

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS
POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA
RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE
LA MOLINA AÑO 2020 Y 2021**

PRESENTADA POR
**MARIA FERNANDA OSTOS TOLEDO
ANGEL DANIEL PEREZ AMANZO**

ASESOR
ARLENE PRADO AYALA

TESIS

PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
TRIBUTACIÓN Y COMERCIO GLOBAL

LIMA – PERÚ

2022



CC BY

Reconocimiento

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR
EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA
RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA
AÑO 2020 Y 2021**

PRESENTADO POR:

MARIA FERNANDA OSTOS TOLEDO

ANGEL DANIEL PEREZ AMANZO

ASESOR:

MO. ARLENE PRADO AYALA

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

TRIBUTACIÓN Y COMERCIO GLOBAL

LIMA- PERÚ

2022

**INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR
EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN
TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA AÑO 2020 Y 2021**



ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

MO. Arlene Prado Ayala

MIEMBROS DEL JURADO:

PRESIDENTE:

Dr. Juan Amadeo Alva Gómez

SECRETARIA:

Dr. Maria Eugenia Vásquez Gil

MIEMBRO DEL JURADO

Dr. Alonso Rojas Mendoza





Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios y a nuestras queridas familias por su amor y apoyo incondicional.



Agradecimiento

A las autoridades de la Universidad de San Martín de Porres y a los docentes del Curso de Titulación por su orientación profesional.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
TÍTULO.....	ii
ASESOR Y MIEMBRO DE JURADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xx
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	1
1.1.1. Delimitación de la Investigación.....	6
1.1.1.1. Delimitación Espacial	6
1.1.1.2. Delimitación Temporal	6
1.1.1.3. Delimitación Social	6
1.2. Formulación del Problema	7
1.2.1. Problema General	7
1.2.2. Problemas Específicos.....	7
1.3. Objetivos de la Investigación	8

1.3.1. Objetivo General	8
1.3.2. Objetivos Específicos.....	8
1.4. Justificación de la Investigación	9
1.4.1. Importancia.....	9
1.4.2. Viabilidad de la Investigación	10
1.5. Limitaciones	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	11
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	11
2.1.2. Antecedentes Internacionales	16
2.2. Bases Teóricas	22
2.2.1. Marco Legal	22
2.2.2. Marco Conceptual	27
2.3. Definiciones de Términos Básicos (Glosario).....	32
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	34
3.1. Hipótesis General.....	34
3.2. Hipótesis Específicas.....	34
3.3. Operacionalización de Variables	35
3.3.1. Variable Independiente.....	35
3.3.2. Variable Dependiente.....	36
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	37
4.1 Diseño Metodológico	37

4.1.1 Tipo de investigación.....	37
4.1.2 Método.....	38
4.1.3 Enfoque.....	38
4.1.4 Estrategia de procedimiento de la contrastación de hipótesis.....	39
4.2. Población y Muestra.....	39
4.2.1 Población.....	39
4.2.2 Muestra.....	40
4.3 Técnicas de recolección de datos.....	41
4.3.1 Descripción de métodos, técnicas e instrumentos.....	41
4.3.2 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.....	41
4.4 Técnicas para el procesamiento de la información.....	43
4.5. Aspectos Éticos.....	43
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	45
5.1 Presentación.....	45
5.2 Interpretación de resultados.....	46
5.3 Contrastación de hipótesis.....	73
5.3.1 Hipótesis General.....	74
5.3.2 Hipótesis Específica (a).....	79
5.3.3 Hipótesis Específica (b).....	85
5.3.4 Hipótesis Específica (c).....	90
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	96
6.1 Discusión.....	96

6.2 Conclusiones.....	101
6.3 Recomendaciones	102
FUENTES DE INFORMACIÓN	105
ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	111
ANEXO N° 02: ENCUESTA.....	112
ANEXO N° 03: ALFA DE CRONBACH.....	120
ANEXO N° 04: GRÁFICO CHI CUADRADO.....	121



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de procesamiento de casos - SPSS	42
Tabla 2. Estadística de fiabilidad – SPSS.....	42
Tabla 3. Estadística de fiabilidad – Realizada en Excel	43
Tabla 4. Recaudación del IGV por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados y su beneficio para la inversión Pública	46
Tabla 5. Congreso de la República y los cambios en la Ley del IGV a los servicios de streaming	48
Tabla 6. SUNAT y la implementación de un mecanismo de recaudación del IGV a los servicios de streaming prestados por no domiciliados	50
Tabla 7. Entidades financieras que cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming	52
Tabla 8. Las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y asumir IGV para no afectar en el precio del servicio	54
Tabla 9. Cantidad de suscriptores y su variación significativa con el aumento de precio entre 5 a 10 soles	56
Tabla 10. Aplicación del IGV a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas	58
Tabla 11. Las empresas no domiciliadas de servicios de streaming y su beneficio de vacíos legales.....	60
Tabla 12. Difundir y promover los beneficios de la regulación tributaria de los servicios de streaming y la mejora en la cultura tributaria..	62
Tabla 13. La elusión de IGV en los servicios de streaming y su competencia desleal entre las empresas nacionales	64
Tabla 14. Los servicios de streaming gravados con el IGV y el cambio en la calidad del servicio	66
Tabla 15. El usuario final y la empresa no domiciliada deben asumir el pago compartido del IGV	68

Tabla 16. Aplicación del IGV a los servicios de streaming y la afectación al usuario final.....	70
Tabla 17. El beneficio para la Recaudación tributaria que se graven con IGV los servicios de streaming	72
Tabla 18. Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito La Molina año 2020 y 2021 Valores Observados.....	76
Tabla 19. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla 18	77
Tabla 20. Resumen de procesamiento de casos	78
Tabla 21. Tabla cruzada Ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas - Recaudación Tributaria	78
Tabla 22. Pruebas de chi-cuadrado	78
Tabla 23. La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducen la elusión tributaria – Valores Observados	81
Tabla 24. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla 23	82
Tabla 25. Resumen de procesamiento de casos - SPSS	83
Tabla 26. Tabla cruzada Reforma Tributaria - Elusión Tributaria.....	83
Tabla 27. Pruebas de chi - cuadrado	84
Tabla 28. La falta de mecanismos de recaudación de impuestos a los servicios de streaming afectan la equidad tributaria – Valores Observados	87
Tabla 29. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla 28	87
Tabla 30. Resumen de procesamiento de casos	88
Tabla 31. Tabla cruzada Mecanismos de Recaudación - Equidad Tributaria.....	88
Tabla 32. Pruebas de chi - cuadrado	89

Tabla 33. La demanda de usuarios de los servicios de streaming se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas – Valores observados.....	91
Tabla 34. Valores esperados calculados a partir de los datos observados e en la Tabla 33	92
Tabla 35. Resumen de procesamiento de casos	93
Tabla 36. Tabla cruzada Demanda de Usuarios - Impuesto General a las Ventas.....	93
Tabla 37. Pruebas de chi - cuadrado	94



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Número de suscriptores de Netflix.....	2
Gráfico 2. Número de suscriptores a plataformas de video	4
Gráfico 3. Recaudación del IGV por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados y su beneficio para la inversión Pública.....	47
Gráfico 4. Congreso de la República y los cambios en la Ley del IGV a los servicios de streaming	49
Gráfico 5. SUNAT y la implementación de un mecanismo de recaudación del IGV a los servicios de streaming prestados por no domiciliados.....	51
Gráfico 6. Entidades financieras que cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming	53
Gráfico 7. Las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y asumir IGV para no afectar en el precio del servicio	55
Gráfico 8. Cantidad de suscriptores y su variación significativa con el aumento de precio entre 5 a 10 soles.....	57
Gráfico 9. Aplicación del IGV a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas	59
Gráfico 10. Las empresas no domiciliadas de servicios de streaming y su beneficio de vacíos legales.....	61
Gráfico 11. Difundir y promover los beneficios de la regulación tributaria de los servicios de streaming y la mejora en la cultura tributaria.....	62
Gráfico 12. La elusión de IGV en los servicios de streaming y su competencia desleal entre las empresas nacionales	64
Gráfico 13. Los servicios de streaming gravados con el IGV y el cambio en la calidad del servicio	66
Gráfico 14. El usuario final y la empresa no domiciliada deben asumir el pago compartido del IGV.....	68

Gráfico 15. Aplicación del IGV a los servicios de streaming y la afectación al usuario final..... 70

Gráfico 16. El beneficio para la Recaudación tributaria que se graven con IGV los servicios de streaming 72



RESUMEN

Por medio de la presente tesis titulada **“INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA AÑO 2020 - 2021”**, se desarrolla el tratamiento del impuesto general a las ventas (IGV) sobre este tipo de servicios digitales, los cuales vienen eludiendo el impuesto hasta la actualidad, por lo que el Estado Peruano ha obtenido una nula recaudación.

El 27 de octubre del 2021, el Poder Ejecutivo presentó el Proyecto de Ley N° 583/2021-PE, solicitando facultades legislativas en materia tributaria y financiera con el fin de reactivar la economía peruana que sigue arrastrando los efectos negativos producidos por la pandemia COVID-19. Dentro de las propuestas señaladas, se mencionó la modificación de la norma tributaria para establecer un mecanismo de recaudación del IGV sobre las operaciones relacionadas a la economía digital con empresas extranjeras. Si bien el proyecto se refiere a estos servicios de manera general, por las mismas declaraciones del Exministro de Economía y Finanzas Pedro Francke, se conoce que se enfoca a las plataformas de streaming como Netflix, Spotify, HBO Premium, etc. En diciembre del 2021, el Congreso aprobó de manera parcial el mencionado proyecto de ley y lo referido al tema en cuestión, fue rechazado.

Por lo expuesto en el anterior párrafo, queda claro que la legislación tributaria en el Perú relacionada a la economía digital se encuentra pendiente de actualización. En la última década, el auge de los servicios de streaming de sujetos no domiciliados ha sido notorio, sin embargo, el Estado no ha recibido ningún tipo de beneficio de estos servicios que han sido consumidos por usuarios, los cuales son personas naturales, de forma masiva en territorio nacional.

El principal objetivo de la presente investigación es determinar el impacto de los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas con respecto a la recaudación tributaria, utilizando una muestra de la población del distrito de La Molina en la ciudad de Lima, sobre los años 2020 y 2021 (período de pandemia generado por el COVID-19). También, se plantearán posibles soluciones con la finalidad de aumentar la recaudación tributaria usando como referencia los mecanismos empleados en países vecinos como Ecuador, Chile y Colombia, y las recomendaciones de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos sobre la Economía Digital).

En enero del 2021, según un informe de Comex Perú (Sociedad de Comercio Exterior del Perú), se estima que las plataformas digitales podrían generar hasta US\$ 44 millones anuales, monto que deja de percibir nuestro país por el cobro de estos impuestos.

Por tal motivo, es urgente la necesidad de crear, facilitar y controlar el pago de la obligación tributaria que origina este tipo de servicios donde el usuario final son las personas naturales, es decir que no cuentan con RUC. Esto permite aumentar la base tributaria del IGV sin la necesidad de crear nuevos impuestos ni elevar las tasas de los tributos existentes, el cual es el camino más fácil, pero con peores consecuencias debido a que eleva la evasión tributaria y contribuiría a la piratería de estos servicios.

Palabras Claves: Servicios de Streaming, Recaudación Tributaria, Empresas no domiciliadas, Impuesto General a las Ventas (IGV), Elusión Tributaria, Reforma Tributaria, Usuarios Finales.

ABSTRACT

Through this thesis entitled "**INCOMES FROM STREAMING SERVICES PROVIDED BY NON-DOMICILED COMPANIES AND ITS IMPACT ON TAX COLLECTION IN THE DISTRICT OF LA MOLINA YEAR 2020 - 2021**", the treatment of the general sales tax (IGV) is developed. on this type of digital services, which have been avoiding the tax until now, for which the Peruvian State has obtained zero collection.

On October 27, 2021, the Executive Branch presented Bill No. 583/2021-PE, requesting legislative powers in tax and financial matters in order to reactivate the Peruvian economy, which continues to suffer from the negative effects produced by the pandemic COVID - 19. Among the proposals indicated, the modification of the tax regulation was mentioned to establish a mechanism for collecting VAT on operations related to the digital economy with foreign companies. Although the project refers to these services in a general way, due to the same statements by the former Minister of Economy and Finance Pedro Francke, it is known that it focuses on streaming platforms such as Netflix, Spotify, HBO Premium, etc. In December 2021, Congress partially approved the aforementioned bill and what referred to the subject in question was rejected.

Due to what was stated in the previous paragraph, it is clear that the tax legislation in Peru related to the digital economy is pending updating. In the last decade, the rise of streaming services for non-domiciled subjects has been notorious, however, the State has not received any type of benefit from these services that have been consumed by users, who are natural persons, massive in national territory.

The main objective of this research is to determine the impact of streaming services provided by non-domiciled companies with respect to tax collection, using a sample of the population of the district of La Molina in the city of Lima, over the years 2020 and 2021 (pandemic period generated by COVID-19). Also, possible solutions will be proposed in order to increase tax collection using as a reference the mechanisms used in neighboring countries such as Ecuador, Chile and Colombia, and the recommendations of the OECD (Organization for Economic Cooperation and Development on the Digital Economy).

In January 2021, according to a report by Comex Peru (Peruvian Foreign Trade Society), it is estimated that digital platforms could generate up to US\$44 million annually, an amount that our country no longer receives due to the collection of these taxes. For this reason, there is an urgent need to create, facilitate and control the payment of the tax obligation that originates this type of services where the final user is natural persons, that is, they do not have a RUC. This makes it possible to increase the tax base of the IGV without the need to create new taxes or raise the rates of existing taxes, which is the easiest way, but with worse consequences because it increases tax evasion and would contribute to the piracy of these services.

Keywords: Streaming Services, Tax Collection, Non-Domiciled Companies, General Sales Tax (IGV), Tax Avoidance, Tax Reform, End Users.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la tesis abarca un tema importante cuyo título es: “**INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA AÑO 2020 - 2021**”. El trabajo guarda concordancia con la estructura establecida en el manual para la elaboración, desarrollo y presentación de la investigación comenzando con el planteamiento del problema y concluyendo con la discusión, conclusiones y recomendaciones, así como los anexos respectivos.

Para llevar a cabo el proceso de la investigación de manera eficiente se contempló seis capítulos:

Primer Capítulo: Comprende el planteamiento del problema desde la descripción de la realidad problemática, donde se permitió conocer acerca de los ingresos por servicios de streaming y su impacto en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina en los años 2020 y 2021. Además, se detallan las delimitaciones de la investigación en el aspecto espacial, temporal, social y conceptual por cada variable. Por otro lado, se realiza la formulación del problema general y específicos, objetivo general y específicos, la justificación, viabilidad y las limitaciones de la investigación.

Segundo Capítulo: Se desarrolló el marco teórico que consideró los antecedentes de la investigación, las bases teóricas con sus respectivas conceptualizaciones sobre los ingresos por servicios de streaming y la recaudación tributaria, las cuales fueron desarrolladas con el apoyo del material obtenido de los especialistas que mediante sus aportes enriquecieron el presente trabajo de investigación, así como la definición de términos técnicos.

Tercer Capítulo: Se formulan la hipótesis general y específicas, la operacionalización de la variable independiente y dependiente, las cuales se basan en la definición conceptual, los indicadores e índices de cada variable.

Cuarto Capítulo: Se considera el diseño metodológico, el tipo de investigación, los procedimientos de contrastación de hipótesis, la población, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las técnicas estadísticas para el procesamiento de la información y, por último, se plasmaron los aspectos éticos aplicados en la investigación.

Quinto Capítulo: Se muestran los resultados que se obtuvieron a través de los instrumentos de medición utilizados como las encuestas, los cuales se representaron en forma tabular y gráfica. Además, se realizó la interpretación de cada pregunta para una mayor comprensión y se culminó con la contrastación de las hipótesis a través de un análisis estadístico.

Sexto Capítulo: Comprende la discusión de las variables dependiente e independiente, las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos por medio de las encuestas.

Finalmente se presentan las fuentes bibliográficas y electrónicas, que sustentan la información del presente trabajo de investigación y, por último, los anexos correspondientes como la matriz de consistencia, cuestionario, alfa de Cronbach y gráfico chi cuadrado.



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

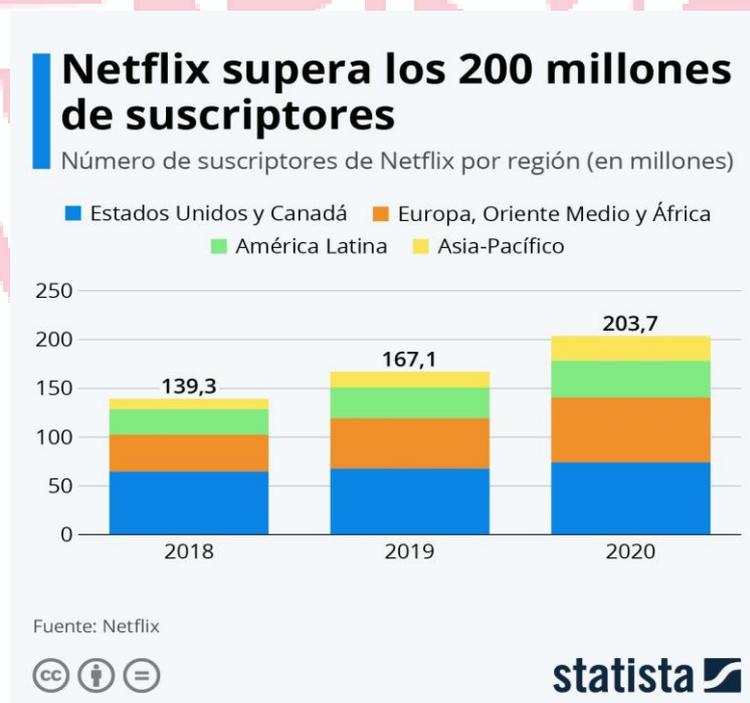
No es novedad que las innovaciones tecnológicas han causado el surgimiento de una serie de diversas plataformas digitales que brindan servicios de entretenimiento para el público en general en distintos países y el Perú no ha sido la excepción. Las plataformas más populares son aquellas que brindan el servicio de streaming, las cuales consisten en la difusión de contenido digital en tiempo real mediante una conexión a internet. Dichas plataformas son empresas que no se encuentran dentro del territorio peruano.

