro de tributación

1. CONTEXTO DE LOS SERVICIOS DE STREAMING EN EL PERÚ

En los últimos tiempos, la era digital ha impactado de gran manera en las actividades diarias de las personas; en consecuencia, los servicios de *streaming* siguen ganando más popularidad en todo el mundo. El interés de los canales satelitales por obtener una mayor internacionalización ha impulsado una significativa expansión mediante servicios de transmisión multiterritoriales (Chalaby, 2005). El Perú no es ajeno ante tales cambios sobre el consumo de servicios como las plataformas de juegos, música y videos. No obstante, el aumento de las plataformas de *streaming* que han llegado al país ha causado que diversos usuarios se cuestionen si estas están gravadas con algún impuesto o cómo deberían ser gravadas. Por ello, la Su-

perintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) ha estado buscando la forma más efectiva para gravar estas plataformas.

Durante el 2024, la SUNAT ha anunciado planes para aplicar el IGV a estas plataformas de *streaming*. Estas iniciativas, de acuerdo con Gerardo López, titular de la SUNAT, se han consolidado en una medida llamada "Tasa Netflix", la cual se espera que se pueda implementar a finales de este año (Torres, 2024). Sin embargo, recientemente, el IGV en la economía digital ha sido modificado por la ley 32089 desde el 4 de julio de este año. Esta ley modifica su regulación y las normas tributarias para proporcionar un mecanismo de recaudación del IGV para bienes y servicios extranjeros, incluidas las transacciones con plataformas digitales. Esta medida busca establecer una tarifa especial a este

tipo de plataformas que no son domiciliadas, pero que tienen operaciones en el país, y no solo específicamente físicas, mediante el Impuesto General a las Ventas (IGV). De acuerdo con estimaciones de la SUNAT, la “Tasa Netflix” tiene proyectado recaudar inicialmente S/600 millones (Torres, 2024).

Cabe resaltar que, a pesar de que el principal objetivo sea la recaudación fiscal, esta medida también busca adaptarse a la economía digital global. Es decir, busca que el Perú pueda incorporarse en el grupo de los países que ya han adoptado impuestos similares a la Tasa Netflix.

2. LEGISLACIÓN ACTUAL DEL IGV A LOS SERVICIOS DE *STREAMING* UTILIZADOS EN EL PAÍS PROVENIENTES DE PAÍSES NO DOMICILIADOS.

El Impuesto General a las Ventas (IGV) se paga cuando se compran bienes muebles o cuando se reciben los servicios de una empresa, tanto como persona natural o jurídica. Asimismo, se aplica sobre el monto acordado a pagar, el cual es llamado “valor de venta”. Este impuesto está dirigido a los consumidores finales (SUNAT, 2022). En el caso de los servicios utilizados en el país que provienen de países no domiciliados, el artículo 3º del citado TUO establece que el servicio es utilizado en el país cuando es consumido en el territorio nacional, así haya sido prestado por un no domiciliado. Esto también es independientemente del lugar en el que se pague o se perciba la contraprestación, y del lugar donde se realice el contrato, según el inciso c) (SUNAT, 2005). Es decir, el criterio principal para determinar la aplicación del impuesto es el consumo o uso del servicio en el territorio nacional, sin importar dónde se haya prestado o pagado el servicio, y

también se debe comprobar si el servicio es proporcionado por un no domiciliado.

Pantigoso (2021) menciona que, en la actualidad, el Perú no cuenta con una norma en donde se señale quién es el sujeto de cobro cuando un consumidor final es quien utiliza un servicio digital dado por un sujeto extranjero. Por ello, el especialista menciona que es necesario que se modifiquen algunos artículos en la Ley del Impuesto General a las Ventas (LIGV). Además, el Fondo Monetario Internacional (2022) también recalca que la norma peruana sí grava los servicios digitales, pero que existe un vacío normativo en la LIGV, lo que ha llevado al FMI a ver necesaria la aplicación de mecanismos de recaudación en favor del Estado peruano. Todo ello resalta la urgencia de actualizar la legislación fiscal para corregir las inconsistencias en los servicios de *streaming*, y se mejore la eficiencia y equidad en la recaudación de este tipo de impuesto. Por ello, Gerardo López, nuevo superintendente de la SUNAT, señaló que, para el segundo trimestre del año 2024, se espera comenzar a recaudar este impuesto, con el cual se



En los últimos tiempos, la era digital ha impactado de gran manera en las actividades diarias de las personas; en consecuencia, los servicios de *streaming* siguen ganando más popularidad en todo el mundo.

proyecta una recaudación inicial de S/ 600 millones. Además, indicó que esta medida busca aplicar un impuesto preexistente, el cual es el IGV (Torres, 2024).

