


TASA NETFLIX: LA REALIDAD SOBRE LA TRIBUTACIÓN DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL PERÚ

 **Nayuri Jackelyne García Ames**
20214051 | ngarciaa@pucp.edu.pe

 **Ronaldo Alberto Condeso Chávez**
20151398 ronaldo.condeso@pucp.edu.pe

1. INTRODUCCIÓN

La globalización ha permitido la expansión del uso de la tecnología y el avance de la digitalización a nivel mundial, dando lugar a una revolución digital que ha brindado oportunidades de mejora en la calidad de vida de las personas y se ha integrado en los diversos hábitos de sus vidas. Del mismo modo, la evolución de la economía digital ha transformado radicalmente el entorno empresarial global y generó nuevas oportunidades y desafíos para los sistemas tributarios en todo el mundo (Da Silva y Nuñez, 2021). Una de las manifestaciones más notables de esta transformación ha sido el auge de las plataformas digitales de *streaming*, como Netflix, Spotify y Amazon Prime Video, que han revolucionado la manera en que los consumidores acceden a contenidos audiovisuales y musicales. Sin embargo, este fenómeno también ha puesto en evidencia las limitaciones de los sistemas fiscales tradicionales, que muchas veces no están preparados para gravar adecuadamente los ingresos generados por estas empresas, especialmente, cuando operan desde el extranjero. En respuesta a esta nueva realidad, diversos países han comenzado a implementar lo que se conoce como la “Tasa Netflix”, un impuesto dirigido a las plataformas

digitales extranjeras que prestan servicios dentro de sus territorios para asegurar que estas empresas contribuyan y cumplan sus responsabilidades tributarias producto del desarrollo de su actividad empresarial en territorio extranjero.

En el caso de Perú, la necesidad de adaptar la legislación tributaria a las exigencias de la economía digital es cada vez más apremiante. En la actualidad, estadísticas demuestran la mayor accesibilidad a la economía digital por parte de los peruanos, puesto que, si de e-commerce se habla, del 2021 al 2023 ha existido un crecimiento de más del 70% de compradores (Statista Research Department, 2023). Este tipo de transacciones se han hecho posible, a su vez, mediante las ahora denominadas billeteras digitales, las cuales 3 de 4 peruanos poseen (Guerra, 2024). De este modo, se va dinamizando más y más la economía digital cuestionando a los legisladores que tanto abarca la normativa actual este tipo de actividad económica. Por lo tanto, con un mercado creciente de consumidores, el país enfrenta el reto de establecer un marco normativo suficiente y capaz de permitir la recaudación efectiva del Impuesto General a las Ventas (IGV) a las empresas extranjeras que operan en este sector. Debido a la importancia de este impuesto, pues repre-

senta uno de los principales ingresos tributarios para el Estado, se ha determinado gravar con IGV los servicios digitales que ofrecen las empresas no domiciliadas, por lo que estas medidas se han regulado en el Decreto Legislativo N.º1623. En adición, se busca crear un balance, pues desde la perspectiva de especialistas tributarios, así como las empresas nacionales, se generaba una competencia desleal con las empresas locales que sí están sujetas al pago de impuestos (Joratt, 2020). Hasta hace unas semanas, la normativa tributaria peruana no contaba con mecanismos suficientemente desarrollados para gravar estos servicios, así que, dada la necesidad de cubrir este vacío fiscal de la legislación tributaria al respecto de este aspecto de la economía digital, hoy en día ya se está regulando la popularmente conocida como “Tasa Netflix”.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar la implementación de la “Tasa Netflix” en Perú, y se analizará su pertinencia en comparación con modelos extranjeros, los criterios de su aplicación, y el impacto económico que podría generar en el país. Para ello, se ha estructurado el trabajo en tres capítulos que abordan diferentes aspectos de esta problemática. En el primer capítulo, se presentarán los antecedentes internacionales de la “Tasa Netflix”, examinando cómo otros países han abordado la tributación de las plataformas digitales y qué lecciones se pueden extraer de sus experiencias. Este análisis permitirá contextualizar la situación peruana dentro de un marco global y entender las tendencias que están dando forma a la política fiscal en la economía digital.

El segundo capítulo se centrará en la situación específica de Perú, explorando los criterios de aplicación de la “Tasa Netflix” y

evaluando el impacto económico que se espera de su implementación. Se discutirá cómo las nuevas normativas podrían afectar a los consumidores, a las plataformas digitales y al fisco peruano, así como las posibles reacciones de las empresas involucradas. Además, se analizarán las implicancias para la competitividad del mercado digital en el país y se considerará si las medidas propuestas son suficientes para alcanzar los objetivos de recaudación planteados.

Finalmente, el tercer capítulo abordará las deficiencias del sistema tributario peruano en la economía digital, identificando las áreas que requieren mejoras y proponiendo mecanismos que podrían optimizar la recaudación fiscal en este nuevo contexto. Se discutirá la necesidad de qué tan coherente y clara es la reglamentación nueva que ha sido promulgada en el Decreto Legislativo N.º1623 y si verdaderamente cumple con la realidad económica actual; de manera adicional, se propondrán otras medidas que podrían fortalecer el sistema tributario en su conjunto.



En la actualidad, estadísticas demuestran la mayor accesibilidad a la economía digital por parte de los peruanos, puesto que, si de e-commerce se habla, del 2021 al 2023 ha existido un crecimiento de más del 70% de compradores (Statista Research Department, 2023).

En conclusión, esta investigación busca contribuir al debate sobre la necesidad de adaptar el sistema tributario peruano a la economía digital, con un enfoque particular en la tributación de las plataformas de *streaming*. La “Tasa Netflix” representa una oportunidad para que el Perú avance en este ámbito, pero su éxito dependerá de la efectividad con la que se implemente y de la capacidad del país para aprender de las experiencias internacionales, ajustando su legislación a las necesidades y realidades locales.