En el actual contexto, la pandemia COVID-19 sigue representando una amenaza que pone en peligro a millones de personas alrededor del mundo y genera incertidumbre en la economía global. Si bien es cierto, la declaración del aislamiento e inmovilización social obligatoria fue una decisión acertada desde la perspectiva sanitaria; con respecto al ámbito económico, esta medida impactó negativamente en diversos sectores económicos como turismo, restaurantes, transporte (aéreo y terrestre), construcción u otros.

Sin embargo, ciertos rubros experimentaron un efecto contrario a lo mencionado en el párrafo anterior. Uno de estos sectores fueron los servicios de streaming, quienes se vieron favorecidos con el incremento de la demanda de nuevos usuarios. Es decir, a raíz de la crisis sanitaria y debido a las medidas que tomó el Estado, las familias tuvieron que adaptarse a convivir más tiempo en sus hogares y dentro de las actividades más recurrentes fueron las de escuchar música, ver series y películas en las plataformas digitales debido a que sirven como un medio de entretenimiento y distracción para las personas.

A nivel global, los servicios de Streaming que se consumen casi a diario son Netflix, Spotify, HBO Premium, Disney Plus, entre otros, siendo Netflix la plataforma más popular. A continuación, se presenta un gráfico en donde se refleja el incremento de suscriptores de Netflix a lo largo de los últimos años.

Gráfico 1. Número de suscriptores de Netflix



Fuente: Statista

Como se puede observar en la imagen anterior, Netflix ha aumentado la cantidad de suscriptores entre los periodos 2018 y 2020, donde existe un crecimiento promedio de 82.5% entre cada año. Se puede concluir que, la pandemia no desaceleró esta tendencia debido a que en el periodo 2020, donde surgió el COVID-19, se mantuvo el crecimiento mostrado entre el 2018 y 2019. Con respecto a las regiones donde se utiliza el servicio, también se observa el aumento de la demanda en cada una de ellas, y Latinoamérica no es la excepción.

En cuanto a la cantidad de suscriptores, el aumento mostrado del 2019 - 2020 es mayor si se compara con el periodo 2018 - 2019, pues en el primer rango existió un aumento de 36,6 millones de suscriptores mientras que en el segundo rango mencionado se observa un aumento de 27,8 millones de suscriptores. Por lo cual, existe una diferencia de 8,8 millones donde se puede concluir que, a pesar de la pandemia, la cantidad de suscriptores se elevó en 2020.

Gráfico 2. Número de suscriptores a plataformas de video



Fuente: Statista

En Latinoamérica, según el gráfico de Statista (portal de estadística en línea alemán), para finales del 2020, Brasil se aproximó a los 20 millones de suscripciones a plataformas por servicios de streaming, mientras que México acumuló alrededor de 15 millones, siguiendo Argentina, Colombia y Perú con un aproximado entre 2 a 5 millones. En base a dicha información se proyecta que la demanda de los países mencionados en la imagen se incrementa con respecto al 2025, por lo que se prevé que la cantidad de suscripciones en México, Colombia y Perú aumenten en 87%, 88% y 98%, respectivamente.

Para Patrick O'Neill, cofundador de Sherlock Communications, afirma que: "Todo el mundo tenía en mente que los servicios de streaming serían populares en América Latina, pero nadie imaginó que a raíz de una pandemia dichas plataformas se volvieran más populares y crecieran más rápido de lo que se podría creer".

Con respecto al ámbito nacional, es importante mencionar que estos servicios de streaming son prestados por empresas no domiciliadas y por la falta de una correcta regulación e implementación de mecanismos de recaudación de los impuestos, nuestro país ha recaudado S/ 0.00 al 2021 con respecto al Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta. Esto genera una competencia desleal entre las empresas domiciliadas y las no domiciliadas que prestan servicios de streaming porque las primeras cumplen con sus obligaciones tributarias mientras que las últimas se encuentran en un escenario de elusión evidenciándose el incumplimiento del principio de igualdad tributaria.

Según el diario El Comercio (2020), señala que el 83% de peruanos contrató su primer servicio de streaming (ya sea Netflix, Amazon o Disney Plus) en el 2020. Además, según un estudio realizado a países de Latinoamérica, los resultados de los encuestados arrojaron que solo en nuestro país el 22% de peruanos están suscrito por lo menos a 4 plataformas diferentes. Por ello, en el Perú, los servicios de streaming son uno de los rubros más beneficiados por la pandemia.

A raíz de esta situación, surge la siguiente interrogante: ¿Cómo se debe realizar el tratamiento tributario de los servicios de streaming? Es una problemática importante en el caso de no domiciliados, pero sobre todo cómo se debería llevar a cabo en tiempos de pandemia.

Es importante señalar que el Perú, al igual que la mayoría de los países, ha sufrido una disminución significativa en la recaudación tributaria durante el 2020 y es urgente aumentar la recaudación en los siguientes periodos. El incremento del déficit fiscal por la emergencia sanitaria obliga a buscar nuevas fuentes de ingresos tributarios, por ende, las empresas que brindan el servicio de streaming ofrecen una oportunidad inmensa porque ayudaría a la recuperación del Estado.

1.1.1. Delimitación de la Investigación

1.1.1.1. Delimitación Espacial

El ámbito del estudio tomó en consideración a usuarios residentes en el distrito de La Molina que utilizan los servicios de streaming de empresas no domiciliadas.

1.1.1.2. Delimitación Temporal

El periodo que comprenderá el estudio corresponde a los periodos 2020 y 2021.

1.1.1.3. Delimitación Social

Las técnicas que se han utilizado como parte de la investigación se aplicaron a usuarios entre las edades de 25 a 30 años, pertenecientes al distrito de La Molina que se suscriben a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas.

1.1.1.4. Delimitación Conceptual

- **Servicios de Streaming**

Verizon Communications, compañía norteamericana global de banda ancha y telecomunicaciones, define qué: “Streaming se refiere a cualquier contenido de medios, ya sea en vivo o grabado, que se puede disfrutar en computadoras y aparatos móviles a través de Internet y en tiempo real.”

- **Recaudación Tributaria**

Según el artículo 55 del Código Tributario: “Es función de la Administración Tributaria recaudar los tributos. A tal efecto, podrá contratar directamente los servicios de las entidades del sistema bancario y financiero, así como de otras entidades para recibir el pago de deudas correspondientes a tributos administrados por aquella.”

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina año 2020 - 2021?

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿En qué medida la implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducirían la elusión tributaria?

- b) ¿Cómo la falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria?
- c) ¿De qué manera la demanda de usuarios de los servicios de streaming serían afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar si los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina año 2020 - 2021.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Evaluar en qué medida la implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducirían la elusión tributaria.
- b) Determinar si la falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria.
- c) Evaluar de qué manera la demanda de usuarios de los servicios de streaming serían afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.

1.4. Justificación de la Investigación

El desarrollo de la investigación responde al interés profesional por tratar de conocer de qué manera los ingresos provenientes de los servicios de streaming prestados por no domiciliados impactan en la recaudación tributaria durante los periodos 2020 - 2021 en el distrito de La Molina. Considerando que estos servicios no fueron afectados durante la emergencia sanitaria, mientras que nuestro país se vio afectado económicamente, lo cual produjo una baja recaudación tributaria. Por lo tanto, es necesario nuevas fuentes de ingresos tributarios y estos servicios brindan una oportunidad para el Estado de recuperar lo perdido en dichos años.

1.4.1. Importancia

El presente estudio tiene como finalidad analizar el tratamiento tributario actual de los servicios de streaming prestados por no domiciliados y su impacto en la recaudación tributaria si se implementa una correcta reforma tributaria y mecanismos de cobranza debido a la disminución significativa de recaudación tributaria desde el 2020, la cual representaría una gran ayuda para la inversión pública.

Se debe tomar en cuenta que el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), mediante el Proyecto de Ley N° 583/2021-PE (publicado el 27 de octubre del 2021), pretende realizar modificaciones a la Ley del IGV para que a través de mecanismos se incluya el cobro del impuesto a los servicios de streaming tomando como referencia la experiencia internacional. Con dicha medida, se pretende acabar con la desigualdad tributaria entre los contribuyentes domiciliados y los no domiciliados.

1.4.2. Viabilidad de la Investigación

El desarrollo del presente trabajo de investigación es viable ya que se contó con amplia información disponible y actualizada, así como el adecuado material bibliográfico y los medios necesarios para su ejecución y elaboración, contando con las asesorías de docentes expertos en la materia.

1.5. Limitaciones

La principal dificultad que se presentó fue en la recolección de datos a través de encuestas ya que nos encontramos con algunas restricciones propuestas por el Estado debido a la pandemia y no nos permitía tener contacto directo con los encuestados. Sin embargo, se superó dicha limitación al realizar las encuestas a través de un formulario virtual. Por lo que se podría concluir que no existieron limitaciones significativas que pudieran obstaculizar el desarrollo del estudio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Se llevó a cabo una minuciosa investigación a nivel postgrado de las Facultades de distintas universidades nacionales como internacionales, que guarden relación con el tema a investigar: **“INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA AÑO 2020 - 2021”**

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Cardaña (2019), Pontificia Universidad Católica del Perú, desarrolló la tesis titulada **“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”** para optar el grado académico de Magíster en Derecho Tributario, donde se resume lo siguiente:

El autor con su investigación tiene como objetivo analizar el tratamiento tributario del IGV sobre los servicios digitales prestados por empresas no domiciliadas, tomando como referencia UBER, NETFLIX, SPOTIFY, AIRBNB, OPEN ENGLISH, entre otros, los cuales son consumidos por personas naturales. Por la prestación de dichos servicios se realiza un pago utilizando como intermediarios a las diferentes entidades bancarias.

Debido a que estos servicios son prestados a través de plataformas digitales extranjeras para personas que no realizan ninguna actividad empresarial y que nuestro país, hasta la fecha, no obtiene recaudación del IGV. El autor propone la implementación de modificaciones en la Ley del IGV y de un mecanismo de cobranza sobre los servicios digitales prestados por empresas no domiciliadas a consumidores finales en el Perú, tomando como referencia el plan de Acción 1 BEPS.

En conclusión, la presente tesis aportó en nuestra investigación, debido a que tomando en cuenta lo complejo de la economía digital y el problema que este genera con respecto a la recaudación de algunas operaciones que no fueron tomadas en cuenta al momento de crear las normas tributarias, es necesaria la actualización en nuestro sistema tributario con la finalidad de aumentar la recaudación de impuestos, tomando de referencia lo aplicado en otros países y de esa manera se está cubriendo los vacíos legales existentes en nuestra Ley y de esa manera reducir la elusión tributaria. Por otro lado, teniendo como referencia lo citado anteriormente, la OCDE tomó la decisión de invitar al Perú y otros países a realizar la actualización de sus respectivas legislaciones debido al crecimiento y desarrollo de la economía digital.

Castillo (2020), Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, desarrolló la tesis titulada **“Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018”** para optar el grado académico de Maestro en Ciencias - Tributación y Asesoría Fiscal, donde se resume lo siguiente:

La investigación de referencia se desarrolló con la finalidad de determinar de qué forma la ausencia de regulación de los servicios prestados por no domiciliados a través de plataformas digitales a personas naturales influyen en la recaudación tributaria. A través de las encuestas y entrevistas realizadas a especialistas en materia de tributación y el análisis a normas internacionales, el autor concluye que, en la actualidad, nuestra entidad encargada de la recaudación y fiscalización de tributos - SUNAT, aún no cuenta con un mecanismo de recaudación, lo cual genera dificultad en el control de estas empresas no domiciliadas. En las normas tributarias (tales como Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas) de nuestro país, no se encuentra contemplado la regulación de dichos servicios, lo cual afecta negativamente el Estado, pues deja de percibir aproximadamente S/ 101,738,930.00.

La presente tesis aportó en nuestra investigación, debido a que estamos de acuerdo con el autor en que, si las empresas no domiciliadas que prestan servicios a través de plataformas digitales se detectan de manera acertada y se identifican sus obligaciones tributarias, esto repercutirá positivamente en la recaudación tributaria.

Nuestra investigación propone la implementación de un mecanismo de recaudación tomando como referencia lo propuesto en otros países y teniendo como aliado a las entidades financieras, lo más conveniente sería aplicar una retención al momento de realizar el pago mediante medios de pagos electrónicos tales como tarjeta de débito y crédito. Por otro lado, la entidad encargada para plantear el modelo es la SUNAT, de ser gravados y regulados con los impuestos del IGV e Impuesto a la Renta, los servicios digitales prestados por empresas no domiciliadas representarían una mayor recaudación tributaria para el estado y de tal forma siendo beneficioso para la inversión pública.

Ayala y Cáceres (2018), Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC, desarrolló la tesis titulada **“Reforma Tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017”** para optar el título académico Licenciado en Contabilidad, donde se resume lo siguiente:

El desarrollo de la investigación de referencia se dio con la finalidad de realizar un análisis a los probables cambios que se deben aplicar en las reformas tributarias de nuestra legislación, con respecto a los servicios digitales de audio y vídeo de streaming utilizados por personas naturales en el Perú. De tal manera, demostrar que de ser aplicados estos cambios servirían de gran beneficio para el incremento de los ingresos recaudados por la Administración Tributaria. Por otro lado, para la investigación se tomó en consideración las diferentes adaptaciones a las legislaciones de países como Argentina, Chile y Colombia basándose en las acciones del Plan BEPS, teniendo como orientación dichas referencias se puede analizar si es viable la aplicación en nuestro país.

La presente tesis es relevante para nuestra investigación, teniendo como referencia que los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas aún no se encuentran gravados por el Impuesto General a las Ventas en nuestro país, es que, a través de nuestra investigación, se proponen las modificaciones correspondientes que se deberían realizar a la ley del IGV y de esta manera, proponer que sea aplicado el impuesto al prestador de servicio o al usuario final correspondiente.

Por otro lado, se propone gravar de dichos servicios, tomando como ejemplo la información de otros países, en donde el impuesto a los servicios de streaming ya han sido aplicados y han beneficiado a su recaudación tributaria. Al ser gravados estos servicios, se invertirá lo recaudado en la recuperación económica del Estado, generado por la pandemia Covid-19 y la implementación en la inversión pública, en donde se mejore la calidad en los servicios básicos para la población.

Por último, a través de la investigación citada anteriormente, se dio a conocer que nuestro país solo cuenta con 8 CDIs (Convenios de Doble Imposición) vigentes, faltando acuerdos con otros importantes socios tales como Estados Unidos de América, España, entre otros.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Pacheco (2018), Universidad de Chile, desarrolló la tesis titulada “**Lineamiento OCDE para la tributación de la economía digital**” para optar el grado académico de Magíster en Tributación, donde se resume lo siguiente:

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en los últimos años, al querer reducir la elusión tributaria presente en todos los países donde se consumen servicios relacionados a la economía digital, ha desarrollado un Plan de Erosión de la base imponible y traslado de beneficios (BEPS) donde se explican las 15 acciones que los países deberían implementar en sus legislaciones para evitar que las multinacionales se aprovechen de los vacíos legales para obtener beneficios y/o ventajas como la reducción significativa o eliminación de la base imponible a pagar por conceptos de obligaciones tributarias. También, existe el esquema fiscal donde se trasladan las utilidades empresariales a países donde se presenta una baja o nula imposición, el cual es muy tentativo para diversas empresas que ven la oportunidad de un ahorro de gastos. Dentro de las 15 acciones del Plan BEPS, la primera de ellas se trata de la “Economía Digital”, en cual se puede sintetizar en la intención de gravar a la actividad digital en el mundo en coordinaciones con otras acciones del Plan debido a que se interrelacionan para poder ejecutarlo con éxito.

En Chile, en el 2017, se anunció que el gobierno de Sebastián Piñera (el cual comenzó en marzo 2018) impondría el IVA sobre las plataformas digitales como Netflix, Spotify, Amazon, entre otros, con la finalidad de establecer la igualdad tributaria entre todos los contribuyentes y aplicar el Plan BEPS. El Servicio de Impuestos Internos (SII), entidad fiscalizadora de los tributos en Chile, reconoció que existía una dificultad para gravar con IVA a dichos servicios bajo la normativa de dicho impuesto debido a que no poseen un establecimiento permanente en el país. Por lo tanto, Chile propuso un impuesto que se recaude al momento del pago de la suscripción por el usuario final, pues realizarlo sobre cada vez que este consume el servicio sería ineficiente y poco controlable.