3. LEGISLACIÓN COMPARADA: APLICACIÓN DEL IGV EN OTROS PAÍSES LATINOAMERICANOS AL SERVICIO DE STREAMING

En diversos países latinoamericanos se están implementando medidas para gravar los servicios de *streaming*, con el objetivo de generar ingresos adicionales para los gobiernos y equiparar las condiciones de competencia entre las empresas digitales y los negocios tradicionales. Entre los ejemplos más destacados se encuentran Argentina, donde se aplica un IVA del 21% a las empresas extranjeras que ofrecen servicios digitales (Freire y Tapiero, 2019); Uruguay, donde las empresas de este sector están sujetas tanto al impuesto a la renta como al IVA, con una tasa total del 22% (Sánchez y Toledo, 2019); y Chile, donde se propuso un impuesto específico del 10% para los servicios digitales de empresas extranjeras, pero luego se cambió a un IVA del 19% (García, 2019). En Colombia, la tasa del IVA para los servicios digitales es del 19% y las empresas extranjeras deben inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT) para declarar y pagar el IVA, lo cual permite optar por un régimen de retenciones en la fuente a través de los bancos (Sánchez y Toledo, 2019; Freire y Tapiero, 2019). En el caso de México, el impuesto a los servicios digitales se introdujo en junio de 2020, en el cual las empresas extranjeras que prestan servicios digitales a usuarios en México están obligadas al pago IVA del 16% por sus servicios. (Gobierno de México, s.f.). La implementación de estos impuestos varía de un país a otro, y aún existen debates so-

bre la mejor manera de gravar los servicios digitales, pero la tendencia general es hacia una mayor tributación de este sector, en línea con las recomendaciones de la OCDE. En 2024, la situación seguirá evolucionando con nuevos países, ya que se implementarán impuestos a los servicios de *streaming*, lo cual modificará sus marcos regulatorios existentes.

4. POSICIÓN DE LA DOCTRINA EN LA APLICACIÓN DE UN IMPUESTO AL CONSUMO A LOS SERVICIOS DE STREAMING

La posición de la doctrina varía según el país y su legislación. Sin embargo, la aplicación de un impuesto al consumo a las plataformas de *streaming* ha cobrado notable importancia a nivel mundial durante los últimos años. Por ello, diversos expertos en tributación se han pronunciado para opinar sobre este tema.

Por un lado, Byrne (2020) indica que, aunque los expertos en política fiscal e instituciones como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) estudian la mejor manera de gravar estos servicios, esto puede llegar a ser complicado, debido a que pueden surgir problemáticas como la doble o múltiple imposición, lo cual generaría conflictos del ejercicio de la potestad tributaria de uno o más estados, a causa de la naturaleza digital de las plataformas. Por otro lado, Iriarte (2024), especialista en derecho digital en Perú, manifiesta su preocupación acerca de la actual propuesta del Gobierno peruano de aplicar un Impuesto General a las Ventas (IGV) del 18% a los servicios de *streaming*, el cual se trasladaría a los consumidores de las plataformas, lo que aumentaría la recaudación fiscal. Sin embargo, se enfrentaría el

riesgo de que algunas plataformas decidan retirarse del mercado peruano debido a la pérdida de clientes por el incremento en el precio los servicios (Iriarte, 2024).