2. ANTECEDENTES Y AVANCES INTERNACIONALES

En los últimos años, se ha observado un incremento en el proceso de digitalización de la economía, lo cual ha generado que muchas entidades gubernamentales comiencen a prestarle más atención. Con respecto a esto, la Comisión Europea (2018, como se cita en Zegarra, 2019) ha reconocido cuatro modelos de negocio que funcionan en la economía digital: comercio electrónico, modelo publicitario, servicios intermediarios y acceso a contenido digital. Como parte de este último, podemos encontrar a los servicios de *streaming* tales como Netflix, Disney Plus y Spotify. Este modelo de negocio se ha posicionado como uno de los que más se consumen en el entorno digital.

De acuerdo con West (2014), se estima que el *streaming* de videos es responsable del 30% del tráfico total de internet, lo cual demuestra que existe un alto nivel de consumo de este tipo de servicios. Esto generó que los gobiernos comiencen a plantearse la posibilidad de recaudar impuestos por el uso de estos servicios; sin embargo, no todos los países lo han desarrollado de la misma manera e, incluso, algunos países aún no han llegado a aplicar esta medida. Ante

dicha realidad descrita, a continuación, se mencionará cuál ha sido la respuesta tributaria ante la digitalización de la economía en Europa y en Latinoamérica.

2.1. PLAN DE ACCIÓN CONTRA LA EROSIÓN DE LA BASE IMPONIBLE Y EL TRASLADO DE BENEFICIOS (O BEPS, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

Con el pasar de los años, muchos países han ido adaptando diferentes medidas para ir desarrollando su sistema tributario; sin embargo, debido a la globalización, algunas regulaciones han ido cayendo en la obsolescencia. De acuerdo con Zambrano y otros (2020), esta falta de actualización en materia fiscal ha ocasionado que muchas empresas multinacionales se aprovechen para reducir o suprimir su tributación, lo cual genera problemas de equidad. Esto se debe principalmente porque las empresas, al no poder trasladar sus beneficios empresariales, terminan soportando una carga tributaria mayor. Ante esta posible complicación y el entorno cambiante frente a la política fiscal internacional, los países han comenzado a expresar su preocupación por controlar la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios.

Debido a esto, en el año 2013 se creó el Grupo de Expertos sobre la Fiscalidad de la Economía Digital, órgano auxiliar del Comité de Asuntos Fiscales, en el que participan los países del G-20 no pertenecientes a la OCDE en su condición de asociados en igualdad de condiciones con los países de la OCDE (Zambrano y otros, 2020). Además, este órgano tenía como tarea principal elaborar un informe en el que se presenten los problemas de la economía digital y sus posibles soluciones (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE],

2013, pp. 5-8). En consecuencia, el 13 de julio de 2013, se presentó el plan de acción contra la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios (Base Erosion and Profit Shifting, o BEPS según sus siglas en inglés), el cual está conformado por 15 acciones que buscan solucionar los problemas BEPS (OCDE, 2013). Entre estas, la acción 1 busca abordar los retos de la economía digital para la imposición y plantea identificar cuáles son las principales dificultades que esboza la economía digital a la aplicación de las normas impositivas internacionales. Asimismo, para lograrlo, la acción 1 presenta estrategias para evitar la erosión de la base imponible; para esto, la OCDE agrupó las estrategias en aquellas relacionadas a impuestos directos e impuestos indirectos (OCDE, 2014, como se citó en Triana y Aragón, 2018, p. 38-39). De esta manera, la OCDE presentó ciertos lineamientos que representarían un primer acercamiento sobre la manera en que se debería manejar la fiscalidad en el contexto de la economía digital.

Estas estrategias se centran en tres premisas que circunscriben la tributación en la economía digital. En primer lugar, se debe identificar quiénes son los actores que intervienen; luego, definir cuál es la jurisdicción autorizada en ejercer la potestad tributaria para gravar esta actividad económica; y, por último, la determinación de la naturaleza de las rentas en materia de imposición directa para así determinar la jurisdicción encargada de gravar estos ingresos (Triana y Aragón, 2018). Ante esto, además, la OCDE establece una serie de recomendaciones que han ido permitiendo a muchos países establecer sus normas tributarias en relación con lo mencionado anteriormente.

En primer lugar, respecto a los impuestos directos, se propone modificar las excepcio-

nes a la situación de establecimiento permanente. Anteriormente algunas actividades eran catalogadas como inafectas al ser definidas como preparatorias; sin embargo, en el contexto de la economía digital, estas podrían ser consideradas como esenciales y, por lo tanto, ser gravadas. Además, se recomienda establecer un nuevo nexo basado en una presencia virtual significativa. En la economía digital, muchas actividades no cuentan con materialidad; por ello, bajo los criterios tradicionales, no se podrían relacionar con una jurisdicción específica. De este modo, el concepto de “establecimiento permanente” pasaría a ser más un concepto de “presencia virtual significativa”. Por otro lado, otra de las recomendaciones es encarar la retención de las transacciones a las entidades financieras involucradas en los pagos. Finalmente, referente a impuestos directos, la OCDE recomienda introducir un impuesto sobre las transacciones electrónicas (OCDE, 2014, como se citó en Triana y Aragón, 2018).

Ahora, referente a los impuestos indirectos, la OCDE presenta dos recomendaciones: por un lado, se recomienda revisar las exoneraciones para importaciones de bienes de bajo valor debido a que, en la economía tradicional, muchos países exoneran de impuestos a aquellos bienes que cumplan con esta característica; por lo tanto, ante las nuevas implicancias de la economía digital, esto podría ser contraproducente para la fiscalidad en un país. En segundo lugar, la OCDE recomienda obligar a aquellos proveedores de servicios digitales no residentes a inscribirse a los regímenes fiscales de cada país y declarar el impuesto correspondiente. Además, se menciona que, para que eso sea viable, se deberán incluir mecanismos simplificados que permitan facilitar la

contribución (OCDE, 2014, como se citó en Triana y Aragón, 2018, pp. 40-41). De esta forma, la OCDE, mediante el plan de acción BEPS, establece los pilares sobre la tributación relacionada a la economía digital.