La tesis citada concluye en que todos los países deben aprovechar la oportunidad de que los mercados están confiando de manera progresiva en la economía digital y establecer los adecuados sistemas tributarios enfocándose en los impuestos indirectos donde existe mayor rapidez de cobro y ahorro de gastos.

Consideramos que el aporte de la presente tesis es importante porque el contexto de dicha investigación se dio cuando aún no se gravaba con IVA en Chile a las plataformas digitales (año 2018), el cual es la misma situación en la que se encuentra Perú en el 2022. Chile observó una oportunidad y desde junio del 2020, decidió aprovecharla y se empezó a gravar con IVA estos servicios digitales con la finalidad de que existan las mismas condiciones entre las empresas domiciliadas y las no domiciliadas, además del aumento en la recaudación tributaria.

Realizando la comparación de dicha situación chilena con el contexto peruano actual, es alarmante como nuestro país no ha tomado acciones sobre la economía digital en tantos años desde su aparición y, con la aparición del COVID-19 en el mundo, es imperiosa la implementación del IGV sobre las plataformas digitales debido a las grandes necesidades económicas en las que se encuentra el país tras la pandemia. Es importante mencionar que el sistema tributario de todos los estados debe adaptarse a las nuevas tecnologías mediante definiciones y procedimientos claros para garantizar la seguridad jurídica y simplificar el Sistema Tributario.

Otoya y Llamas (2017), Pontificia Universidad Javeriana - Colombia, desarrolló la tesis titulada “**La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos**” para optar el grado académico de Abogado, en el cual se resume lo siguiente:

La evolución del comercio a nivel mundial ha impactado de manera positiva a vendedores y consumidores porque, en la actualidad, existe una comunicación entre ambas partes independientemente del lugar donde se encuentren. Esto es producto de los avances tecnológicos que han desarrollado nuevos productos y/o servicios, los cuales se caracterizan al ser 100% digitales. Por lo tanto, los sistemas tributarios de los países se enfrentan a una rápida y necesaria adaptación respecto a la economía digital, pues esta consiste, en que, por medio de redes interrelacionadas entre equipos de alta tecnología, los cuales se encargan de prestar los servicios entre proveedor y cliente sin la necesidad de la presencia física y la ausencia de un bien tangible.

Sin embargo, respecto a la tributación, se han generado serios problemas como la dificultad en controlar estos servicios, determinar el lugar donde se consume el servicio, actualizar conceptos tributarios, implementar mecanismos de recaudación de impuestos, entre otros.

En Colombia, se planteó como una solución viable la creación de un concepto denominado establecimiento permanente virtual, en el cual prioriza la presencia virtual sobre la física para la determinación de la imposición sobre el impuesto a la renta y elimina el concepto clásico del lugar fijo de negocios. Además, según la OCDE, se debe establecer el principio de destino sobre el principio de fuente en la economía digital. Esto es importante debido a que Colombia es uno de los países más comprometidos con la cooperación internacional en el intercambio de información, regulación de los nuevos modelos de negocio y apoyo en la innovación tecnológica para el desarrollo de su economía con el fin de buscar soluciones y facilitar la implementación de medidas fiscales.

El aporte del autor colombiano es valioso porque se enfoca en los problemas que se enfrentaba dicho país antes de implementar el IVA sobre la economía digital. Podemos concluir en que la evolución digital ha superado a los países y sus sistemas tributarios respecto al tiempo, por ello, resulta difícil regular de manera inmediata a estos servicios en cualquier país debido a que sufren de constantes actualizaciones en la forma de prestar el servicio.

Consideramos que nuestro país debe seguir el lineamiento planteado por la OCDE y acelerar la implementación de la regulación del IGV sobre la economía digital porque nos acercará a ser considerados como miembros plenos en dicha entidad internacional y aumentará la recaudación tributaria en este difícil contexto donde el Estado ha desembolsado gran cantidad de recursos económicos para contrarrestar la pandemia por el COVID-19.

Es importante mencionar que, desde julio del 2018, en Colombia se grava las operaciones de la economía digital, la cual dio como primer resultado en el primer semestre de 12 millones de dólares.

Castillo y Holguín (2021), Universidad de Guayaquil, desarrolló la tesis titulada **“Análisis Tributario sobre el Impacto del Cobro del IVA a los Servicios Digitales”** para optar el grado académico de Ingeniero en Tributación y Finanzas, donde se resume lo siguiente:

El sistema tributario ecuatoriano ha experimentado grandes cambios desde la implementación del IVA en la Economía Digital, pues existían ciertos vacíos legales que no le permitían ejecutarlo y, por ende, no poder recaudar. Dichos servicios digitales de entretenimiento prestados por no residentes no tributaban en el territorio debido a que las reglas tributarias no regulaban el negocio electrónico y/o digital, lo cual provocaba un déficit en la recaudación tributaria y una competencia desleal entre domiciliados y no domiciliados. También, no regulaba el cobro de impuestos para el campo digital y no diferenciaba las transacciones ordinarias y digitales.

Entonces, desde el 16 de septiembre del 2020, en Ecuador se incluyó el impuesto al valor agregado (IVA) del 12% a los servicios digitales por lo que se incrementaron los precios del servicio, los cuales se visualizaron como un cargo independiente en la tarjeta de crédito o débito del usuario final. Estos cambios impactaron negativamente según los consumidores finales de dichos servicios por lo que el precio a pagar se elevó y también, porque gran cantidad de usuarios no se encontraban informados sobre el proceso del cobro del IVA a las plataformas digitales.

La presente tesis ecuatoriana concluye en que independientemente de que exista o no un impuesto sobre estos servicios, la mayoría de los usuarios han continuado suscritos a los servicios a pesar del aumento en el precio final, aunque siempre existirá un porcentaje que prefiere cancelar su suscripción antes que pagar más por ellas.

El aporte del presente trabajo de investigación fue crucial debido a que nos informó el efecto que tuvo la implementación del impuesto al valor agregado sobre los servicios digitales sobre los consumidores finales. Si bien un porcentaje de suscriptores decidieron no continuar con el servicio, este no fue un porcentaje significativo y al verificar el aumento de la recaudación tributaria por este concepto, podemos concluir que el efecto fue positivo al igualar las condiciones entre los contribuyentes domiciliados y no domiciliados.

Consideramos que el efecto en Perú sería similar porque para muchas familias se ha vuelto una actividad diaria ver series o escuchar música bajo estas plataformas digitales por lo que no optarían por cancelar la suscripción, pues el aumento del precio oscilaría entre los S/ 5.00 a S/ 9.00 y no sería un monto considerable para un gran porcentaje de peruanos. Además, sería ideal que la SUNAT realice campañas informativas para que todos los peruanos cuenten con la mayor cantidad de información sobre el sistema tributario que se proyecta aplicar.

2.2. Bases Teóricas

Se han tomado en consideración conceptos, teorías y definiciones desarrolladas por diferentes autores con la finalidad de enriquecer la presente investigación.

2.2.1. Marco Legal

Según el artículo 1 del Decreto Supremo **N.º 055-99-EF**, Texto único ordenado de la Ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo (en adelante, Ley del IGV), dicho impuesto grava las siguientes operaciones:

- La venta en el país de bienes muebles.
- La prestación o **utilización de servicios en el país.**
- Los contratos de construcción.
- La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de estos.
- La importación de bienes.

Entonces, comenzaremos desarrollando el concepto de “**servicios**”: De acuerdo con el primer párrafo del inciso c) del artículo 3 de la Ley del IGV, se define como:

“Toda prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último impuesto.”

Por lo expuesto en la anterior definición, no se puede aclarar si el servicio materia de la investigación se considera como tal, pues no hace referencia al domicilio del prestador del servicio.

El segundo y tercer párrafo del mismo inciso señalado en el párrafo anterior, esclarece la definición, pues separa los servicios en dos clases según el domicilio del prestador del servicio de la siguiente manera:

- **Prestación de servicio:** Un servicio se considera que es prestado en el Perú cuando el proveedor del servicio es un domiciliado para efectos del impuesto a la renta, sin considerar donde se realice el pago del servicio o donde se firme el contrato entre las partes del hecho económico. Es importante mencionar que el cliente debe ser una persona domiciliada en nuestro país.
- **Utilización de servicios:** Un servicio es utilizado en Perú cuando el proveedor del servicio se considera como no domiciliado para efectos del impuesto a la renta y es consumido en nuestro territorio, sin considerar donde se realice el pago del servicio o donde se firme el contrato entre las partes del hecho económico.

Se puede concluir que los servicios de streaming prestados por una empresa extranjera a los usuarios finales peruanos califican como “utilización de servicios” porque el prestador del servicio se encuentra domiciliado en otro país y el servicio que brinda se consume en Perú por el usuario final al disfrutar de una película o serie mediante una plataforma como Netflix, Disney+, o al escuchar sus canciones favoritas en Spotify.

Según el numeral 9.1 del artículo 9 de la Ley del IGV, se señalan los sujetos del impuesto, en calidad de contribuyentes, las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividad empresarial que:

- Efectúen ventas en el país de bienes afectos.
- Presten en el país servicios afectos.
- **Utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados.**
- Ejecuten contratos de construcción afectos.
- Efectúen ventas afectas de bienes inmuebles.
- Importen bienes afectos.

En síntesis, cuando ocurre una utilización de servicios en nuestro país, donde la empresa extranjera presta el servicio a una empresa peruana, esta última será contribuyente del IGV y deberá pagar el impuesto al ser quien consume o emplea el servicio como contribuyente. Sin embargo, **¿Cómo sería el proceso cuando el servicio prestado por la empresa foránea es consumido directamente por una persona natural que no realiza actividad comercial?**

Como se puede verificar en la norma tributaria mencionada en los párrafos anteriores, no se indica un tratamiento tributario diferenciado en este caso, ni tampoco alguna excepción relacionada a los “servicios digitales”. En cambio, lo que si podemos asegurar es que el numeral 9.1 del artículo 9 de la Ley del IGV menciona que solo las **personas naturales que realizan actividad económica** son contribuyentes. Esto conlleva a la siguiente interrogante: **¿Los usuarios finales que no realicen actividad comercial que consumen el servicio de streaming, tales como Netflix y Spotify, y sean brindadas por empresas no domiciliadas son considerados como contribuyentes?**

La respuesta lógica e inmediata sería que no están dentro del alcance de la norma, por lo que se encontrarían inafectos al cobro de IGV. Empero, el numeral 9.2 del artículo 9 de la Ley del IGV, señala que tratándose de las personas naturales y jurídicas que **no realicen actividad empresarial**, serán sujetos del impuesto si importan bienes afectos al mismo o realicen las operaciones gravadas en el artículo 1 de la Ley del IGV de manera **“habitual”**.

Esto nos deriva a desarrollar el término de “habitualidad”, el cual se encuentra regulado en el primer párrafo del artículo 4 del Decreto Supremo N.º 29-94-EF, Reglamento de la Ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo (en adelante, Reglamento del IGV), el cual indica lo siguiente:

“Para calificar la habitualidad, la SUNAT considerará la naturaleza, características, monto, frecuencia, volumen y/o periodicidad de las operaciones a fin de determinar el objeto para el cual el sujeto las realizó.”

Luego, en el tercer párrafo del mismo artículo del Reglamento del IGV, se detallan dos requisitos que se deben cumplir en los servicios para que estos sean considerados habituales: que sean **onerosos** y sean **similares con los de carácter comercial**.

Por lo expuesto anteriormente, podemos concluir que un usuario final que no realiza actividad empresarial y utiliza el servicio de streaming prestado por un no domiciliado en el Perú es un contribuyente del IGV y debe cumplir con el pago del tributo. Siendo así, podemos expresar que este tipo de servicios han estado afectos al IGV desde su aparición en el mercado internacional en nuestro país, pues se encontraban dentro del alcance de la norma tributaria. Esto provoca plantearnos la siguiente interrogante: **¿Porque no existe recaudación del IGV por este tipo de servicios hasta la actualidad?**

Lamentablemente, consideramos que es responsabilidad del Estado y su falta de gestión e ineficiencia, pues si bien estos servicios se encuentran gravados con IGV, no existe un mecanismo de recaudación que permita realizar el pago del impuesto. A diferencia de las personas jurídicas que realizan la declaración y pago de sus impuestos mensuales, dentro de los cuales se encuentra el IGV, y pueden utilizar el IGV de sus compras (Crédito Fiscal) para deducirlo del IGV de ventas (Debito Fiscal) y tributar solo la diferencia; las personas naturales sin actividad empresarial, no tienen la opción de utilizar dicho crédito fiscal porque no es una empresa, ni existe la opción de solicitar su devolución porque el diseño de este impuesto es **indirecto**. Esto significa que el IGV es trasladado durante toda la fase de comercialización de bienes y servicios desde el importador o primer vendedor hasta el consumidor final, quien soporta toda la carga tributaria.

En el presente caso de los servicios de streaming, la relación comercial se da entre el proveedor no domiciliado y usuario final peruano, sin empresas que sean intermediarios. La SUNAT no ha implementado un mecanismo para que los usuarios finales cumplan con el rol de retener o pagar voluntariamente, ni puede exigirles a las empresas extranjeras que emitan comprobantes de pago con IGV debido que estas empresas no son contribuyentes de dicho impuesto.

Esto conlleva consecuencias legales y comerciales, pues se vulnera la neutralidad del IGV, el cual es una característica esencial del impuesto porque significa que los servicios prestados por empresas domiciliadas en el país, se encuentra gravado con IGV mientras que la utilización de los servicios de streaming, a pesar de estar gravados, en la práctica, no aplican el impuesto, produciendo desigualdad en el mercado.

2.2.2. Marco Conceptual

Variable Independiente: Ingresos por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados

2.2.2.1 Servicios de Streaming

De acuerdo con **Neira (2020)**, licenciada en Derecho y Comunicación Audiovisual especializada en nuevos modelos de distribución audiovisual, señala que: La expresión “streaming” se extendió hasta España a partir del 2015 con el arribo de las principales compañías dedicadas a este rubro como Netflix, Amazon Prime Video, etc. Es muy conocido el término inglés “OTT”, el cual significa “Over The Top”, es decir de transmisión libre. Este término es la principal característica de los servicios de streaming, pues lo describe perfectamente porque el contenido circula por internet sin ningún tipo de control de un operador.

Esto lo diferencia de la televisión digital terrestre (TDT), la cual es una retransmisión por medio de ondas, sin necesidad de cables o satélites, y se reciben por antenas. Además, las empresas que transmiten TDT deben contar con la licencia para brindar el servicio a sus usuarios.

Se puede concluir que el streaming es una forma de disfrutar un servicio multimedia al estar conectado a internet. Es un gran cambio debido a que se accede a estos contenidos con mayor facilidad, pues se puede utilizar el servicio desde una televisión, laptop, celular u otros dispositivos electrónicos sin someterse a horarios del proveedor. Esto marca una gran diferencia con la televisión convencional y la radio, los cuales se transmiten vía microondas y son recibidas por receptores que se encargan de la descodificación de estas ondas. En el streaming no existen canales entre el origen y su destino, sino que la fuente envía, a través de internet, el contenido agrupado en paquetes; una vez que el dispositivo donde se utilizara el servicio dispone de un prudente número de paquetes continuos, iniciara la transmisión del contenido. A este proceso se le denomina "Buffering".

En conclusión, el buffering es la acumulación de información en el dispositivo, mientras que el streaming es la reproducción de esta información almacenada. Cabe recalcar, que ambos procesos requieren de una correcta y veloz conexión a la red para evitar errores en el servicio como paradas y baja calidad del contenido en audio y video.

Según **Ordoñez (2016)**, experta en copywriting y marketing de contenidos para Ecommerce, indica que: El streaming es la reproducción digital de contenido multimedia en formatos como audio, video, texto, entre otros, por medio de una cadena de ordenadores que se caracteriza por acceder y consumir el servicio al mismo tiempo que se procesa la descarga. Es decir, esta tecnología consiste en reproducir el contenido mientras se descarga el mismo desde un servidor que se encuentra conectado a internet. Es muy importante la conexión a la red debido a que la calidad del servicio de streaming puede ser afectado negativamente, generando interrupciones en la reproducción como cortes, retrasos en la carga, cruces entre el audio y video, mala calidad del video, etc.

Complementando la definición mencionada en el párrafo anterior, el streaming es la transmisión de información al usuario vía online y en tiempo real. Esta distribución digital permite utilizar el servicio de acuerdo con la necesidad del usuario, en el momento que este requiera debido a que no debe realizar una descarga previa del contenido para poder gozar del servicio, sino que esta descarga se realiza mientras ve una serie o película, escucha una canción o podcast o mientras se divierte con un videojuego online.

Por otro lado, las ventajas que brinda el streaming son impresionantes al compararse con la descarga convencional de contenido multimedia. A nuestra consideración, las más importantes es el ahorro de tiempo y espacio físico (disquetes, discos compactos, entre otros) y en la memoria del ordenador. Por estas ventajas, también se puede mencionar que el streaming es una tecnología más económica y oportuna pues es suficiente si se cuenta con acceso a internet.