Asimismo, Ramos (2024) propone que, para la gravar correctamente el IGV a las plataformas de *streaming* en Perú, en primer lugar, la legislación debe permitir que el proveedor no domiciliado de estas plataformas considere que el comprador es el consumidor final y se apliquen las leyes del lugar de residencia de tal comprador. En segundo lugar, se requiere que el proveedor se encuentre obligatoriamente registrado ante la Administración Tributaria; para ello, este registro, así como su declaración y pago del IGV, deben ser simples y deben requerir la información mínima necesaria de la empresa. En tercer lugar, el proveedor no puede obtener créditos fiscales por el IGV; es decir, solo puede cobrarlo y pagarla. El autor concluye al mencionar que, para que este impuesto se pueda implementar con éxito, se deben definir un plan y sus plazos,



En diversos países latinoamericanos se están implementando medidas para gravar los servicios de *streaming*, con el objetivo de generar ingresos adicionales para los gobiernos y equiparar las condiciones de competencia entre las empresas digitales y los negocios tradicionales.

los cuales deben tomar en cuenta la experiencia de otros países.

De la misma forma, Echevarria (2024) considera que, para la implementación efectiva de la Tasa Netflix en Perú, se deben considerar los siguientes tres aspectos estratégicos. En primer lugar, se debe definir una lista detallada de los servicios digitales sujetos a imposición y aquellos que se deben excluir. En segundo lugar, se debe proporcionar un mecanismo simplificado a las empresas no domiciliadas para el registro, declaración y pago del IGV. Por último, se deben establecer reglas para que tales empresas reconozcan a su consumidor final y poder identificar su lugar de residencia para gravar correctamente el impuesto. En adición, Echevarria (2024) menciona que, además de aprovechar la experiencia de otros países, se debe considerar el contexto peruano.

5. PROPUESTA DE APLICACIÓN

Nuestra propuesta de aplicación se basa en la legislación de los países de la región que ya implementan el Impuesto al Consumo a las plataformas digitales. En este sentido, la opción que más destaca es la modalidad de retención del impuesto en la fuente. Este método consiste en que se designen agentes de retención que son responsables de deducir y pagar el impuesto directamente a la autoridad fiscal en el momento de la transacción, lo cual asegura la recaudación eficiente y oportuna del impuesto. Sin embargo, ya existen opiniones de expertos tributarios peruanos como Picón que consideran que esta aplicación provocará que los consumidores finales paguen un 30% más por el servicio, cifra superior al propio IGV, que es del 18%. Por ejemplo, Picón, menciona que el plan premium de Netflix cuesta actualmente S/ 45 mensuales

(con acceso a cuatro pantallas). Si se aplica el IGV y la comisión del banco, el usuario pagaría aproximadamente S/ 15 adicionales, es decir, un total de S/ 60.

La retención del IGV o IVA en la fuente, en los países vecinos, se aplica mediante agentes de retención designados previamente por ley. Por ejemplo, en el caso de Colombia, el numeral 8 del Estatuto Tributario establece que son agentes de retención las entidades emisoras de tarjetas de crédito y débito, así como los recaudadores de efectivo a cargo de terceros en el momento del pago o abono en cuenta a los prestadores desde el exterior, como los servicios electrónicos o digitales. Es decir, para la recaudación del IVA a las plataformas digitales, es el sistema financiero quien es designado como agente de retención, y no los consumidores finales. Esto se debe a la complejidad de aplicación y elusión tributaria que se daría en caso sean los consumidores finales quienes tuvieran que retener el impuesto. Con la designación de entidades bancarias del sistema financiero, como agentes de retención, se asegura el cobro del impuesto y, por lo tanto, una correcta recaudación del mismo.

Sin embargo, esta modalidad de recaudación generaría un mayor costo tanto para las entidades financieras como para los consumidores finales. En primer lugar, las entidades financieras tendrían que implementar un sistema informático para realizar las retenciones, lo cual, según Picón, resultaría en un incremento significativo. Este incremento se traduciría en una comisión para el usuario, además del pago del IGV, lo cual generaría un pago de un 30% más. Picón recuerda un caso similar: el de las comisiones trasladadas al mantenimiento de las cuentas corrientes, que implementaron las entidades bancarias luego de que entrara

en vigencia el Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF). Estas comisiones pasaron de US\$ 10 antes de la implementación a US\$ 50. En otras palabras, son los usuarios finales quienes se hacen cargo de la implementación del sistema de cobro del IGV o IVA.

Por otro lado, expertos como Villanueva y Alarcón sostienen que las entidades financieras deben cumplir con su rol de colaboración con el Estado y, por lo tanto, no deberían imponer comisiones adicionales a los usuarios. En cambio, son las entidades bancarias quienes deben asumir los costos de implementación de la retención. Así, el usuario final terminaría pagando solo un 18% adicional, es decir, S/ 45 por el servicio más S/ 8 del impuesto, lo cual resulta un total de S/ 53.