Desde entonces, las bases o primeros lineamientos que pudo desarrollar la OCDE han permitido a muchos países ir abordando de manera más funcional sus normas tributarias. Cada país ha ido adaptándolas a la nueva realidad que ha generado la economía digital, considerando las características propias de su legislación. A continuación, se presentarán los avances que se han observado en diferentes partes del mundo.

2.2. EUROPA

En la Unión Europea existió un primer intento de aplicar un impuesto que grave ciertos servicios digitales. En el año 2018, la Comisión Europea publicó la Directiva 2018/073 con la finalidad de cumplir con lo recomendado por la OCDE referente a la exigencia de adaptación del sistema tributario a la digitalización de la economía. De tal manera, se planteaba establecer el llamado “Impuesto sobre los Servicios Digitales (ISD)”. En esta propuesta, la Comisión Europea (2018) establece como ingresos imposables los generados por la realización de los siguientes servicios:

- La inclusión de publicidad en un interfaz digital.
- La provisión de una interfaz digital que permita a los usuarios localizar y comunicarse, y que facilite la entrega de bienes y la prestación de servicios.
- La transferencia de datos recolectados sobre los usuarios, que hayan sido

generados por actividades realizadas por estos en un interfaz digital (p. 27).

Sin embargo, esta propuesta no se logró llevar a cabo, debido a que países como Irlanda y los países nórdicos se opusieron a este proyecto (Allevato y De Vito, 2021, p. 26). Por lo tanto, el proyecto se encuentra paralizado y a la espera de que se modifique y vuelva a ser presentado o discutido.

A pesar de lo mencionado anteriormente, algunos países decidieron implementar por su cuenta sus propios ISD. De acuerdo con Allevato y De Vito, “para octubre de 2020, Austria, Francia, Hungría, Italia, Polonia y España habrían adoptado legislación sobre un ISD” (2021, p. 26). Esto demuestra que, si bien no todos los países han podido llegar a un acuerdo para establecer un impuesto en común, algunos de estos han decidido seguir avanzando con el objetivo de esclarecer y desarrollar lo que espera la OCDE.

2.3. LATINOAMÉRICA

Por su parte, en los últimos años, en Latinoamérica se han incorporado diversas políticas fiscales relacionadas con la economía digital. La demanda de servicios digitales, tales como el *streaming*, ha aumentado exponencialmente, lo cual generó varias dudas sobre cómo se debe tributar al consumirlos.

De acuerdo con Bal (2024), para las empresas extranjeras, entrar en el mercado latinoamericano representa un reto en cuanto a la recaudación de impuestos relacionada a los servicios digitales. Por lo tanto, para muchos países del continente, aún está siendo complicado establecer de qué manera gravar el consumo de estos servicios. Ante este desafío, algunos países han comenzado a implementar políticas tributa-

rias que permitan esclarecer este tema, tal es el caso de Argentina, Colombia y Uruguay. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), estos países comenzaron a incorporar los servicios digitales a la base gravable del IVA en el año 2018 y, con el tiempo, ya se pueden observar resultados positivos (2020, p. 109). Estos resultados han atraído la atención de los demás países, de tal modo que, actualmente, muchos de estos se encuentran en camino a establecer implicancias fiscales al uso de estos servicios.

Referente a la aplicación del IVA sobre los servicios digitales en los países latinoamericanos, la CEPAL (2020) señala que, en primer lugar, los gobiernos se han inclinado por utilizar el IVA como instrumento tributario, mas no creando un tributo específico para estas operaciones. Además, la mayor parte de los países han decidido realizar la recaudación de este impuesto mediante la retención en las liquidaciones de tarjeta. Esto permite afirmar que la comunidad latinoamericana está estableciendo un pará-

metro fiscal y que, además, está obteniendo buenos resultados hasta el momento.

En síntesis, tanto en Latinoamérica como en Europa, los países están en proceso de aplicar estas medidas tributarias. Esto ha generado que con el tiempo se establezcan las bases para esto, lo cual logra asegurar un buen funcionamiento fiscal y, a su vez, una aplicación que cumpla con los principios constitucionales. Perú es uno de los últimos países que ha formalizado la aplicación de los servicios de *streaming* al IVA (conocido como IGV) y, sobre lo visto en los espacios mencionados, se espera que esta medida sea beneficiosa para el país.

3. MARCO LEGAL SOBRE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL PERÚ

El impuesto que mayor recaudación genera para el Perú es el Impuesto General a las Ventas o IGV. Este es un impuesto indirecto que grava algunas operaciones concretas. En el artículo 1 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, se mencionan cinco operaciones: la venta de bienes muebles en el país, la prestación de servicios en el país, los contratos de construcción, la primera venta de los inmuebles (venta realizada por el constructor) y la importación de bienes (Presidencia de la República del Perú, 1999). Su razón de ser recae en el principio de neutralidad, lo cual quiere decir que, para el empresario, el impuesto no será un costo ni gasto, debido a que se reembolsa por medio del crédito fiscal (Villanueva, 2023, p.15). Por lo tanto, el verdadero contribuyente de este será el consumidor final de los bienes o servicios que se consuman.



Esto demuestra que, si bien no todos los países han podido llegar a un acuerdo para establecer un impuesto en común, algunos de estos han decidido seguir avanzando con el objetivo de esclarecer y desarrollar lo que espera la OCDE.

3.1 DECRETO LEGISLATIVO N.º 1623: MODIFICACIÓN DE LA LEY DEL IGV E ISC RESPECTO A LA UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DIGITALES EN EL PAÍS E IMPORTACIÓN DE INTANGIBLES

Como se mencionó en el primer capítulo, con el pasar de los años, se ha ido desarrollando poco a poco la economía digital, a tal punto de que se ha convertido en una necesidad para varios países el regular las normas tributarias a este tipo de negocios. En la normativa, se señala como gravada la prestación de servicios en el país; por lo tanto, el servicio que brindan las plataformas digitales como Netflix cumple con lo señalado. Por consiguiente, a inicios del año 2024, el superintendente de SUNAT declaró que ya se había informado sobre la necesidad de regular el cobro de este impuesto. Tiempo después, mediante la Ley N.º 32089, el Congreso delegó las facultades al Poder Ejecutivo para “establecer el mecanismo de recaudación del IGV por aquellas operaciones realizadas con proveedores o intermediarios de bienes y servicios no domiciliados en el marco de la economía digital y adaptar la regulación del impuesto” (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 10). El 4 de agosto de 2024 se publicó finalmente el Decreto Legislativo N.º 1623, en el cual se señalan los contribuyentes de este impuesto, el mecanismo de recaudación y los supuestos.