Variable Dependiente: Recaudación Tributaria

2.2.2.2 Recaudación Tributaria

De acuerdo con **Bravo Cucci (2003)**, socio de Picón & Asociados, menciona que: Cada administración tributaria tiene la facultad de recaudar los tributos impuestos en su respectiva jurisdicción. En la actualidad, se cuenta con diversas formas de recaudar los tributos, en especial realizar los pagos mediante instrumentos financieros emitidos por las entidades del sistema financiero. Existe un aspecto muy importante en la recaudación tributaria, y está relacionado al proceso donde el contribuyente comunica a la administración tributaria la base imponible para determinar la obligación tributaria a pagar en el lugar y forma establecido en la norma vigente.

Consideramos que la recaudación tributaria es el principal mecanismo para generar ingresos en los países para financiar el presupuesto público en diversos sectores como seguridad ciudadana, educación, salud, deporte, infraestructura, entre otros. Los contribuyentes son las personas naturales y jurídicas del país que generan ingresos por su trabajo o actividad económica, es decir, es una recaudación interna que no genera endeudamiento ni compromisos con entidades privadas o internacionales.

Según **Quintanilla (2014)**, asesora tributaria y profesora de derecho tributario, indica que la recaudación tributaria es: Un término que comprende las actividades que realiza un Estado para financiar sus gastos, la cual consiste en exigir a las personas de un país, ya sean personas naturales y jurídicas, el pago de sus obligaciones tributarias. Estos tributos son prestaciones pecuniarias legales, pues están contempladas en dispositivos legales creados por el Estado, a quien se le atribuye la Potestad Tributaria según la Constitución Política del Perú con el fin de cumplir sus objetivos como financiar sus gastos corrientes, inversión pública, pagar deuda externa, entre otros.

Es importante recalcar que todo contribuyente debe cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias y considerarlo como un deber para apoyar al Estado, quien se encarga de la recaudación. En el caso donde el contribuyente no cumpla con la declaración y pago del impuesto, el Estado cuenta con la facultad de fiscalizar y sancionar debido a que están perjudicando al país con una menor recaudación tributaria, el cual sirve para diferentes sectores que se presupuestan por parte del Ministerio de Economía y Finanzas.

Con respecto a los servicios de streaming prestados por sujetos no domiciliados, si bien la utilización de servicios se encuentra gravada con IGV, actualmente no existe un mecanismo de recaudación del tributo debido a que estas empresas extranjeras no son contribuyentes del IGV mientras que las personas naturales que son los usuarios de estos servicios son los consumidores finales, los cuales no declaran IGV, sino que lo pagan de manera indirecta.

Por lo tanto, este tipo de actividad B2C entre una empresa no domiciliada con un consumidor final peruano, se encuentra no sujeto al IGV por la falta de una implementación de un diseño de recaudación. Además, este debería regularse mediante una norma tributaria o realizando modificaciones en la Ley del IGV.

2.3. Definiciones de Términos Básicos (Glosario)

- a) **Servicios de Streaming:** Es una tecnología que nos permite reproducir contenido audiovisual en tiempo real, es decir permite acceder a diferentes contenidos como películas, música, etc. en cualquier horario a través de una computadora/laptop o un teléfono celular sin necesidad de descargar.
- b) **Reforma Tributaria:** Consiste en realizar modificación a la estructura de uno o varios impuestos del sistema tributario, con la finalidad de mejorar su funcionamiento y de esa manera lograr el cumplimiento de los objetivos.
- c) **Elusión Tributaria:** Se refiere aprovecharse de los vacíos o ambigüedades que existen en el marco legal con la finalidad de evitar o reducir el pago de impuestos, y de esa manera no se considera ilegal.
- d) **Equidad Tributaria:** En términos tributarios, no necesariamente quiere decir que todos los contribuyentes deben pagar las mismas cantidades de impuestos, lo que realmente significa es que el pago de impuestos debe ser acorde a la capacidad del contribuyente.

- e) Proyecto de Ley:** Es una propuesta para una nueva norma que se presenta ante las entidades correspondientes para su aprobación, la finalidad es la aprobación de una nueva normativa o sustituir una existente con pequeñas modificaciones planteadas.
- f) Plan de Acción BEPS:** Siglas en inglés (Base Erosion and Profit Shifting), surge de la necesidad de generar una solución, debido al aprovechamiento de inconsistencias existente en los sistemas de leyes y normas de un país, teniendo como objetivo el dejar de tributar o hacerlo en menor cantidad.
- g) Entidades Financieras:** Es una agrupación que cumple el rol de intermediario financiero. Las entidades financieras pueden prestar servicios a personas naturales o jurídicas obteniendo sus ganancias en comisiones, intereses o tasas que cobran por sus actividades.
- h) Cultura Tributaria:** Es la base para un real compromiso de la población con el cumplimiento puntual y adecuado de sus obligaciones tributarias.
- i) Consumidor o usuario Final:** Es la persona que adquiere un producto o servicio para consumirlo o utilizarlo. El consumidor o usuario final se diferencia del comprador, ya que este último puede comprar el producto para consumirlo, revenderlo o transformarlo.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis General

Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina durante el año 2020 y 2021.

3.2. Hipótesis Específicas

- a) La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducen la elusión tributaria.
- b) La falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria
- c) La demanda de usuarios de los servicios de streaming son afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.

3.3. Operacionalización de Variables

3.3.1. Variable Independiente

X: Ingresos por Servicios de Streaming prestados por empresas no domiciliadas

Definición Conceptual	Verizon Communications, compañía norteamericana global de banda ancha y telecomunicaciones, define qué: “Streaming se refiere a cualquier contenido de medios, ya sea en vivo o grabado, que se puede disfrutar en computadoras y aparatos móviles a través de Internet y en tiempo real.”	
Definición Operacional	Indicadores	Índices
	X1. Reforma Tributaria	1.1. Inversión Pública
		1.2. Congreso de la República
	X2.Mecanismos de recaudación de impuestos	2.1. SUNAT
		2.2. Entidades Financieras
	X3.Demanda de usuarios	3.1. Precio del servicio
3.2. Cantidad de suscripciones		

3.3.2. Variable Dependiente

Y: Recaudación Tributaria

<p>Definición Conceptual</p>	<p>Según el artículo 55 del Código Tributario: “Es función de la Administración Tributaria recaudar los tributos. A tal efecto, podrá contratar directamente los servicios de las entidades del sistema bancario y financiero, así como de otras entidades para recibir el pago de deudas correspondientes a tributos administrados por aquella.”</p>	
<p>Definición Operacional</p>	<p>Indicadores</p>	<p>Índices</p>
	<p>Y1. Elusión Tributaria</p>	<p>1.1. Beneficio de vacíos legales</p>
		<p>1.2. Cultura Tributaria</p>
	<p>Y2. Equidad Tributaria</p>	<p>2.1. Competencia desleal</p>
		<p>2.2. Calidad del Servicio</p>
	<p>Y3. Impuesto General a las Ventas</p>	<p>3.1. Pago del impuesto</p>
	<p>3.2. Usuarios finales</p>	

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Diseño Metodológico

El presente trabajo de investigación es considerado No Experimental debido a que reúne todas las características necesarias, por ende, se estimó una muestra en:

$$M = O_x r O_y$$

Dónde:

M = Muestra

O = Observación.

x = Ingresos por servicios de Streaming prestados por empresas no domiciliadas

y = Recaudación Tributaria

r = Relación de variables

4.1.1 Tipo de investigación

El presente estudio es denominado como **“Investigación Aplicada”** debido a que este tipo de investigación es aquella que tiene como objetivo dar a conocer soluciones para problemas concretos de la sociedad o empresas, haciendo uso de distintas técnicas y estudios tales como: entrevistas, encuestas, estudio de mercado, entre otros.

Se realizó de manera objetiva, con la finalidad de brindar soluciones al problema de investigación, estudiar hechos y analizar la influencia de los ingresos por servicios de streaming y la recaudación tributaria.

4.1.2 Método

En la presente investigación se utilizó el método descriptivo, estadístico y de análisis – síntesis que forman parte del desarrollo del estudio, los cuales se van ejecutando a lo largo de la tesis.

El método descriptivo, es considerado un método cualitativo, que permitió describir y evaluar algunas características de nuestra población elegida (jóvenes de 25 a 30 años residentes de la Molina – consumidores de los servicios de streaming) contando con un problema de investigación y en base a este, formular algunas hipótesis; por otro lado se utilizó método estadístico y de análisis – síntesis, ya que se empleó el programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences) edición IBM® Statistics 25 versión español para el correspondiente análisis a las encuestas realizadas.

4.1.3 Enfoque

Para la presente tesis se utilizó el enfoque cuantitativo; debido a que, a través de la recolección, análisis de datos y haciendo uso de la estadística mediante las preguntas propuestas se pudo conocer el comportamiento de la población encuestada, permitiendo probar las hipótesis planteadas.

4.1.4 Estrategia de procedimiento de la contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas se utilizará la distribución chi-cuadrada, pues los datos para el análisis deben estar en forma de frecuencias. La estadística chi-cuadrada es la más adecuada porque las pruebas son las evidencias muestrales y si las mismas aportan resultados significativamente diferentes de los planteados en las hipótesis nulas esta es rechazada y en caso contrario es aceptada, teniendo en consideración el siguiente procedimiento:

- a) Formulación de la hipótesis nula (H_0)
- b) Formulación de la hipótesis alterna (H_1)
- c) Clasificar los datos en una tabla de contingencia para probar la hipótesis y la independencia de criterios, mediante la chi-cuadrada, considerando un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y 1 grado de libertad que luego será comparado con la chi-cuadrado experimental para la aceptación o rechazo de la hipótesis nula.

4.2. Población y Muestra

4.2.1 Población

La población que conforma la investigación está constituida por jóvenes consumidores de los servicios de streaming tales como **NETFLIX**, **SPOTIFY**, **DISNEY+** entre las edades de 25 a 30 años, residentes en el distrito de La Molina. Por consiguiente, la unidad de análisis serán los jóvenes, quienes contribuirán con las respuestas a las preguntas planteadas.

Ejemplo de una población:	Jóvenes residentes en el distrito de la Molina entre las edades de 25 a 30 años.
----------------------------------	--

N	=	70,000
----------	---	--------

4.2.2 Muestra

La muestra representa una parte significativa de la población; por ende, para la obtención de la muestra óptima se ha empleado la fórmula del muestreo aleatorio simple para estimar proporciones para una población conocida:

Sabemos:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

N = Tamaño de la Población 70,000

Z = 1.65 es el valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad con el 90% de confianza

e = Margen de error muestral 8%

p = Probabilidad de éxito (0.8)

q = Probabilidad de fracaso (0.2)

n = Muestra óptima

Entonces con un nivel de confianza del 90% y margen de error del 8% de muestra óptima para:

$$n = \frac{(1.65)^2 (70,000) (0.8) (0.2)}{(0.08)^2 (70,000-1) + (1.65)^2 (0.8) (0.2)}$$
$$n = 70 \text{ jóvenes}$$

4.3 Técnicas de recolección de datos

4.3.1 Descripción de métodos, técnicas e instrumentos

La presente investigación se utilizó la técnica de encuesta, la cual será realizada a jóvenes consumidores de los servicios de streaming (**tales como NETFLIX, SPOTIFY, DISNEY+**) entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina.

El cuestionario estará conformado por un grupo de 14 preguntas seleccionadas haciendo uso de la escala de Likert.

4.3.2 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Validez

Este procedimiento se focaliza en el grado de validez, con la finalidad de garantizar la efectividad de los instrumentos, por ello se aplicará la validación mediante una de las siguientes metodologías: el método de una prueba piloto que será aplicado al 10% de los jóvenes que integran la muestra determinada anteriormente.

Confiabilidad

La confiabilidad permitió medir el grado de exactitud, es decir que, si se aplica de manera reiterativa el cuestionario al mismo sujeto, genera resultados parecidos.

Para lograr la confiabilidad de la encuesta, se empleó la metodología Alfa de Cronbach, aplicando el cuestionario a una muestra de (7) individuos, obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 1. Resumen de procesamiento de casos - SPSS

		N	%
Casos	Válido	7	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	7	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2. Estadística de fiabilidad – SPSS

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,828	,867	14

La investigación titulada “**INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE EMPRESAS NO DOMICILIADAS EN EL DISTRITO LA MOLINA AÑO 2020 - 2021**” ha sido realizada teniendo en consideración que los datos utilizados han sido citados sin necesidad de copiar información de los autores, salvo en los que fueron necesarias incluirlas, pero haciendo uso de las citas correspondientes y agregando comentarios realizados por los propios autores.

Para una oportuna investigación se tomaron en consideración los valores éticos establecidos en el Código de Ética del Contador Público del país, los cuales se presenta a continuación:

- a) Objetividad
- b) Confidencialidad o Secreto Profesional
- c) Integridad
- d) Competencia Profesional

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Presentación

En el presente capítulo se muestra el proceso donde se lleva a cabo la demostración del cumplimiento de las hipótesis de la investigación **“INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA AÑO 2020 - 2021”**

Abarca la explicación del cumplimiento de los objetivos específicos de la siguiente forma:

- a) Se evaluó en qué medida la implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducirían la elusión tributaria.
- b) Se determinó si la falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectarían la equidad tributaria.
- c) Se evaluó de qué manera la demanda de usuarios de los servicios de streaming serían afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.

5.2 Interpretación de resultados

El estudio se ejecutó haciendo uso de la técnica de la encuesta efectuada a la muestra obtenida de 70 colaboradores (jóvenes entre las edades de 25 a 30 años) residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Como resultado de la recolección de datos, se procedió a la presentación, interpretación y análisis de las respuestas obtenidas.

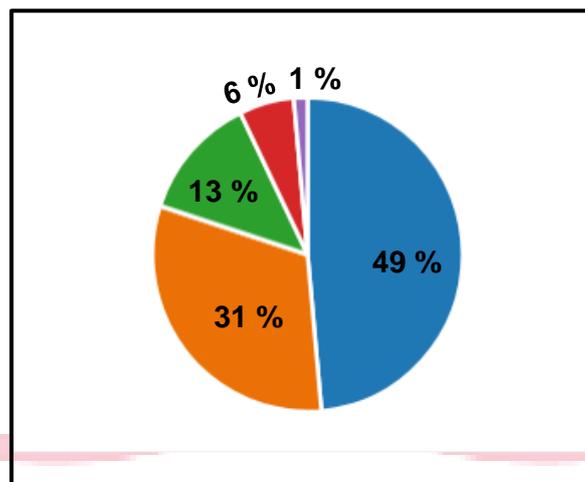
X.1 Inversión Pública

5.2.1 La pregunta: **¿Considera usted que la recaudación del IGV por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados sería beneficioso para la Inversión Pública?**

Tabla 4. Recaudación del IGV por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados y su beneficio para la inversión Pública

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	34	49%
● De acuerdo	22	31%
● Indiferente	9	13%
● En desacuerdo	4	6%
● Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	70	100%

Gráfico 3. Recaudación del IGV por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados y su beneficio para la inversión Pública



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la Tabla 4 y gráfico 3, el 80% de los encuestados consideran que la recaudación por concepto de IGV sobre los servicios de streaming prestados por no domiciliados sería beneficioso para la Inversión Pública. Por otro lado, el porcentaje de personas que se mostraron en desacuerdo representan el 7% mientras que el 13% mantuvo una postura indiferente.

En ese sentido, de los resultados obtenidos sobre esta pregunta, se observa que gran parte de la población se encuentra a favor de que en el país se graven con impuestos a los servicios de streaming, teniendo como principal motivación el beneficio de la Inversión Pública y el gran apoyo que representaría para la recuperación del Estado debido a la crisis sanitaria por el COVID-19.

Por otro lado, para el presidente del Banco Central de Reserva (BCR) Julio Velarde, se encuentra a favor de lo propuesto en líneas anteriores además de estimar que el Estado podría recaudar aproximadamente 35 millones de dólares por este impuesto y emplearlo para la implementación en salud, educación, carreteras y todo lo que se requiera necesario para el desarrollo del país.

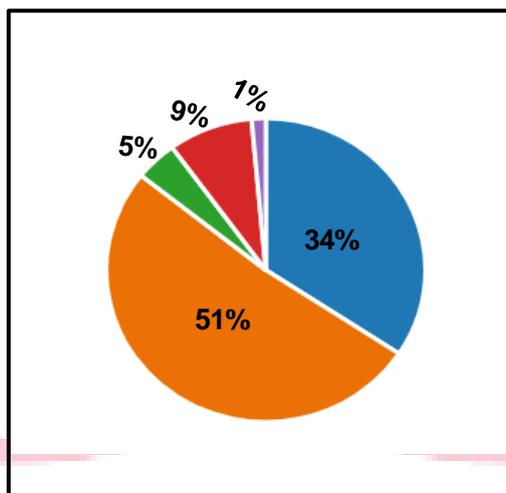
X.2. Congreso de la República

5.2.2 La pregunta: **¿Considera usted que el Congreso de la República debe priorizar los cambios en la Ley del IGV respecto a los servicios streaming?**

Tabla 5. Congreso de la República y los cambios en la Ley del IGV a los servicios de streaming

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	24	34%
● De acuerdo	36	51%
● Indiferente	3	5%
● En desacuerdo	6	9%
● Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	70	100%

Gráfico 4. Congreso de la República y los cambios en la Ley del IGV a los servicios de streaming



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De la interpretación de la tabla 5 y gráfico 4, observamos en la parte porcentual que el 85% correspondientes (36 jóvenes – usuarios finales) señalan estar de acuerdo con que el Congreso de la República priorice los cambios en la Ley del IGV con respecto a los servicios streaming, un 5% manifestó estar indiferente ante la situación, sin embargo, el 10% se inclinó por la alternativa en desacuerdo lo que refleja estar en contra de realizar cambios en la Ley.