6. CONCLUSIONES

Medidas como la “Tasa Netflix” surgen en el contexto de un dinamismo digital donde varias plataformas de *streaming* operan en el Perú; sin embargo, aún no están reguladas por un marco normativo adecuado ni tampoco están establecidas bajo un método de recaudación. Ante este problema, la SUNAT ha considerado aplicar el IGV a estas plataformas con el objetivo de aumentar la recaudación fiscal y seguir los lineamientos que varios países han desarrollado para resolver este problema, como, por ejemplo Brasil, Uruguay, Colombia y Argentina. La aplicación de tributos como el IGV en estos países ofrece al Perú un marco comparativo útil para elaborar una propuesta peruana. En ese sentido, se plantea como propuesta retener el impuesto en la fuente a través de agentes de retención designados, como las entidades bancarias del sistema financiero, con el fin de garantizar una recaudación precisa y reducir la evasión fiscal.

BIBLIOGRAFÍA

- Byrne, M. (2020, 3 de agosto). *Impuesto a los servicios digitales en el Perú*. Universidad de Lima. <https://www.ulima.edu.pe/posgrado/maestrias/mtpf/blog/impuesto-servicios-digitales-peru>
- Chalaby, J. (2005). Transnational television worldwide. Tauris.
- CRTC. (2020). Communications Monitoring Report. <https://www.torrossa.com/it/resources/an/5215936>
- Echevarria, G. (2024). La “Tasa Netflix” en Perú: Un enfoque estratégico para su implementación. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/gonzaloechevarria-taxandcorporatelawyer_tasanetlix-igv-servicios-digitales-activity-7200938691035365376-JJLg?utm_source=share&utm_medium=member_desktop
- Fondo Monetario Internacional. (2022). Impuesto a servicios digitales: FMI advierte sobre dificultades de implementarse en Perú. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-cerro-en-232-puntos-porcentuales-el-ultimo-miercoles-economia-noticia/>
- Freire, D. & Tapiero, Fa. (2019). *Análisis del IVA para plataformas digitales: posibles impactos para el país* [Especialización en Administración y Auditoría Tributaria, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano]. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/7286>
- García, N. (2019). *Impuesto a las plataformas digitales*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id= repositorio/10221/27629/1/BCNmpuesto_a_las_plataformas_digitales_final_edPM.pdf
- Gobierno de México (s.f.). *Plataformas tecnológicas de servicios digitales*. http://omawww.sat.gob.mx/plataformastecnologicas/Paginas/PlataformasTecnologicas_ServiciosDigitales/pt_sd_inicio.html#:~:text=A%20partir%20del%201%20de,digitales%20a%20usuarios%20en%20M%C3%A9xico
- Pantigoso, F. (2021). Ausencia de gravamen del IGV en servicios digitales. *Diario RPP Noticias*. <https://rpp.pe/columnistas/franciscomanuelpantigoso/ausencia-de-gravamen-del-igv-en-servicios-digitales-noticia-1360418>
- Ramos, M. (2024, 26 de abril). *“Tasa Netflix: Perspectivas y Desafíos para la Tributación de Servicios Digitales en el Perú”*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/tasa-netflix-perspectivas-y-desaf%C3%ADos-para-la-de-servicios-ramos-7vbke/>
- Sánchez, C. & Toledo, C. (2019). Tributación de los ingresos generados por la economía digital: perspectiva regional. *Dialnet*, (52), 27-35. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7268568>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2022, 16 de enero). *Impuesto General a las Ventas - IGV*. Plataforma Digital Única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/7910-impuesto-general-a-las-ventas-igv>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2005). *Informe N° 011-2005-SUNAT/2B0000*. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2005/oficios/i0112005.htm>
- Torres, E. (2024). Sunat busca implementar recaudación del IGV a apps de streaming este año. *La República*. <https://larepublica.pe/economia/2024/05/30/sunat-busca-implementar-recaudacion-del-igv-a-apps-de-streaming-este-ano-que-es-lo-que-se-sabe-atmp-951030>