Este Decreto Legislativo N.º 1623 define como contribuyentes a las personas naturales sin negocio que hagan uso en el país de servicios digitales prestados por no domiciliados y, además, aclara que no es necesario que el servicio sea brindado de manera habitual. Para esto, se aclara que se considerará como que el servicio se consume en el país siempre y cuando el usuario tenga

su residencia habitual en el país. La norma establece, además, que para definir la residencia habitual se considerarán los siguientes aspectos: la dirección IP, el SIM, que el pago sea realizado con tarjetas provistas por el sistema financiero peruano y el domicilio que se registre ante el proveedor. Con solo cumplir uno de esos aspectos, ya cumplirían con esa habitualidad y haría al ciudadano un contribuyente de este impuesto.

A continuación, el Decreto Legislativo menciona cuáles son los servicios que cataloga como servicios digitales y, además, aclara que como primer requisito está el hecho de que estos deben ser puestos a disposición del usuario a través de internet (o cualquier otra red) y que se caractericen por ser automático y no ser posible en la ausencia de la tecnología de la información (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 5). Una vez considerado esto, se establecen los tipos de servicios que entrarán en esta clasificación.

En primer lugar, se menciona lo siguiente: “El acceso y/o transmisión en línea de imágenes, series, películas, documentales, cortometrajes, videos, música y cualquier otro contenido digital, a través de la tecnología streaming u otra tecnología” (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 5). En esta categoría, entrarían plataformas como la ya mencionada anteriormente, Netflix, además de otras de gran popularidad como Disney +, Max, Apple TV, entre otros. Luego, añaden que también será considerado como un servicio digital el almacenamiento de información en la red. Siguiendo esta premisa, los servicios de almacenamiento en la nube que ofrece Google (Drive) o Apple (iCloud) serían gravados con este impuesto. Como tercer punto, se menciona que “el acceso a redes sociales y/o la provisión de contenido

o funciones adicionales en estas” (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 5). Si bien muchas redes sociales populares son de acceso gratuito, algunas han optado por ofrecer una serie de servicios premium. Por ejemplo, LinkedIn, red social enfocada al uso empresarial, ofrece una suscripción premium en la que incluye la posibilidad de acceder a funciones especializadas que la opción básica (gratuita) no brinda (LinkedIn, s.f.). Esta suscripción premium entraría en la definición de servicio digital que nos provee el Decreto Legislativo; por lo tanto, estaría gravado.

Otro servicio que califica como gravado según el Decreto Legislativo N.º1623 sería el brindado por periódicos o revistas en línea (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 5). Por ejemplo, uno de los periódicos más populares es el New York Times, debido a su alto nivel de fiabilidad. En su página web, ofrecen la posibilidad de acceder a su contenido previo pago de una suscripción; por lo tanto, encajaría en la definición proporcionada por la norma.

Además, el Decreto Legislativo menciona que también se considerarán como gravados los servicios de conferencia remota (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 5). Este fue uno de los servicios más consumidos durante la pandemia del coronavirus, ya que, en el Perú, como en muchos otros países, el Gobierno optó por el aislamiento social obligatorio. Una de las plataformas más populares es Zoom, y bajo la premisa de la nueva normativa acerca del cobro del IGV, su uso estaría gravado por este mismo. Como último punto, el Decreto Legislativo añade a “la intermediación en la oferta y la demanda de bienes o servicios” (Presidencia de la República del Perú, 2024, p.5) como gravado bajo este impuesto. Esto

da a entender que plataformas como Airbnb o Rappi estarían realizando una actividad gravada con este impuesto.

Por otro lado, el Decreto Legislativo N.º1623 habla también sobre los mecanismos de recaudación de este impuesto. En primer lugar, se menciona que, cuando el usuario del servicio sea una persona natural sin negocio, el sujeto no domiciliado que presta el servicio digital actuará como agente de retención. Además, se menciona que estos deberán inscribirse al RUC; sin embargo, no será necesario que fijen un domicilio en el país, ni que el representante tenga un domicilio en el país. Asimismo, su inscripción no implicaría constituir un establecimiento permanente en el país (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 5).

Para realizar la retención o percepción, se mencionan dos supuestos. El primero sería que se usa el servicio digital y no implica una intermediación en la oferta y demanda de una operación. En este caso, el proveedor percibirá el 18% del total del valor de venta y la retención se dará en el momento del cobro. En el segundo supuesto, cuando el sujeto no domiciliado ejecute el servicio de intermediación, este actuará como un agente de percepción del impuesto que le corresponderá pagar al adquirente, y actuará como agente de retención del impuesto que le corresponda pagar al prestador o vendedor de la operación (Presidencia de la República del Perú, 2024, p. 6).

Una vez realizada la retención o percepción, los sujetos no domiciliados tendrán que presentar la declaración y, además, efectuar el pago del impuesto retenido o percibido en cada mes. Para esto, tendrán un plazo de diez días hábiles a partir del siguiente mes de la retención o percepción. Asimismo, este podrá realizarse en dólares estadoun-

nidenses o moneda nacional. Sin embargo, una vez elegida la moneda a utilizar, la elección se mantendrá durante todo el año. Por otro lado, la Administración Tributaria podrá solicitar una declaración anual en la que se presente el detalle de las operaciones sujetas a retención o percepción (Presidencia de la República del Perú, 2024, p.6). No obstante, en caso el sujeto no domiciliado no llegue a inscribirse en el RUC, no presente las declaraciones o efectúe el pago por dos meses consecutivos o alternados, o no presente la declaración informativa anual en los plazos establecidos, el IGV será retenido por los sujetos facilitadores de pagos (Presidencia de la República del Perú, 2024, pp. 6-7).