En ese sentido, es importante mencionar que se han realizado diversas propuestas por parte del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) teniendo en consideración que se debería ser muy cuidadoso al diseñar un esquema para este impuesto.

La intención del Estado es no cambiar la tasa ni incorporar nuevos impuestos en sectores donde no se aplique, sino que trata de ejecutar la normativa actual sobre todas las operaciones gravadas con IGV como la utilización de servicios. El problema en los servicios de streaming es que no existe un procedimiento para cobrarlo.

Tomando como referencia lo aplicado en otros países, se ha observado que estas empresas no domiciliadas han transferido un considerable porcentaje del impuesto al usuario final y se retiene por las tarjetas de crédito de los usuarios finales.

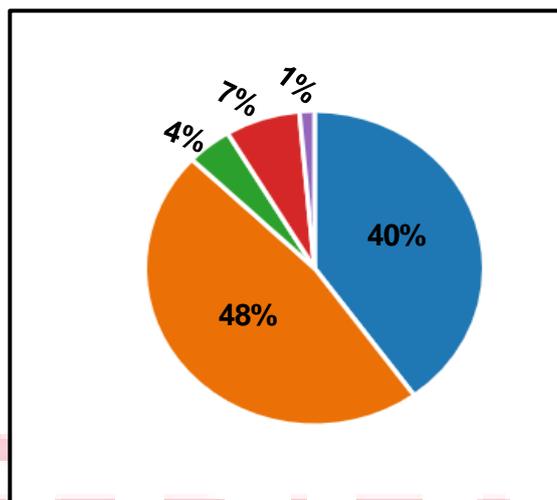
X.3. SUNAT

5.2.3 La pregunta: ¿Considera necesario que la SUNAT implemente un mecanismo de recaudación del IGV respecto a los servicios de streaming prestados por no domiciliados?

Tabla 6. SUNAT y la implementación de un mecanismo de recaudación del IGV a los servicios de streaming prestados por no domiciliados

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	28	40%
● De acuerdo	33	48%
● Indiferente	3	4%
● En desacuerdo	5	7%
● Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	70	100%

Gráfico 5. SUNAT y la implementación de un mecanismo de recaudación del IGV a los servicios de streaming prestados por no domiciliados



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la tabla 6 y figura 5, el 88% de los encuestados consideran estar de acuerdo con que la SUNAT implemente un mecanismo de recaudación del IGV respecto a los servicios de streaming prestados por no domiciliados. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo representan alrededor del 8% mientras que el 4% mantuvo una postura indiferente.

En ese sentido, el plan del Gobierno es implementar un procedimiento de cobro del IGV sobre la economía digital, en especial sobre los servicios de streaming, la cual está en constante transformación por las nuevas tecnologías.

La popularidad de las plataformas como Spotify, Netflix, Disney+ u otros servicios similares ha llamado la atención de la OCDE y de los sistemas tributarios de los países, por lo que se ha iniciado un proceso de adecuación sobre la normativa tributaria para poder gravar y recaudar por estos servicios relacionados a la economía digital. Lamentablemente, en nuestro país, nunca se planificó como cobrar los tributos en estas operaciones.

Argentina, Uruguay, Chile, Ecuador y Colombia han establecido sus mecanismos de recaudación, por lo que el Perú se encuentra atrasado respecto a los países vecinos y debe actualizarse urgentemente. Esto conlleva a modernizarnos frente a un nuevo mercado como el digital, el cual ha cambiado la forma de vida de las personas y sus procesos tributarios.

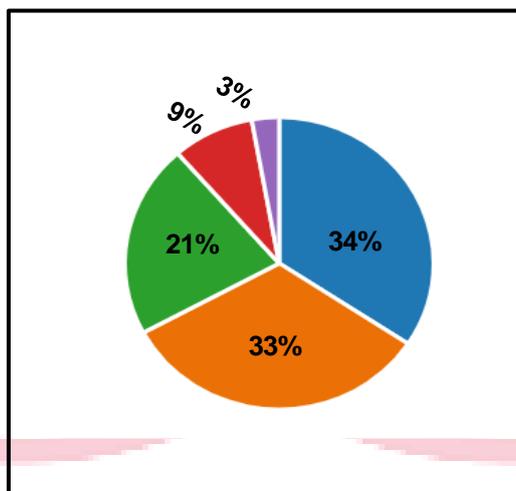
X.4. Entidades Financieras

5.2.4 La pregunta: ¿Está de acuerdo con que las Entidades Financieras cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming?

Tabla 7. Entidades financieras que cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	24	34%
● De acuerdo	23	33%
● Indiferente	15	21%
● En desacuerdo	6	9%
● Totalmente en desacuerdo	2	3%
Total	70	100%

Gráfico 6. Entidades financieras que cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De la interpretación de la tabla 7 y figura 6, observamos en la parte porcentual que el 34% y 33% correspondientes (47 jóvenes – usuarios finales) señalan estar de acuerdo con que las Entidades Financieras cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming, un 21% manifestó estar indiferente ante la situación, sin embargo, el 12% se inclinó por la alternativa en desacuerdo.

En ese sentido, se debe tener en consideración que tomando como referencia lo propuesto en otros países tales como Chile, en donde se aprobó un proyecto de ley proponiendo un impuesto específico y dentro de las características más relevantes se encuentran las siguientes: se debe gravar los servicios digitales prestados por empresas extranjeras que sean utilizados por personas naturales residentes en Chile sin importar el lugar donde se encuentre la plataforma y se establece como agentes retenedores a las entidades financieras para que mediante los medios de pagos electrónicos, el usuario final pueda realizar el pago de estos servicios.

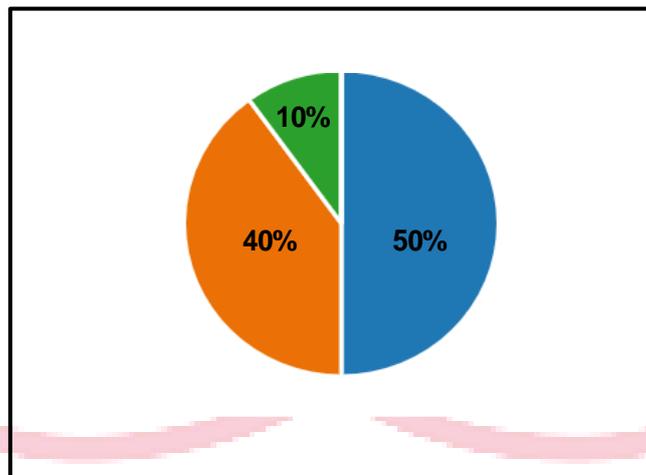
X.5. Precio del servicio

5.2.5 La pregunta: **¿Considera usted que las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y asumir el IGV para no afectar al usuario en el precio total del servicio?**

Tabla 8. Las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y asumir IGV para no afectar en el precio del servicio

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	35	50%
● De acuerdo	28	40%
● Indiferente	7	10%
● En desacuerdo	0	-
● Totalmente en desacuerdo	0	-
Total	70	100%

Gráfico 7. Las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y asumir IGV para no afectar en el precio del servicio



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la tabla 8 y gráfico 7, el 50% y 40% de los encuestados que representan 63 jóvenes, consideran estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y de esa manera asumir el IGV para no afectar al usuario final en el precio total del servicio. Además, existe un 10% que mantuvo una postura indiferente.

Consideramos que lo ideal es que las empresas extranjeras reduzcan sus costos y de esa manera, asumir parte del impuesto y que la diferencia sea asumida por el usuario final.

Como se detalló en párrafos anteriores, se utiliza como referencia lo aplicado por otros países latinoamericanos, esto nos indica que en la vida real no sucede exactamente lo correcto ya que estas empresas digitales en función de salvaguardar sus intereses y considerando que los ciudadanos ya no pueden prescindir de este servicio realizarán un aumento de precio en las suscripciones, es decir trasladarán de manera indirecta el impuesto al usuario final. Nuestro aporte profesional sobre este punto es el siguiente: Si en el Perú se aplicara el IGV de manera similar a los otros países, el impacto que causaría por cada usuario final, no es significativo frente a los nuevos ingresos que el Estado obtendría por la recaudación del impuesto.

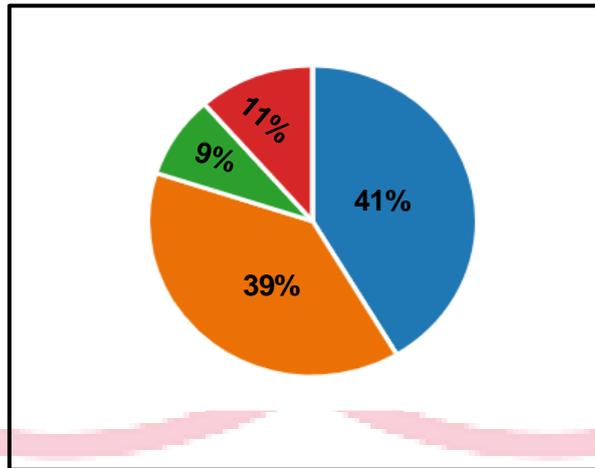
X.6. Cantidad de suscripciones

5.2.6 La pregunta: **¿Considera que la cantidad de suscriptores sufriría una variación significativa si el precio del plan aumenta entre 5 a 10 soles en promedio?**

Tabla 9. Cantidad de suscriptores y su variación significativa con el aumento de precio entre 5 a 10 soles

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	29	41%
● De acuerdo	27	39%
● Indiferente	6	9%
● En desacuerdo	8	11%
● Totalmente en desacuerdo	0	-
Total	70	100%

Gráfico 8. Cantidad de suscriptores y su variación significativa con el aumento de precio entre 5 a 10 soles



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De la interpretación de la tabla 9 y gráfico 8, observamos en la parte porcentual que el 41% y 39% correspondientes (56 jóvenes – usuarios finales) señalan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que la cantidad de suscriptores sufriría una variación significativa si el precio del plan aumenta entre 5 a 10 soles en promedio, un 9% manifestó estar indiferente ante la situación, sin embargo, el 11% se inclinó por la alternativa en desacuerdo.

Si bien la mayoría de los encuestados mencionan que el aumento del precio del servicio, dependiendo el paquete del servicio que consuman los usuarios, se reflejaría en una disminución de suscriptores y sus respectivas cancelaciones de la cuenta; es importante mencionar que la experiencia en los países vecinos ha sido sorprendente, pues debido a la pandemia COVID-19, la demanda de los servicios de streaming se elevó significativamente a pesar de la aplicación del IVA en dichos países. Esto generó una gran recaudación por este concepto y un gran beneficio para las arcas fiscales. Por ejemplo, en Chile desde el 1 de junio del 2020, se ha recaudado 50 millones de dólares por cada trimestre. Cabe mencionar que la pandemia del Coronavirus inició en los primeros meses del 2020, por lo que, la alteración del precio por el IVA no fue una razón para una caída de suscriptores.

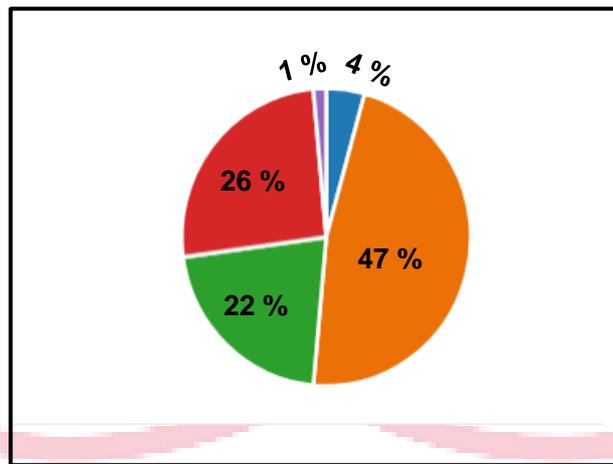
Variable Independiente (X): Ingresos por Servicios de Streaming prestados por empresas no domiciliadas

5.2.7 La pregunta: ¿En su opinión, al gravarse con IGV los servicios de streaming prestados por no domiciliados e incrementar su precio, usted decidiría continuar con el servicio?

Tabla 10. Aplicación del IGV a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	3	4%
● De acuerdo	33	47%
● Indiferente	15	22%
● En desacuerdo	18	26%
● Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	70	100%

Gráfico 9. Aplicación del IGV a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De la interpretación de la tabla 10 y gráfico 9, observamos en la parte porcentual que el 51% correspondientes (33 jóvenes – usuarios finales) señalan estar de acuerdo con el aumento en el precio debido al cobro del IGV en el total del servicio de streaming tomarían la decisión de continuar con el servicio, un 22% manifestó estar indiferente ante la situación, sin embargo, el 27% se inclinó por la alternativa en desacuerdo lo que refleja que abandonarían el servicio.

En ese sentido, de los resultados obtenidos sobre esta pregunta, se observa que la mayoría de la población tomaría la decisión de continuar con el servicio a pesar del alza del precio debido a la aplicación del IGV, por otro lado tenemos 18 jóvenes en desacuerdo, lo cual es algo esperado debido a que tomando de referencia los demás países de Latinoamérica tales como Ecuador, Chile y Colombia, en donde ya se aplica el impuesto a los servicios de streaming también se han reflejado una pequeña disminución de suscripciones lo cual es contrastado con el porcentaje de personas que manifiestan estar indiferentes ante la aplicación del impuesto y el aumento del precio.

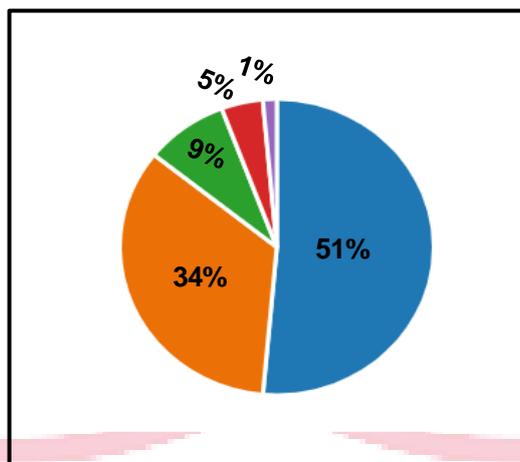
Y.1. Beneficio de vacíos legales

5.2.8 La pregunta: **¿Considera que las empresas no domiciliadas prestadoras de servicios de streaming se benefician de vacíos legales existentes en nuestra legislación?**

Tabla 11. Las empresas no domiciliadas de servicios de streaming y su beneficio de vacíos legales

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	36	51%
● De acuerdo	24	34%
● Indiferente	6	9%
● En desacuerdo	3	5%
● Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	70	100%

Gráfico 10. Las empresas no domiciliadas de servicios de streaming y su beneficio de vacíos legales



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con la tabla 11 y gráfico 10, el 85% de los encuestados consideran que las empresas extranjeras que brindan el servicio de streaming en el Perú se benefician de los vacíos legales existentes en la normativa actual del IGV. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 6% mientras que el 9% mantuvo una postura indiferente.

La finalidad de esta pregunta es conocer la postura de las personas naturales sobre el actual contexto relacionado a este tipo de servicios. Se puede concluir que la mayoría de los encuestados sostiene la Ley del IGV no se encuentra actualizada con respecto a la economía digital.

Además, se puede inferir que no se encuentran conformes con que no se cobre IGV mientras que todas las empresas peruanas deben emitir comprobantes de pago incluyendo este impuesto, lo cual eleva el precio final.

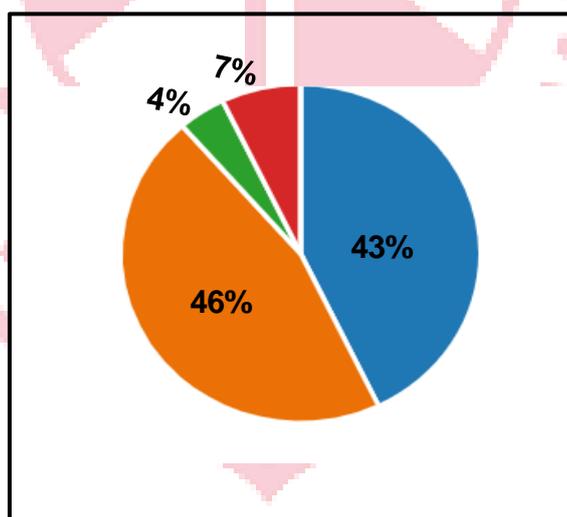
Y.2. Cultura Tributaria

5.2.9 La pregunta: **¿Considera que al difundir y promover los beneficios que conlleva la regulación tributaria de los servicios de streaming mejoraría la cultura tributaria?**

Tabla 12. Difundir y promover los beneficios de la regulación tributaria de los servicios de streaming y la mejora en la cultura tributaria

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	30	43%
● De acuerdo	32	46%
● Indiferente	3	4%
● En desacuerdo	5	7%
● Totalmente en desacuerdo	0	-
Total	70	100%

Gráfico 11. Difundir y promover los beneficios de la regulación tributaria de los servicios de streaming y la mejora en la cultura tributaria



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la tabla 12 y gráfico 11, el 89% de los encuestados consideran que difundir y promover la regulación tributaria de los servicios de streaming prestados por no domiciliados con respecto al IGV mejoraría la cultura tributaria. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 7% mientras que el 4% mantuvo una postura indiferente.

Por los datos obtenidos en la pregunta, podemos concluir que la mayoría de las personas consideran que la difusión de información tributaria es beneficiosa para los ciudadanos y para el mismo Estado, quien es el mayor beneficiado si se logra la asimilación por parte de estos.

Es importante mencionar que una cultura tributaria consolidada en la mente de los peruanos es la base para que exista un compromiso de declaración y pago de las obligaciones tributarias. Es una tarea ciudadana, la cual, si se realiza de manera exitosa, se obtendrán mejores niveles de recaudación porque los contribuyentes habrán comprendido que los tributos permiten el desarrollo económico del país y el cumplimiento de los objetivos del Estado.

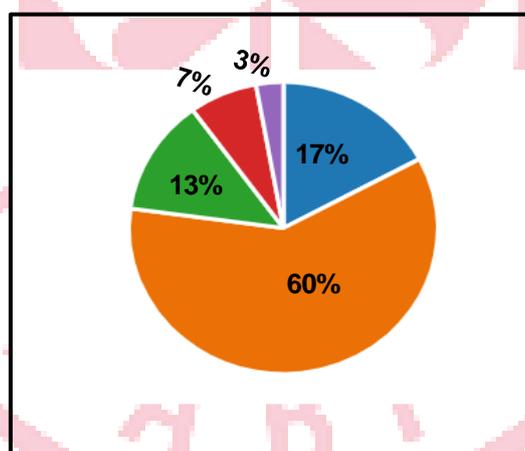
Y.3. Competencia desleal

5.2.10 La pregunta: **¿En su opinión; la elusión de IGV en los servicios de streaming prestados por no domiciliados genera una competencia desleal entre estas empresas y las empresas nacionales?**

Tabla 13. La elusión de IGV en los servicios de streaming y su competencia desleal entre las empresas nacionales

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	12	17%
● De acuerdo	42	60%
● Indiferente	9	13%
● En desacuerdo	5	7%
● Totalmente en desacuerdo	2	3%
Total	70	100%

Gráfico 12. La elusión de IGV en los servicios de streaming y su competencia desleal entre las empresas nacionales



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la tabla 13 y gráfico 12, el 77% de los encuestados consideran que la elusión tributaria presente en los servicios de streaming prestados por no domiciliados genera una competencia desleal entre estas empresas y las compañías nacionales que deben cumplir con el pago del IGV. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 10% mientras que el 13% mantuvo una postura indiferente.

Se puede notar que la mayoría de las personas considera injusto el actual funcionamiento tributaria sobre los servicios prestados por sujetos no domiciliados. Toda empresa peruana debe cumplir con sus obligaciones tributarias, lo cual aumenta el precio total del bien o servicio y no beneficia la adquisición del producto.

Esto genera la siguiente interrogante: ¿Porque toda empresa peruana debe pagar sus tributos como indica la normativa tributaria, y una empresa extranjera que también se encuentra dentro del alcance de la norma, no lo está haciendo?

La principal queja de las empresas peruanas es la competencia desleal que se ha generado por este trato “conveniente” para las empresas extranjeras. Esto altera el comportamiento de los consumidores y/o usuarios que, actualmente, se ha acostumbrado a pagar por este servicio sin una carga impositiva. La práctica internacional es gravar las actividades relacionadas a la economía digital y es probable que exista, al principio, una baja aceptación por parte de los usuarios finales.

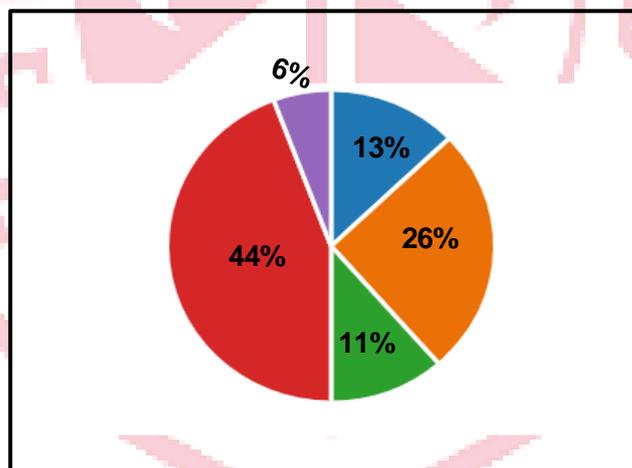
Y.4. Calidad del servicio

5.2.11 La pregunta: **¿Considera usted que al gravarse con IGV los servicios de streaming prestados por empresas extranjeras se producirá un cambio en la calidad del servicio?**

Tabla 14. Los servicios de streaming gravados con el IGV y el cambio en la calidad del servicio

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	9	13%
● De acuerdo	18	26%
● Indiferente	8	11%
● En desacuerdo	31	44%
● Totalmente en desacuerdo	4	6%
Total	70	100%

Gráfico 13. Los servicios de streaming gravados con el IGV y el cambio en la calidad del servicio



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con la tabla 14 y gráfico 13, el 39% de los encuestados consideran que al gravarse con IGV los servicios de streaming prestados por no domiciliados produciría un cambio en la calidad de servicio. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 50% mientras que el 11% mantuvo una postura indiferente.

Se observa que la mitad de las personas encuestadas opinan que no existirá un cambio en la calidad del servicio por el aumento del precio de venta por el agregado del IGV, lo cual se acopla al punto de vista de la presente tesis debido a que el servicio no se verá afectado, pues en países como Colombia, Ecuador y Chile, el cambio es solo en el precio.

Esta pregunta es relevante para la investigación porque la relación entre la calidad y precio es muy importante para un consumidor final, pues corresponde al valor percibido por lo que hemos pagado por el bien y/o servicio. Si bien los usuarios se han acostumbrado a pagar determinado monto de manera mensual, la mejor opción sería no realizar ningún cambio en la forma de brindar el servicio y se adicione el monto del impuesto.

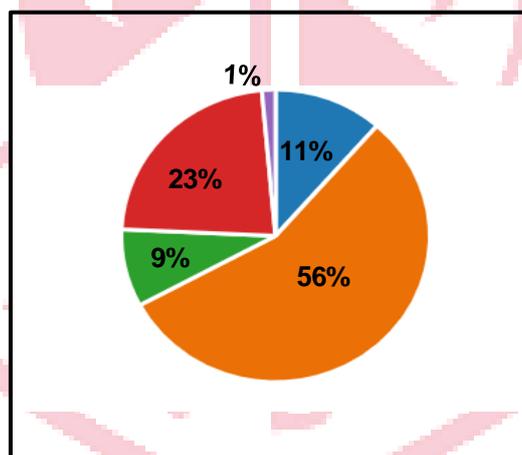
Y.5. Pago del impuesto

5.2.12 La pregunta: **¿En su opinión, considera que el usuario final y la empresa no domiciliada deberían asumir el pago del IGV de manera compartida?**

Tabla 15. El usuario final y la empresa no domiciliada deben asumir el pago compartido del IGV

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	8	11%
● De acuerdo	39	56%
● Indiferente	6	9%
● En desacuerdo	16	23%
● Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	70	100%

Gráfico 14. El usuario final y la empresa no domiciliada deben asumir el pago compartido del IGV



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con la tabla 15 y gráfico 14, el 67% de los encuestados consideran que el impuesto general a las ventas debería ser asumido de manera compartida entre el usuario final y la empresa no domiciliada. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 24% mientras que el 9% mantuvo una postura indiferente.

De los resultados obtenidos en la pregunta, se puede visualizar que la mayoría de encuestados se encuentra a favor de que no sería adecuado que se traslade el 100% del impuesto al consumidor final, sino que sea de manera compartida con la empresa no domiciliada. Consideramos que es normal obtener esta respuesta, pues desde el punto de vista del consumidor final, el impuesto debería ser asumido por la empresa no domiciliada.

En los países vecinos, en ningún caso, el IVA (similar al IGV peruano) ha sido soportado íntegramente por los usuarios finales, sino que ha sido compartido.

Es importante recalcar que el objetivo es tratar de emparejar las condiciones y generar un mercado más justo y competitivo, que las reglas tributarias sean las mismas entre todas las compañías, ya sean nacionales o extranjeras.

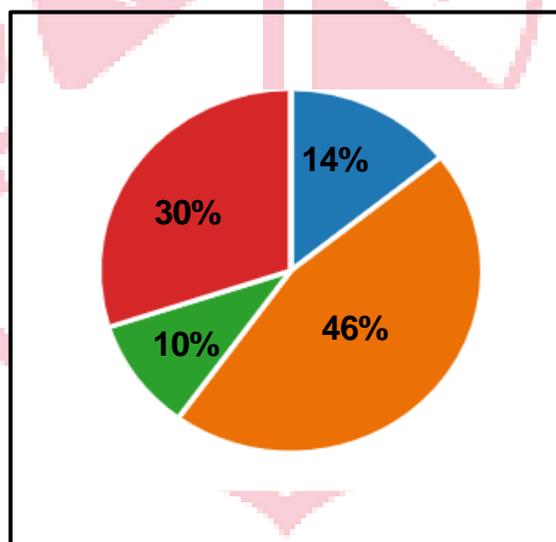
Y.6. Usuarios finales

5.2.13 La pregunta: **¿Considera usted que de aplicarse el IGV a las empresas prestadoras de servicios de streaming no domiciliadas afectará al usuario final?**

Tabla 16. Aplicación del IGV a los servicios de streaming y la afectación al usuario final

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	10	14%
● De acuerdo	32	46%
● Indiferente	7	10%
● En desacuerdo	21	30%
● Totalmente en desacuerdo	0	-
Total	70	100%

Gráfico 15. Aplicación del IGV a los servicios de streaming y la afectación al usuario final



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con la tabla 16 y gráfico 15, el 60% de los encuestados consideran que el usuario final será afectado al gravarse con IGV los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 30% mientras que el 10% mantuvo una postura indiferente.

Es lógico que el usuario final va a ser afectado por una variación del precio, pues un consumidor se acostumbra a presupuestar de sus ingresos mensuales, un monto específico para ciertos gastos que se pagan de manera mensual. Al existir un cambio en el precio del servicio de streaming, obliga al usuario ajustar su presupuesto y tomar decisiones sobre como procederá: si decide continuar con el servicio porque no le afecta el aumento por el monto, si continua a pesar del aumento porque cubre una necesidad importante, si decide cancelar su suscripción y optar por otra plataforma, entre otras alternativas. Consideramos que, a pesar de la disconformidad por parte de los encuestados ante el aumento del precio del servicio, la mayoría continuara consumiendo el streaming pues, estas plataformas han logrado captar una clientela fiel a sus contenidos. Por ejemplo, empresas como Netflix, HBO Premium o Disney+, tienen películas y series exclusivas, las cuales son demandadas por usuarios que no están dispuestas a desprenderse del servicio por un pequeño aumento del precio. Esto no quiere decir que no estén fastidiados o incomodos ante un aumento del precio.

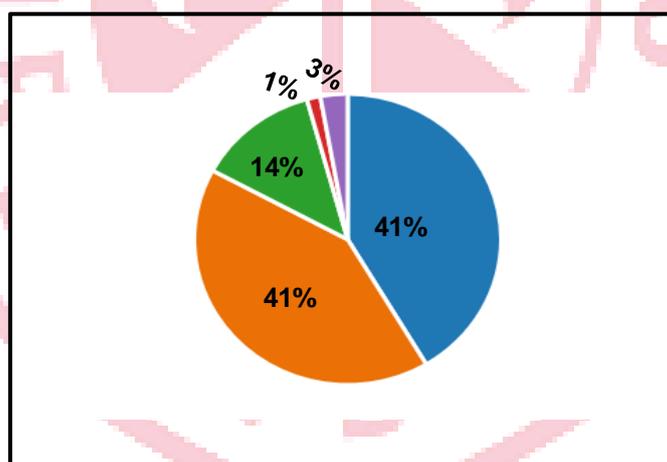
Variable Dependiente (Y): Recaudación Tributaria

5.2.14 La pregunta: ¿Considera usted que sería beneficioso para la recaudación tributaria que se graven con IGV los servicios de streaming prestados por no domiciliados?

Tabla 17. El beneficio para la Recaudación tributaria que se graven con IGV los servicios de streaming

	Frecuencia	Porcentaje
● Totalmente de acuerdo	29	41%
● De acuerdo	29	41%
● Indiferente	9	14%
● En desacuerdo	1	1%
● Totalmente en desacuerdo	2	3%
Total	70	100%

Gráfico 16. El beneficio para la Recaudación tributaria que se graven con IGV los servicios de streaming



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes entre las edades de 25 a 30 años residentes en el distrito de la Molina y consumidores finales de los servicios de streaming.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con la tabla 17 y gráfico 16, el 82% de los encuestados considera que gravar con IGV a los servicios de streaming prestados por sujetos no domiciliados. La cantidad de personas que se mostraron en desacuerdo suman 4% mientras que el 14% mantuvo una postura indiferente.

Es importante mencionar que esta pregunta es fundamental para nuestra investigación. Podemos observar que más del 80% se muestra a favor de que estos tipos de servicios sean gravados con IGV, por lo que podemos sostener que la mayoría de los encuestados son conscientes que la recaudación tributaria es primordial para financiar los gastos e inversiones del Estado. De esta manera, se está aumentando la base tributaria del IGV y se implementa una nueva fuente de ingresos sin la necesidad de crear un nuevo tributo.

5.3 Contrastación de hipótesis

Para la realización de la contrastación de las hipótesis planteadas en la investigación, se aplicó la distribución Chi cuadrado de Pearson, los datos fueron procesados en el software estadístico SPSS versión 25. La distribución Chi cuadrado es una herramienta adecuada para el estudio de la presente investigación dado que las variables tanto independiente y dependiente son cualitativas y contienen respuestas ordinales en orden jerárquico, comenzando por Totalmente en desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo.

Por otro lado, se clasificó los datos en una tabla de contingencia para probar la hipótesis y la independencia de variables, mediante la chi-cuadrado, considerando un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y 1 grado de libertad que luego será comparado con la chi-cuadrado experimental para la aceptación o rechazo de la hipótesis nula.

En conclusión, la hipótesis nula H_0 que se quiere contrastar hace referencia a que no existe una relación de dependencia entre las variables versus la hipótesis alternativa H_1 que hace referencia a que existe una relación de dependencia.

5.3.1 Hipótesis General

Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito La Molina año 2020 - 2021.

El procedimiento contiene los siguientes pasos:

Paso 1: Se plantea la hipótesis Nula y su respectiva hipótesis Alternativa

- H_0 : Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas **NO** impactan en la recaudación tributaria en el distrito La Molina año 2020 - 2021.
- H_1 : Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas **SI** impactan en la recaudación tributaria en el distrito La Molina año 2020 - 2021.

Paso 2: Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significancia de: $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde:

$r = 5$ números de filas

$c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable. Con grados de libertad $(r-1)(c-1)$

o_{ij} = Frecuencia observada, es decir número de casos observados en la fila i de la columna j .

e_{ij} = Frecuencia esperada, es decir número de casos esperados en la fila i de la columna j . También conocido como frecuencia teórica.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante las encuestas, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 18.

Tabla 18. Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito La Molina año 2020 y 2021 Valores Observados

**OBSERVADO
HIPÓTESIS GENERAL**

INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS (X)	RECAUDACIÓN TRIBUTARIA (Y)					
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	TOTAL
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	1	1
En desacuerdo	1	0	1	11	5	18
Indiferente	0	1	4	7	3	15
De acuerdo	0	0	4	11	18	33
Totalmente de acuerdo	1	0	0	0	2	3
TOTAL	2	1	9	29	29	70

La tabla presentada anteriormente nos brinda información relevante para la presente investigación, como ejemplo podemos observar que 18 jóvenes encuestados están de acuerdo con los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas y a su vez están totalmente de acuerdo con la recaudación tributaria como también podemos apreciar que 4 jóvenes encuestados les es indiferente tanto los ingresos por servicios de streaming como la recaudación tributaria.

En este caso la Tabla tiene una distribución del Chi cuadrado con $(5-1) \times (5-1) = 16$ grados de libertad para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ le damos lectura en la tabla del Chi cuadrado (**ver anexo N.º 03**) cuyo valor teórico es $\chi^2_{(16,0.05)} = 26.3$

Luego se procede a realizar el cálculo $\chi^2_{(calculado)}$ haciendo uso de las frecuencias de la Tabla 18 se procede a construir la Tabla 19 en donde se observan las frecuencias esperadas e_{ij} .

Tomando como ejemplo: $e_1 = \frac{1 \times 2}{70} = 0.03$ y $e_2 = \frac{1 \times 1}{70} = 0.01$,

Tabla 19. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla

18

**ESPERADO
HIPÓTESIS GENERAL**

INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS (X)	RECAUDACIÓN TRIBUTARIA (Y)					TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0.03	0.01	0.13	0.41	0.41	1
En desacuerdo	0.51	0.26	2.31	7.46	7.46	18
Indiferente	0.43	0.21	1.93	6.21	6.21	15
De acuerdo	0.94	0.47	4.24	13.67	13.67	33
Totalmente de acuerdo	0.09	0.04	0.39	1.24	1.24	3
TOTAL	2	1	9	29	29	70

Reemplazando en la fórmula del estadístico de prueba y resolviendo:

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^5 \sum_{j=1}^5 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(0-0.03)^2}{0.03} + \frac{(0-0.01)^2}{0.01} + \frac{(0-0.13)^2}{0.13} + \dots + \frac{(2-1.24)^2}{1.24} = 27.871$$

Paso 4: Decisión

Haciendo uso de las reglas establecidas en la sección 4.1.4 podemos observar que el valor teórico del Chi cuadrado es menor que el valor calculado, por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula.