De este modo, el Congreso de la República regula lo que es la aplicación y recaudación del IGV a los productos digitales mencionados anteriormente. Actualmente, su vigencia aún está pendiente. Si bien en una primera instancia se estableció una primera fecha, esta se ha postergado mediante el Decreto Legislativo, dando como fecha al 1 de diciembre de 2024. A pesar de esto, se ha observado que esta reglamentación aún tiene algunos puntos que requieren de revisión antes de que pueda ser aplicada de manera efectiva.

4. ¿QUÉ LE FALTA A LA TASA NETFLIX?

4.1. CRÍTICA Y REFLEXIONES AL DECRETO LEGISLATIVO N.º 1623

La implementación de la Tasa Netflix en Perú, aunque busca adaptar el sistema tributario a la economía digital, carece de claridad en su(s) mecanismo(s) de aplicación: los procedimientos no se explican a detalle en los diversos decretos y actualizaciones que

se han emitido desde su promulgación el 4 de agosto del 2024, con el Decreto Legislativo N.º 1623. Desde un primer momento, e incluso con anterioridad, la forma en que se gravarán este tipo de servicios ha sido de interés empresarial como para el público consumidor. Hoy, tras la publicación de la norma y reglamento, aún genera confusión en los usuarios, en los no domiciliados y en aquellos sujetos facilitadores de pago.

Uno de los principales problemas es la dificultad de fiscalización y el control efectivo sobre las plataformas no domiciliadas. El Decreto Legislativo N.º1623 menciona que todo no domiciliado tiene que realizar su registro respectivo en el Registro Único del Contribuyente sin la necesidad de tener establecimiento permanente en el país, por lo que se le brinda ciertas facilidades a las diversas empresas. Sin embargo, partiendo de esa premisa, significa que la regulación actual depende de que estas empresas se registren en el país y declaren sus operaciones, pero, si no lo hacen, será complicado para la Sunat rastrear sus ingresos y aplicar sanciones. Cabe mencionar que no se está afirmando la imposibilidad de que lo ejecute, sino la complejidad de este procedimiento. La falta de especificaciones de los procedimientos podría llevar a una evasión o elusión del impuesto (Assereto, 2024), ya que las plataformas digitales podrían aprovechar estos vacíos legales y no reportar la información parcial o total sobre su recaudación de su actividad en el Perú.

Ahora bien, sin dejar de lado las medidas que se declaran en el Decreto Legislativo, se menciona que, de no cumplirse la obligación tributaria por parte del sujeto no domiciliado, mediante el Decreto Supremo se publicará la lista de estas empresas y se procederá con la retención mediante las

entidades financieras. Sin embargo, el reglamento posteriormente publicado mediante el Decreto Supremo N.º 157-2024-EF no ha esclarecido más sobre los lineamientos a seguir para estas entidades, pues lo poco que se pudo esclarecer al respecto en este decreto fue el hecho de que el Banco de la Nación también iba a ser considerado dentro del grupo de entidades financieras parte de este segundo mecanismo de recaudación, y su papel como Sujetos de Facilitadores de Pago no se ha hecho mayor mención. Aquí se reafirma la necesidad de que existía la prórroga de aplicación del Decreto Legislativo N.º 1623, pues, al mes de octubre, era imposible el inicio de la recaudación ante la falta de los lineamientos necesarios.

Otro aspecto es la falta de claridad sobre cómo se trasladará el costo del impuesto a los consumidores, pues, como se conoce, en caso del IGV es un impuesto que se sostiene en los consumidores finales. Sin lugar a duda, ha despertado la inquietud de los consumidores de este tipo de plataformas y productos respecto a lo que sucederá con los precios de este tipo de servicios. Por ello, aunque el Gobierno asegura que el impacto en los precios será mínimo, resulta preocupante cuáles serán las medidas que las empresas tomarán. Un 18% de IGV significa una reducción de ingresos para estas empresas, siempre que estas asuman el 100% de la carga tributaria, por lo que, para balancear tal peso, tendría que existir un incremento de precios. Como menciona la Dra. Lourdes Calderón, la pregunta sería si verdaderamente el Ejecutivo realizó un análisis costo-beneficio de esta norma (Gestionando Negocios, 2024), pues este vacío regulatorio pone en duda la equidad de la medida, ya que los consumidores podrían terminar asumiendo el costo total del impuesto cuando



El Decreto Legislativo N.º 1623

menciona que todo no domiciliado tiene que realizar su registro respectivo en el Registro Único del Contribuyente sin la necesidad de tener establecimiento permanente en el país, por lo que se le brinda ciertas facilidades a las diversas empresas.

el fin primero era gravar la actividad de las empresas no domiciliadas.

El Decreto Legislativo N.º 1623 y el Decreto Supremo N.º 157-2024-EF, que establecen el marco para gravar los servicios digitales en Perú, no detallan explícitamente las sanciones aplicables en caso de incumplimiento por parte de las plataformas digitales no domiciliadas, dado que el Decreto Legislativo N.º 1623 indica que las plataformas digitales no domiciliadas deben inscribirse en el RUC y cumplir con la declaración y pago del IGV correspondiente. Se puede entender que, a estas empresas, se les aplican las mismas obligaciones y sanciones que a cualquier otro contribuyente según el Código Tributario peruano. Sin embargo, al tratarse de un ámbito económico que por primera vez está legislando las determinaciones, su tratamiento, así como sanciones por incumplimiento o infracciones, deberían detallarse de mejor manera por las autoridades pertinentes, ya sea el Legislativo o el

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), dado que se le ha conferido al Ejecutivo el poder para reglamentar en materia de impuestos tienen ahí una tarea pendiente.