Podemos apreciar $\chi^2_{(calculado)} = 27.871 > \chi^2_{(16,0.05)} = 26.3$ es decir el valor calculado cae en la región de rechazo, en otras palabras, la hipótesis nula es falsa.

Los cálculos realizados y mostrados anteriormente fueron elaborados en una hoja de Excel, por ende, para la correcta validación, en nuestro caso se utilizó el software estadístico SPSS versión 25, y se obtuvo lo siguiente:

Tabla 20. Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS * RECAUDACIÓN TRIBUTARIA	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tabla 21. Tabla cruzada Ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas - Recaudación Tributaria

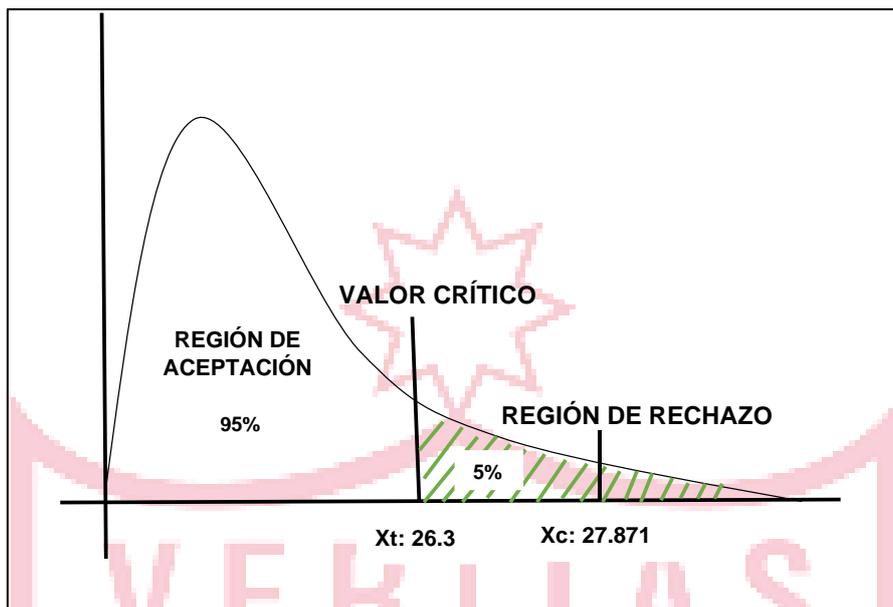
		RECAUDACIÓN TRIBUTARIA						Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo		
INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS	Totalmente en desacuerdo	Recuento	0	0	0	0	1	1
		Recuento esperado	,0	,0	,1	,4	,4	1,0
	En desacuerdo	Recuento	1	0	1	11	5	18
		Recuento esperado	,5	,3	2,3	7,5	7,5	18,0
	Indiferente	Recuento	0	1	4	7	3	15
		Recuento esperado	,4	,2	1,9	6,2	6,2	15,0
	De Acuerdo	Recuento	0	0	4	11	18	33
		Recuento esperado	,9	,5	4,2	13,7	13,7	33,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	0	0	0	2	3
		Recuento esperado	,1	,0	,4	1,2	1,2	3,0
	Total	Recuento	2	1	9	29	29	70
		Recuento esperado	2,0	1,0	9,0	29,0	29,0	70,0

Tabla 22. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,871 ^a	16	,033
Razón de verosimilitud	23,647	16	,097
N de casos válidos	70		

a. 19 casillas (76,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Decisión: Hipótesis nula (H_0) se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa



INTERPRETACIÓN:

Como se puede apreciar del gráfico, el valor calculado del Chi cuadrado ($X_c = 27.871$) y cae en zona de rechazo, por lo tanto, se puede concluir que con un nivel de significancia del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, obteniendo como conclusión que los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria.

La hipótesis ha sido probada mediante la prueba Chi – Cuadrado procesada en el Software estadístico SPSS versión 25.

5.3.2 Hipótesis Especifica (a)

La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducen la elusión tributaria.

Paso 1: Se plantea la hipótesis Nula y su respectiva hipótesis Alternativa

- **H₀:** La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas **NO** reducen la elusión tributaria.
- **H₁:** La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas **SI** reducen la elusión tributaria.

Paso 2: Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significancia de: $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde:

$r = 4$ números de filas

$c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $4 \times 5 = 20$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable. Con grados de libertad $(r-1)(c-1)$

o_{ij} = Frecuencia observada, es decir número de casos observados en la fila i de la columna j .

e_{ij} = Frecuencia esperada, es decir número de casos esperados en la fila i de la columna j . También conocido como frecuencia teórica.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante las encuestas, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 23.

Tabla 23. La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducen la elusión tributaria – Valores Observados

**OBSERVADO
HIPÓTESIS ESPECIFICA (a)**

REFORMA TRIBUTARIA (X1)	ELUSIÓN TRIBUTARIA (Y1)					TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	0	1
En desacuerdo	0	0	0	2	0	2
Indiferente	0	1	2	4	0	7
De acuerdo	0	0	2	11	13	26
Totalmente de acuerdo	0	0	1	8	25	34
TOTAL	0	1	6	25	38	70

La tabla presentada anteriormente nos brinda información relevante para el presente estudio, como ejemplo podemos observar que 13 jóvenes encuestados están de acuerdo con la reforma tributaria y a su vez están totalmente de acuerdo con la elusión tributaria como también podemos apreciar que 2 jóvenes encuestados les es indiferente tanto la reforma tributaria como la elusión tributaria.

En este caso en la Tabla de contingencia existe una fila (totalmente en desacuerdo) con la categoría de cero respuestas, por tal motivo se procede a dejar sin efecto en los cálculos, a partir de ahora y en las siguientes pruebas.

Por ende, la Tabla se reduce a una distribución de Chi cuadrado con $(5 - 1) \times (4 - 1) = 12$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ le damos lectura en la tabla del Chi cuadrado (**ver anexo N.º 03**) cuyo valor teórico es $\chi^2_{(12,0.05)} = 21.0$

Luego se procede a realizar el calculo $\chi^2_{(calculado)}$ haciendo uso de las frecuencias de la Tabla 24 se procede a construir la Tabla 25 en donde se observan las frecuencias esperadas e_{ij} .

Tomando como ejemplo: $e_1 = \frac{1 \times 1}{70} = 0.01$ y $e_2 = \frac{1 \times 6}{70} = 0.09$,

Tabla 24. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla

23

**ESPERADO
HIPÓTESIS ESPECIFICA (a)**

REFORMA TRIBUTARIA (X1)	ELUSIÓN TRIBUTARIA (Y1)					TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0.00	0.01	0.09	0.36	0.54	1
En desacuerdo	0.00	0.03	0.17	0.71	1.09	2
Indiferente	0.00	0.10	0.60	2.50	3.80	7
De acuerdo	0.00	0.37	2.23	9.29	14.11	26
Totalmente de acuerdo	0.00	0.49	2.91	12.14	18.46	34
TOTAL	0	1	6	25	38	70

Remplazando en la fórmula del estadístico de prueba y resolviendo, resulta:

$$\chi^2_{calculado} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^3 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(0 - 0.01)^2}{0.01} + \frac{(0 - 0.03)^2}{0.03} + \dots + \frac{(25 - 18.46)^2}{18.46} = 36.609$$

Los cálculos realizados y mostrados anteriormente fueron elaborados en una hoja de Excel, por ende, para la correcta validación, en nuestro caso se utilizó el software estadístico SPSS versión 25 y verificamos los resultados, obteniendo lo siguiente:

Tabla 25. Resumen de procesamiento de casos - SPSS

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
REFORMA TRIBUTARIA * ELUSIÓN TRIBUTARIA	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tabla 26. Tabla cruzada Reforma Tributaria - Elusión Tributaria

		ELUSIÓN TRIBUTARIA					Total
		En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo		
REFORMA TRIBUTARIA	Totalmente en desacuerdo	Recuento	0	1	0	0	1
		Recuento esperado	,0	,1	,4	,5	1,0
En desacuerdo	Recuento	0	0	2	0	2	
		Recuento esperado	,0	,2	,7	1,1	2,0
Indiferente	Recuento	1	2	4	0	7	
		Recuento esperado	,1	,6	2,5	3,8	7,0
De Acuerdo	Recuento	0	2	11	13	26	
		Recuento esperado	,4	2,2	9,3	14,1	26,0
Totalmente de acuerdo	Recuento	0	1	8	25	34	
		Recuento esperado	,5	2,9	12,1	18,5	34,0
Total	Recuento	1	6	25	38	70	
		Recuento esperado	1,0	6,0	25,0	38,0	70,0

Tabla 27. Pruebas de chi - cuadrado

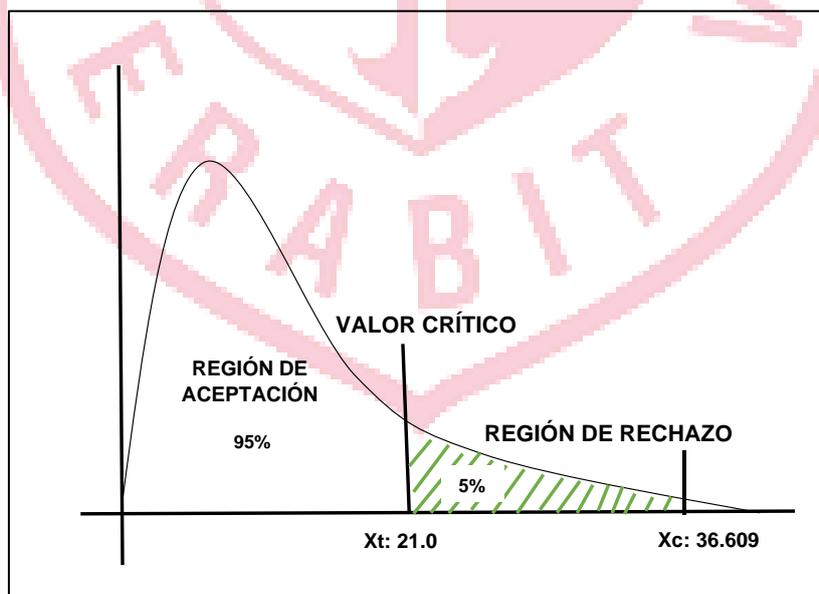
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,609 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	29,724	12	,003
N de casos válidos	70		

a. 16 casillas (80.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Paso 4: Decisión

Haciendo uso de las reglas establecidas en la sección 4.1.4 podemos observar que el valor teórico del Chi cuadrado es menor que el valor calculado, por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula.

Podemos apreciar $\chi^2_{(calculado)} = 36.609 > \chi^2_{(12,0.05)} = 21.0$ es decir el valor calculado cae en la región de rechazo, en otras palabras, la hipótesis nula es falsa.



INTERPRETACIÓN:

Como se puede apreciar del gráfico, el valor calculado del Chi cuadrado ($X_c = 36.609$) y cae en zona de rechazo, por lo tanto, se puede concluir que con un nivel de significancia del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, obteniendo como conclusión que la implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducen la elusión tributaria.

La hipótesis ha sido probada mediante la prueba Chi – Cuadrado procesada en el Software estadístico SPSS versión 25.

5.3.3 Hipótesis Específica (b)

La falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria.

Paso 1: Se plantea la hipótesis Nula y su respectiva hipótesis Alternativa

- **H₀:** La falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas **NO** afectan la equidad tributaria.
- **H₁:** La falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas **SI** afectan la equidad tributaria.

Paso 2: Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significancia de: $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde:

$r = 5$ números de filas

$c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable. Con grados de libertad $(r-1)(c-1)$

o_{ij} = Frecuencia observada, es decir número de casos observados en la fila i de la columna j .

e_{ij} = Frecuencia esperada, es decir número de casos esperados en la fila i de la columna j . También conocido como frecuencia teórica.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante las encuestas, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 28.

Tabla 28. La falta de mecanismos de recaudación de impuestos a los servicios de streaming afectan la equidad tributaria – Valores Observados

**OBSERVADO
HIPÓTESIS ESPECIFICA (b)**

MECANISMOS DE RECAUDACIÓN(X2)	EQUIDAD TRIBUTARIA (Y2)					TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0	1	0	0	0	1
En desacuerdo	0	1	1	0	2	4
Indiferente	1	0	3	3	0	7
De acuerdo	0	3	8	16	4	31
Totalmente de acuerdo	0	0	20	2	5	27
TOTAL	1	5	32	21	11	70

En este caso la Tabla tiene una distribución del Chi cuadrado con $(5-1) \times (5-1) = 16$ grados de libertad para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ le damos lectura en la tabla del Chi cuadrado (ver anexo N.º 03) cuyo valor teórico es $\chi^2_{(16,0.05)} = 26.3$

Tabla 29. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla

28

**ESPERADO
HIPÓTESIS ESPECIFICA (b)**

MECANISMOS DE RECAUDACIÓN(X2)	EQUIDAD TRIBUTARIA (Y2)					TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0.01	0.07	0.46	0.30	0.16	1
En desacuerdo	0.06	0.29	1.83	1.20	0.63	4
Indiferente	0.10	0.50	3.20	2.10	1.10	7
De acuerdo	0.44	2.21	14.17	9.30	4.87	31
Totalmente de acuerdo	0.39	1.93	12.34	8.10	4.24	27
TOTAL	1	5	32	21	11	70

Luego se procede a realizar el cálculo $\chi^2_{(calculado)}$ haciendo uso de las frecuencias de la Tabla 28 en donde se observan también las frecuencias esperadas e_{ij} .

Remplazando en la fórmula del estadístico de prueba y resolviendo, resulta:

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^3 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(0 - 0.01)^2}{0.01} + \frac{(0 - 0.06)^2}{0.06} + \dots + \frac{(5 - 4.24)^2}{4.24} = 49.694$$

Los cálculos realizados y mostrados anteriormente fueron elaborados en una hoja de Excel, por ende, para la correcta validación, en nuestro caso se utilizó el software estadístico SPSS versión 25 y verificamos los resultados, obteniendo lo siguiente:

Tabla 30. Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
MECANISMOS DE RECAUDACIÓN * EQUIDAD TRIBUTARIA	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tabla 31. Tabla cruzada Mecanismos de Recaudación - Equidad Tributaria

Tabla cruzada MECANISMOS DE RECAUDACIÓN*EQUIDAD TRIBUTARIA

			EQUIDAD TRIBUTARIA				Totalmente de acuerdo	Total
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo		
MECANISMOS DE RECAUDACIÓN	Totalmente en desacuerdo	Recuento	0	1	0	0	0	1
		Recuento esperado	,0	,1	,5	,3	,2	1,0
	En desacuerdo	Recuento	0	1	1	0	2	4
		Recuento esperado	,1	,3	1,8	1,2	,6	4,0
	Indiferente	Recuento	1	0	3	3	0	7
		Recuento esperado	,1	,5	3,2	2,1	1,1	7,0
	De Acuerdo	Recuento	0	3	8	16	4	31
		Recuento esperado	,4	2,2	14,2	9,3	4,9	31,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	20	2	5	27
		Recuento esperado	,4	1,9	12,3	8,1	4,2	27,0
Total		Recuento	1	5	32	21	11	70
		Recuento esperado	1,0	5,0	32,0	21,0	11,0	70,0

Tabla 32. Pruebas de chi - cuadrado

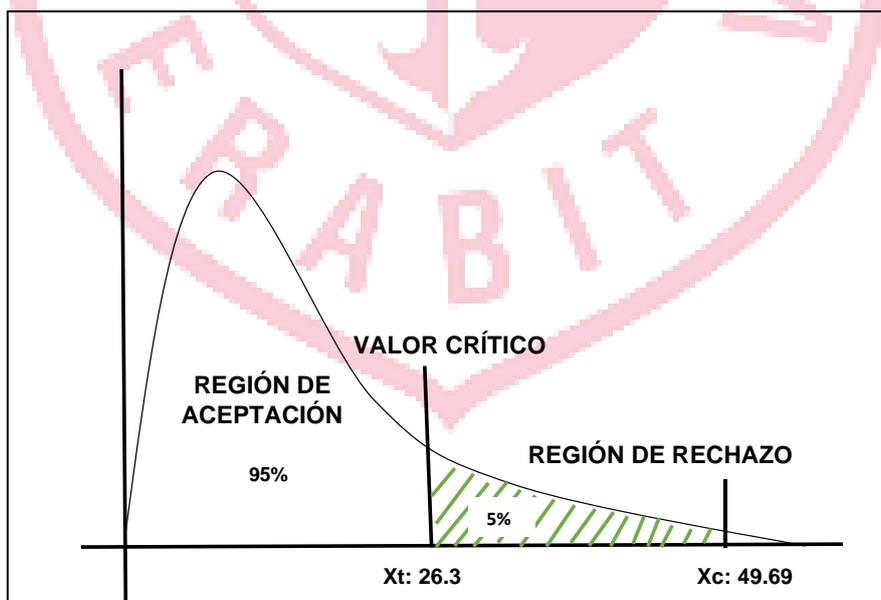
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	49,694 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	41,377	16	,000
N de casos válidos	70		

a. 21 casillas (84.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Paso 4: Decisión

Haciendo uso de las reglas establecidas en la sección 4.1.4 podemos observar que el valor teórico del Chi cuadrado es menor que el valor calculado, por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula.