Por lo tanto, es recomendable que las plataformas digitales que operan en Perú se asesoren adecuadamente y cumplan con todas las obligaciones tributarias establecidas para evitar posibles sanciones y asegurar una operación conforme a la ley. Esta es una de las acciones que varias empresas han estado previendo, tal es el caso del CEO de Mercado Libre, Marcos Galperin, quien en el MeLi Experience, evento importante de e-commerce en América Latina, expresó su total disposición de contribuir y someterse a la legislación tributaria peruana, pues es como ha ido operando en los diversos países (RPP, 2024). De este modo, se puede observar que ya muchas de las grandes empresas extranjeras cuentan con un plan de operación en el que se prevé las responsabilidades tributarias, debido a que desarrollan sus operaciones en diversos territorios y, efectivamente, la legislación es distinta en cada país. Esto ha quedado bastante claro en la exposición de antecedentes y casos de otros países de Latinoamérica y Europa que se detalló previamente.

Aunque exista un sector empresarial responsable y con la disposición de seguir las reglas del juego, será un verdadero reto para la Sunat poder cumplir con la identificación del 100% de estas, puesto que, desde un primer momento, va a depender de su registro voluntario al RUC. Por otro lado, identificar su actividad en los medios digitales requerirá de un esfuerzo arduo de fiscalización y mejora de la plataforma y mecanismos que plantea Sunat, porque se trata de un primer paso y bastante atrasado sobre la economía digital. Finalmente, es necesario

que se esclarezcan las sanciones efectivas ante el incumplimiento de la norma, aunque ya se ha detallado que de no cumplirse la responsabilidad de manera directa por parte de las empresas, se concederá a las entidades financieras la responsabilidad de retención. Estas como intermediarias usuales de los pagos de los usuarios de los servicios digitales desempeñarán un papel importante para el correcto cumplimiento de la recaudación de este impuesto.

4.2. DESAFÍOS Y RECOMENDACIONES

Sobre la base del análisis que se ha podido desarrollar sobre el tema, en el que se ha contado con diversas fuentes como artículos de opinión, entrevistas a especialistas en la materia obtenidas de diversos medios de comunicación y difusión, en esta sección se exponen los principales desafíos y recomendaciones en la aplicación del gravamen del IGV. Asimismo, se entrevistó al contador público colegiado Javier Rosas Cuellar, magíster en Derecho Tributario y docente contratado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Por ello, para fines académicos, se nos han concedido los permisos respectivos del uso de esta información para el desarrollo de los juicios y conclusiones respectivas; así, este conjunto de fuentes ha permitido enriquecer el planteamiento de las propuestas a continuación.

Como ya se detalló en el apartado previo, existe un vacío legal en cuanto a las medidas de fiscalización y, por otro lado, ello genera ciertos inconvenientes o desafíos para lograr una eficiente recaudación en el corto plazo de la implementación de la normativa tributaria sobre el gravamen del IGV a productos digitales. Así, inicialmente,

se necesitaría contar con el registro (voluntario) de todas las Plataformas No Domiciliadas (en adelante, PND). Sin embargo, en cuanto a esta etapa de registro, para una correcta fiscalización de la misma se necesitaría una identificación previa de todo este grupo de empresas como es debido. Por lo tanto, sobre la base de esta premisa, uno de los primeros desafíos para la Administración Tributaria es la correcta y eficaz identificación de los contribuyentes en el extranjero. Si bien se podría considerar que las gestiones de este tipo de data ya se han realizado de manera previa a la promulgación de los diversos decretos, hasta el momento ni Sunat ni el Ejecutivo han dado informe sobre las redes que se han ido construyendo para el cumplimiento de los objetivos tributarios.

Por lo tanto, se enfatiza la necesidad de la Administración Tributaria de construir redes internacionales de apoyo y cooperación para lograr los objetivos tributarios, pues, tal como expresó el entrevistado CPC Javier Rosas, la cooperación internacional logrará superar desafíos como la identificación de las empresas extranjeras, verificación de las transacciones y la adaptación tecnológica (Comunicación personal, 3 de octubre de 2024). En esta misma línea, organizaciones internacionales como la OCDE y CEPAL apoyan y promueven la mejora de las relaciones internacionales para objetivos económicos de desarrollo, pues, ante una economía cada vez más digitalizada a nivel global, es necesaria la interconexión de información en materia fiscal.

Existen diversos países que ya cuentan con convenios bilaterales y multilaterales para diversas actividades económicas, así que para Perú resultaría muy ventajoso poder hacer uso de los convenios que

ya posee para mejorar los mecanismos a aplicarse. Si bien entender los modelos de negocio que aplican las PNDs resulta nuevo en la legislación tributaria del país, es preciso poder reducir aquella brecha digital y superar aquellas dificultades regulatorias mediante esfuerzos multilaterales (Da Silva & Nuñez, 2018). De este modo, se recomienda que la autoridad tributaria peruana (Sunat) establezca una base sólida de conexiones, en especial con aquellos países vecinos que ya vienen aplicando algún tipo de impuesto en dicha materia, pues son quienes ya han identificado a estas empresas.

Por otro lado, como también se ha desarrollado previamente, una de las partes más afectadas y con mayor incertidumbre acerca del gravamen a los servicios digitales como la importación de intangibles es toda la población peruana consumidora de este tipo de productos, debido a que, con la aplicación de la tasa del IGV, se espera una subida de las tarifas de los diversos productos digitales. Por lo tanto, cuál será el impacto de esta carga tributaria genera preocupación en los consumidores, puesto que, como se contextualizó en un principio, la transformación digital de hoy en día ha hecho una necesidad el empleo del internet y la tecnología en los diversos ámbitos de la vida de las personas.

De hecho, en el Perú, en promedio, hubo un aumento de conexiones de internet fijo de un 5.3% en el 2023 al respecto de un año anterior; y, en cuanto a rankings internacionales, si bien no se alcanzan los estándares de competitividad digital de regiones desarrolladas, se destaca dentro de la Alianza del Pacífico, ya que ocupa el tercer puesto y se encuentra en algunos pilares del Índice de Desarrollo del Ecosistema Digital (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico

[CEPLAN], 2023, pp. 17-25). Estas cifras demuestran que el Perú, efectivamente, va de la mano con la tendencia de transformación digital a nivel global, por lo que, ante tal realidad, la Dra. Lourdes Calderón hace énfasis en el uso de las herramientas digitales en la educación (Gestionando Negocios, 2024), pues, en un contexto donde la educación digital ha crecido exponencialmente, la normativa vigente podría permitir un tratamiento especial en este ámbito.

Al respecto, Calderón recomienda aplicar exoneraciones a plataformas digitales utilizadas en el ámbito educativo, tales como Zoom, Meet, Teams, entre otras, que son algunas de las muchas aplicaciones y plataformas que facilitan la educación desde la virtualidad (Gestionando Negocios, 2024). Como se recuerda, estas se hicieron más populares después de la pandemia del COVID-19, al punto de convertirse en una necesidad de uso habitual en estudiantes y docentes. Por lo expuesto, se coincide con la recomendación de la especialista, pues la creación de exoneraciones para estos productos no se alejaría a exoneraciones que ya han sido promulgadas y son vigentes en la actualidad.

Por un lado, los servicios educativos en general están exonerados del IGV, conforme a lo dispuesto en el inciso g del artículo 2 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas (Congreso de la República del Perú, 1999). En segundo lugar, mediante la Ley N.º 28086, conocida como la Ley de Democratización del Libro y Fomento de la Lectura, se exime del IGV a los libros y productos editoriales (Congreso de la República del Perú, 2003, artículo 19). En general, ambas leyes permiten y promueven el acceso al conocimiento y educación, propósito que también comparten las herramientas digitales usadas para fines

educativos. Por tanto, la exoneración del IGV a los servicios digitales educativos no solo sería un paso lógico en la evolución tributaria de la economía en el Perú, sino que también estaría alineada con el espíritu de las leyes mencionadas.

Definitivamente, el paso que se ha dado en materia tributaria respecto a la economía digital ha sido importante, pero queda mucho por delante, puesto que aún existen áreas críticas que requieren un análisis más profundo, como la necesidad de regulaciones específicas para plataformas no domiciliadas y el trato equitativo entre servicios tradicionales y digitales. Asimismo, el crecimiento del comercio electrónico (e-commerce) y los servicios digitales exige una respuesta normativa que no solo asegure una recaudación eficiente, sino que también incentive la innovación y el acceso a la tecnología. Además, será crucial crear un marco tributario flexible que se adapte a las demandas de la economía digital global.



Por un lado, los servicios educativos en general están exonerados del IGV, conforme a lo dispuesto en el inciso g del artículo 2 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas (Congreso de la República del Perú, 1999).

5. CONCLUSIONES

La Tasa Netflix, más que un gravamen a plataformas de *streaming*, como popularmente se piensa, representa ese gran paso de la legislación fiscal peruana sobre la economía digital, ya que no solo se trata de plataformas como Netflix, HBO o Spotify, sino que también se gravará con IGV aquellos intangibles como aplicaciones de descarga definitiva, o también servicios de almacenamiento en la nube, suscripciones a revistas digitales o descargas de libros o audiolibros, entre otros tipos de licencias, software o líneas de servicios que hoy en día se ofrecen en los medios digitales. De igual modo, se concluye que no se trata de una nueva tasa, sino de la ampliación, como bien se detalla en el Decreto Legislativo N.º 1623, de los conceptos gravables por la Ley del IGV e ISC. Así, a partir del 1 de diciembre, las empresas no domiciliadas deberán empezar a cumplir con las obligaciones detalladas en este decreto y lo reglamentado en la normativa complementaria.

Los modelos internacionales han brindado las pautas para una mejor orientación a países como el Perú que han tardado en la implementación de los lineamientos que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha ido brindando desde su propuesta del plan BEPS, el cual representa un hito al respecto de la regulación para la economía digital. Por lo tanto, el primer capítulo demuestra cómo la economía digital ha impulsado a los gobiernos, tanto en Europa como en Latinoamérica, a adaptar sus sistemas tributarios para gravar adecuadamente los servicios digitales. Mientras que algunos países europeos han enfrentado dificultades para implementar un Impuesto sobre Servicios Digitales (ISD) de manera unificada, otras naciones

en Latinoamérica han avanzado en la aplicación del IVA a estos servicios con resultados positivos. En este contexto, Perú ha comenzado a formalizar la tributación de la economía digital a través del IGV, siguiendo la tendencia de otros países de la región. Aunque esta medida es un avance significativo, aún se debe considerar implementar las mejoras necesarias.

El marco legal del IGV que se ha actualizado gracias al Decreto Legislativo N.º 1623 y las normas complementarias a este representa un paso importante en la modernización del marco tributario peruano, adaptándolo a las exigencias de la economía digital. Al establecer reglas para la aplicación del IGV sobre servicios digitales, como los proporcionados por plataformas no domiciliadas (Netflix, Disney+, Zoom, entre otras), el Perú busca garantizar una tributación justa de los servicios consumidos dentro de su territorio. Para ello, se espera que el Ejecutivo pueda dar mayor detalle sobre algunos vacíos observables dentro de la normativa.

Por otro lado, se concluye que la complejidad de la economía digital ha permitido observar ineficiencias dentro de la normativa tributaria peruana que ha dado lugar a la “Tasa Netflix”, lo cual ha generado que especialistas pongan en tela de juicio la reglamentación al respecto y los mecanismos planteados. Por un lado, la identificación de los sujetos no domiciliados representa el primer desafío para la Administración Tributaria, para lo cual se esperan las gestiones del caso y que esta establezca relaciones internacionales eficaces con la finalidad de obtención de información y la mejora de su labor de fiscalización. Por otro lado, es necesario que se explique a mayor detalle la labor que cumplirían las entidades bancarias en

la recaudación, pues es de interés para los diversos agentes económicos de esta actividad; uno de ellos son los consumidores. Del mismo modo, aún no se determinan cuáles serían las sanciones que se aplicarían en caso del incumplimiento de la obligación tributaria por parte de los no domiciliados. En conclusión, aún existen áreas que necesitan perfeccionarse y que deberían atenderse de inmediato para que la normativa pueda aplicarse de manera eficiente a partir de diciembre de 2024.

Finalmente, es importante mencionar que, si bien el Decreto Legislativo N.º 1623 establece reglas para la aplicación del IGV a los productos digitales mencionados,

queda pendiente su regulación en materia de impuestos directos, como es el caso del Impuesto a la Renta. Para ello, se podrá tomar en cuenta lo desarrollado en otros países y las propuestas de la OCDE, de tal forma que se logre su aplicación de manera efectiva. No obstante, este primer acercamiento a la tributación de la economía digital permitirá que la legislación tributaria peruana pueda abordar esto de manera más precisa en el futuro. Conforme el entorno digital siga evolucionando, será de suma importancia que las autoridades tributarias sigan trabajando en la actualización de la legislación tributaria, lo cual asegura una recaudación fiscal adecuada.

BIBLIOGRAFÍA

Allevato, G. & De Vito, A. (2021) Gravar la economía digital: ¿es un impuesto sobre los servicios digitales la solución adecuada? *Cuadernos de información económica*, (280). <https://www.funcas.es/articulos/gravar-la-economia-digital-es-un-impuesto-sobre-los-servicios-digitales-la-solucion-adecuada/>

Assereto, J. (26 de agosto del 2024). *El complejo sistema de recaudación de la "Tasa Netflix" y sus vacíos* [Actualización de estado]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/jassereto_impuestos-tributario-tasanetflix-activity-7227363845579706368-iWqp/?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

Bal, A. (18 de agosto de 2024). *Navigating VAT compliance for digital services in Latin America*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/aleksandrabal/2024/08/18/navigating-vat-compliance-for-digital-services-in-latin-america/>

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2023). *Transformación digital: panorama actual y principales perspectivas* [Documento de Trabajo]. Dirección Nacional de Prospectiva y Estudios Estratégicos. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5623538/4984523-ceplan-transformacion-digital-panorama-actual-y-principales-perspectivas.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021). *Las políticas fiscales en tiempos de pandemia: un análisis de la respuesta de los países de América Latina y el Caribe* [Texto de la publicación]. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/86757797-3f2d-465d-8aa1-251ff66f421f/content>

Comisión Europea. (2018). *Propuesta de directiva del Consejo relativa al sistema común del impuesto sobre los servicios digitales que grava los ingresos procedentes de la prestación de determinados servicios digitales* [Texto de la propuesta]. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018PC0148>

Congreso de la República del Perú. (2003) Ley N.º 28086. Ley de Democratización del Libro y Fomento de la Lectura. Publicado el 11 de octubre de 2003. https://www.bnp.gob.pe/documentos/proyecto_editorial/Ley-n-28086.pdf

Da Silva, F. & Núñez G. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0c2536f0-bacc-491b-81ff-330298b959f2/content>

Gestionando Negocios. (19 de septiembre de 2024). *Comentarios sobre la denominada Tasa Netflix* [Archivo de Vídeo] [Entrevista]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=2U3WuHcjbyw>

Guerra, H. (6 de marzo de 2024). ¿Qué tan digital es el consumidor peruano? *Arellano Marketing*. <https://arellano.pe/que-tan-digital-es-el-consumidor-peruano/#:~:text=El%20peruano%20sin%20duda%20est%C3%A1,horas%20y%20capacidad%20de%20compra>

Joratt, M. (2020). *Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Experiencias-internacionales-en-la-tributacion-de-la-economia-digital.pdf>

LinkedIn. (n.d.). *Diferencia entre las cuentas de LinkedIn gratuitas y las premium*. <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a539704/diferencia-entre-las-cuentas-de-linkedin-gratuitas-y-las-premium?lang=es>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2013). Plan de acción contra la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios, OCDE Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207813-es>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2015). *Proyecto OCDE/G-20 sobre la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios: Resúmenes de informes finales*. <https://www.economiahoycr.com/sites/default/files/2018-07/beps-resumenes-informes-finales-2015.pdf>

Presidencia de la República del Perú. (1999). Decreto Supremo N.º 055-99-EF. Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. Publicado el 15 de abril de 1999 y vigente desde el 16 de abril de 1999. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/>

Presidencia de la República del Perú. (2024). Decreto Legislativo N.º 1623. Decreto Legislativo que modifica la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo respecto a la utilización en el país de servicios digitales y la importación de bienes intangibles a través de internet. Diario Oficial El Peruano del 04 de agosto de 2024. <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1623>

RPPNoticias. (13 de agosto de 2024). *‘Tasa Netflix’: CEO de Mercado Libre opina sobre impuesto del Gobierno peruano* [Archivo de Vídeo] [Entrevista]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=vZNj9AH1Ao4>

Statista Research Department. (22 de mayo de 2024). Número de compradores de comercio electrónico en Perú desde 2017 hasta 2025. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/1270739/numero-de-compradores-de-comercio-electronico-en-peru/>

Triana, A. & Aragón, C. (2018). Acción 1 BEPS. Metodología aplicación en Colombia Economía Digital - Negocio Streaming - Caso Netflix. *Revista de Derecho Fiscal*, (13), 23-89. <https://doi.org/10.18601/16926722.n13.03>

Villanueva, W. (2023). *Fundamentos del impuesto general a las ventas* (n. 65). En *Lo esencial del derecho*. Fondo Editorial PUCP.

West, D. (2 de mayo de 2014). *The Evolution of Video Streaming and Digital Content Delivery*. Brookings Institution. https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/West_Evolution-of-VideoStreaming-and-Digital-Content-Delivery_Final.pdf

Zambrano, H., Arana, M. & Rodríguez, P. (2020). Análisis de la Acción 1 BEPS en la legislación fiscal federal mexicana a partir de 2020: Aspectos legislativos pendientes. *Diagnóstico FÁCIL Empresarial*

Finanzas Auditoria Contabilidad Impuestos Legal, (13), 5-12. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/522/5222557002/>

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