Podemos apreciar $\chi^2_{(calculado)} = 49.694 > \chi^2_{(12,0.05)} = 26.3$ es decir el valor calculado cae en la región de rechazo, en otras palabras, la hipótesis nula es falsa.



INTERPRETACIÓN:

Como se puede apreciar del gráfico, el valor calculado del Chi cuadrado ($X_c = 49.69$) y cae en zona de rechazo, por lo tanto, se puede concluir que con un nivel de significancia del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, obteniendo como conclusión que la falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria.

La hipótesis ha sido probada mediante la prueba Chi – Cuadrado procesada en el Software estadístico SPSS versión 25.

5.3.4 Hipótesis Específica (c)

La demanda de usuarios de los servicios de streaming se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.

Paso 1: Se plantea la hipótesis Nula y su respectiva hipótesis Alternativa

- **H₀:** La demanda de los servicios de streaming **NO** se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.
- **H₁:** La demanda de los servicios de streaming **SI** se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.

Paso 2: Para el caso del problema se ha considerado un nivel de significancia de: $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi cuadrado:

$$X^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde:

$r = 3$ números de filas

$c = 3$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $3 \times 3 = 9$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable. Con grados de libertad $(r-1)(c-1)$

o_{ij} = Frecuencia observada, es decir número de casos observados en la fila i de la columna j .

e_{ij} = Frecuencia esperada, es decir número de casos esperados en la fila i de la columna j . También conocido como frecuencia teórica.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante las encuestas, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 33.

Tabla 33. La demanda de usuarios de los servicios de streaming se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas – Valores observados

**OBSERVADO
HIPÓTESIS ESPECIFICA (c)**

DEMANDA DE USUARIOS(X3)	IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (Y3)					
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	TOTAL
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Indiferente	0	0	1	4	2	7
De acuerdo	0	0	12	10	2	24
Totalmente de acuerdo	0	0	23	11	5	39
TOTAL	0	0	36	25	9	70

En este caso en la Tabla de contingencia existe dos filas (totalmente en desacuerdo y en desacuerdo) y dos columnas (totalmente en desacuerdo y en desacuerdo) con la categoría de cero respuestas, por tal motivo se procede a dejar sin efecto en los cálculos, a partir de ahora y en las siguientes pruebas.

Por ende, la Tabla se reduce a una distribución de Chi cuadrado con $(3 - 1) \times (3 - 1) = 4$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ le damos lectura en la tabla del Chi cuadrado (**ver anexo N.º 03**) cuyo valor teórico es $\chi^2_{(4,0.05)} = 9.49$

Tabla 34. Valores esperados calculados a partir de los datos observados en la Tabla

33

ESPERADO HIPÓTESIS ESPECIFICA (c)						
DEMANDA DE USUARIOS(X3)	IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (Y3)					TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0
En desacuerdo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0
Indiferente	0.00	0.00	3.60	2.50	0.90	7
De acuerdo	0.00	0.00	12.34	8.57	3.09	24
Totalmente de acuerdo	0.00	0.00	20.06	13.93	5.01	39
TOTAL	0	0	36	25	9	70

Luego se procede a realizar el calculo $\chi^2_{(calculado)}$ haciendo uso de las frecuencias de la Tabla 34 se pueden observar las frecuencias esperadas e_{ij} .

Reemplazando en la fórmula del estadístico de prueba y resolviendo, resulta:

$$\chi^2_{calculado} = \sum_{i=1}^3 \sum_{j=1}^3 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(1 - 3.60)^2}{3.60} + \frac{(12 - 12.34)^2}{12.34} + \dots + \frac{(5 - 5.01)^2}{5.01} = 5.799$$

Los cálculos realizados y mostrados anteriormente fueron elaborados en una hoja de Excel, por ende, para la correcta validación, en nuestro caso se utilizó el software estadístico SPSS versión 25 y verificamos los resultados, obteniendo lo siguiente:

Tabla 35. Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
DEMANDA DE USUARIOS * IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tabla 36. Tabla cruzada Demanda de Usuarios - Impuesto General a las Ventas

Tabla cruzada DEMANDA DE USUARIOS * IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

		IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS				
		Indiferente	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total	
DEMANDA DE USUARIOS	Indiferente	Recuento	1	4	2	7
		Recuento esperado	3,6	2,5	,9	7,0
	De Acuerdo	Recuento	12	10	2	24
		Recuento esperado	12,3	8,6	3,1	24,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	23	11	5	39
		Recuento esperado	20,1	13,9	5,0	39,0
Total	Recuento	36	25	9	70	
	Recuento esperado	36,0	25,0	9,0	70,0	

Tabla 37. Pruebas de chi - cuadrado

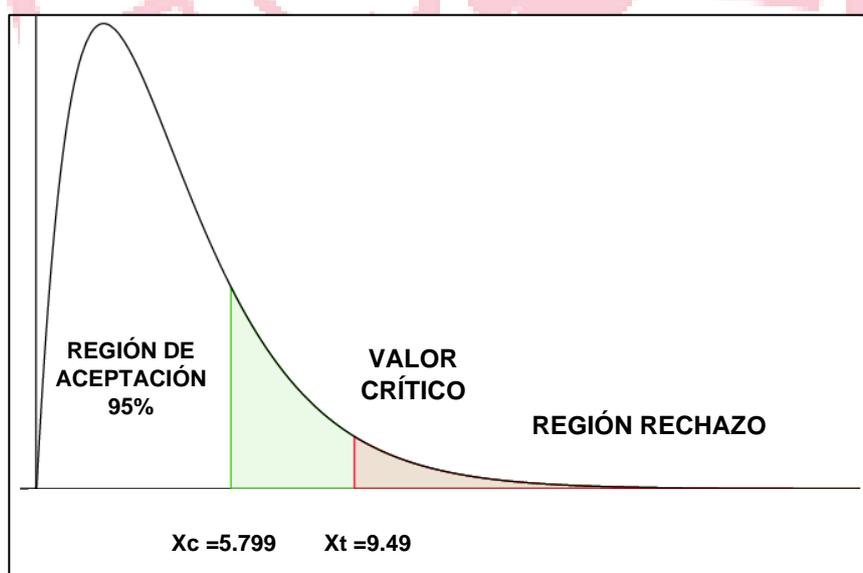
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,799 ^a	4	,215
Razón de verosimilitud	6,141	4	,189
N de casos válidos	70		

a. 4 casillas (44.4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .90.

Paso 4: Decisión

Haciendo uso de las reglas establecidas en la sección 4.1.4 podemos observar que el valor teórico del Chi cuadrado es mayor que el valor calculado, por lo tanto, se procede aceptar la hipótesis nula.

Podemos apreciar $\chi^2_{(calculado)} = 5.799 < \chi^2_{(4,0.05)} = 9.49$ es decir el valor calculado cae en la región de aceptación, en otras palabras, la hipótesis nula es verdadera.



INTERPRETACIÓN:

Como se puede apreciar del gráfico, el valor calculado del Chi cuadrado ($X_c = 5.799$) y cae en zona de aceptación, por lo tanto, se puede concluir que con un nivel de significancia del 5% se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternante, obteniendo como conclusión que la demanda de usuarios de los servicios de streaming no se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas. La hipótesis ha sido probada mediante la prueba Chi – Cuadrado procesada en el Software estadístico SPSS versión 25.



CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

6.1 Discusión

La encuesta aplicada a una muestra de 70 personas residentes en el distrito de La Molina entre las edades de 25 a 30 años nos brindó información relevante y necesaria para realizar la presente investigación, la cual nos permite analizar el punto de vista de los usuarios finales sobre los servicios de streaming prestados por sujetos no domiciliados respecto a una probable aplicación del impuesto general a las ventas (IGV) sobre dichos servicios y un posible aumento en el precio final. Además, los encuestados opinaron sobre el efecto en la calidad del servicio y número de suscriptores.

En síntesis, podemos mencionar que la postura general de los encuestados fue la siguiente:

- a) Son conscientes y comprenden que, si se grava de manera efectiva, los servicios de streaming prestados por empresas extranjeras con el IGV, el Estado se favorece debido al aumento de la recaudación tributaria.

Es importante señalar que es una tendencia internacional el que se graven estos servicios relacionados a la economía digital y una oportunidad enorme de establecer una nueva fuente de ingresos tributarios para los países. Es favorable que los ciudadanos conozcan como beneficia una mayor recaudación tributaria, pues estos serán recompensados de manera indirecta por el Estado mediante las obras sociales que se realicen con el dinero recaudado por los tributos.

En este caso, el afán de recaudar debe primar porque son servicios que han eludido por varios años, cuando lo correcto era que tributen desde que comenzaron operaciones en el Perú. Además, este tipo de servicios de entretenimiento no son indispensables para una persona pues no es un servicio esencial como lo son: el agua, la luz, internet u otro servicio, por lo que, si aumenta su precio, las personas que requieran el servicio lo pagarán y, aunque suene pesimista, los que no puedan soportar la carga del IGV, deberán optar por otra opción de entretenimiento o cancelar su suscripción.

- b)** Consideran que se establecerían las mismas reglas tributarias sobre todos los servicios que se presten y utilicen en el país sin hacer distinción por el domicilio del prestador del servicio, por lo que se pone fin a la elusión tributaria existente por parte de estas empresas extranjeras y a la competencia desleal frente a las empresas nacionales.

La normativa tributaria actual considera que cuando las personas naturales utilizan servicios prestados por sujetos no domiciliados de manera habitual, deben ser gravados con el impuesto general a las ventas. A la fecha, por falta de un procedimiento de recaudación del IGV, no se ha recaudado ningún sol y estas empresas han eludido miles de millones de soles durante todos estos años. Por otro lado, el mercado de los servicios digitales en el Perú se ha distorsionado pues existen servicios relacionados a la economía digital que si pagan IGV. Por ejemplo, cuando un sujeto domiciliado presta un servicio similar a una empresa y/o persona natural peruana o cuando un sujeto no domiciliado le presta el servicio a una empresa peruana, estas se encuentran afectas al IGV.

Esto genera una desigualdad cuando una persona natural peruana utiliza un servicio de un sujeto extranjero de manera directa y encontrándose dentro del alcance del IGV, no se grava debido a que no existe un agente retenedor del impuesto.

- c) Muestran su disconformidad ante el aumento del precio, a pesar de que no sea un monto significativo, y consideran que el impuesto debe ser asumido de forma compartida entre el usuario final y la empresa extranjera.

Con respecto a este punto, es lógico y normal que los usuarios finales de cualquier servicio se muestren en desacuerdo frente a un aumento del servicio que consumen. Sin embargo, la tasa del 18% por concepto de IGV, no sería un monto determinante para abandonar el servicio pues la mayoría optaría por continuar y asumiría el aumento respectivo. A pesar de ello, consideran que lo ideal sería que el impuesto sea asumido por ambas partes y no solo por ellos pues es lo que ha ocurrido en varios países.

Precios de Netflix en Perú al 28.02.2022:

	Básico	Estándar	Premium
Costo mensual* (soles peruanos)	PEN 24,90	PEN 34,90	PEN 44,90
Cantidad de dispositivos en los que podrás ver contenido simultáneamente	1	2	4
Cantidad de teléfonos o tablets en los que podrás almacenar descargas	1	2	4
Películas, series y juegos móviles sin límite	✓	✓	✓
Ve en tu laptop, TV, teléfono o tablet	✓	✓	✓
HD disponible		✓	✓
Ultra HD disponible			✓

A continuación, se aprecia un cuadro con la variación de los precios en Netflix Perú, considerando que el usuario final asuma la totalidad del Impuesto General a las Ventas:

PRECIO SIN IGV	<i>Paquete Básico:</i> S/ 24.90	<i>Paquete</i> <i>Estándar: S/ 34.90</i>	<i>Paquete</i> <i>Premium: S/ 44.90</i>
PRECIO CON IGV	<i>Paquete Básico:</i> S/ 29.40	<i>Paquete</i> <i>Estándar: S/ 41.20</i>	<i>Paquete</i> <i>Premium: S/ 53.00</i>

Como se puede observar, el precio varía entre S/5.00 y S/10.00, el cual no es un monto significativo para el usuario final que reside en La Molina.

- d)** Opinan que la calidad del servicio no sufriría algún cambio en su forma de consumirse, solo existirá un ajuste en el precio final del servicio debido a la aplicación del IGV.

Es importante mencionar para la tranquilidad de los usuarios finales de los servicios de streaming, que las plataformas no han realizado cambio alguno sobre la forma en que brindan en el servicio en los países donde se ha aplicado el impuesto al valor agregado (IVA) sobre esta clase de servicios. El factor precio es el que ha sido modificado, pues al agregar el porcentaje correspondiente (varía por país), el precio final aumentara y significa un mayor desembolso mensual para las personas. Sin embargo, producto de la pandemia COVID-19, a pesar del aumento de los precios de los servicios de streaming, la demanda de estos servicios digitales ha aumentado en gran medida.

- e) Sostienen que el número de suscriptores sufriría una variación significativa si se empieza a cobrar el IGV sobre estos servicios de streaming.

Respecto al último punto, si se sigue la lógica normal en una economía tradicional, al aumentar el precio de un servicio, produciría una reducción en la demanda que optaría por buscar un servicio sustituto o simplemente retirarse del servicio. Empero, como se mencionó en el anterior párrafo, la pandemia mundial por el COVID-19 produjo el efecto inverso por lo que la cantidad de suscriptores aumentó. En el período 2020, año de inicio de la pandemia, una gran cantidad de personas que nunca habían consumido estos servicios de streaming, tomaron la decisión de suscribirse por primera vez ya que debían permanecer aislados en sus domicilios con sus respectivas familias.

Esto trajo como consecuencia que el tiempo dedicado para ver películas y series o escuchar música se incrementó en los hogares y las plataformas digitales que brindan los servicios de streaming fueron los más beneficiados. Otro dato importante es que, en el año 2021, la cantidad de suscriptores no se ha reducido, sino que sigue aumentando, por lo que podemos concluir que los nuevos usuarios del 2020 han decidido continuar con el servicio a pesar de que el aislamiento social terminó.

6.2 Conclusiones

- a) La elusión tributaria existente en los ingresos generados por los servicios de streaming prestados por sujetos no domiciliados se reduce de manera significativa, gracias a una reforma tributaria con respecto a la Ley del IGV, donde se establecen las características que identifican estos servicios y sean contemplados en la nueva norma para la afectación del impuesto.
- b) En la actualidad, no existe un mecanismo de recaudación del impuesto respecto a estas plataformas de streaming, lo cual afecta la equidad tributaria de las actividades económicas en el país debido a que toda empresa nacional cumple con el pago del IGV, mientras que los precios de estos servicios continúan sin ser gravados con el impuesto.
- c) La aplicación del IGV en estas plataformas produce una variación significativa en la cantidad de usuarios porque consideran que, por el aumento del precio, muchos optarán por cancelar el servicio o buscar otras alternativas de entretenimiento. Sin embargo, la experiencia internacional ha demostrado que, desde el año 2020, la demanda ha aumentado influenciado por el aislamiento social generado por el COVID-19.

Como conclusión general, los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan positivamente en la recaudación tributaria, pues al aplicarse una reforma tributaria respecto al IGV se genera una gran oportunidad de nueva fuente de ingresos para la recaudación tributaria y así, financiar mejores servicios e infraestructura pública en beneficio de la población.

6.3 Recomendaciones

- a) Se propone que el Poder Ejecutivo asuma el cargo en modificar la Ley y Reglamento del IGV con respecto a los servicios de streaming utilizados en el Perú. Consideramos que dentro de la Norma se debe contemplar un capítulo en donde se desarrolle el tratamiento tributario de este tipo de servicios con el fin de disminuir la elusión tributaria y teniendo en consideración las siguientes características:
- Se debe seguir el lineamiento sobre el criterio de la fuente del Impuesto a la Renta, pero en esta ocasión aplicado al Impuesto General a las Ventas, es decir que estos servicios digitales deben ser gravados con este último impuesto en el Perú porque las empresas no domiciliadas están generando ingresos dentro de nuestro territorio, pues los usuarios finales son residentes peruanos y consumen el servicio en el país. Por lo tanto, no debe considerarse relevante el domicilio del proveedor de la plataforma.
 - La tasa del IGV para estos servicios será el mismo que para todos los bienes y servicios en general: 16% (IGV) + 2% (Impuesto de promoción municipal – IPM). Esto obedece a que no exista una tasa preferente para este tipo de servicios.

- Para acreditar que el consumo del servicio por parte del usuario final se esté realizando en nuestro país, se debe utilizar la dirección IP del usuario, dirección de la residencia del usuario y el país del Banco que emitió el instrumento financiero por donde se cancelará el servicio que a su vez será agente retenedor de dicho impuesto.
 - SUNAT, mediante su equipo especializado en servicios relacionados a la economía digital, debe gestionar con las entidades financieras y las plataformas digitales para el intercambio de información correspondiente sobre los usuarios del servicio de streaming.
- b)** Para lograr una equidad tributaria entre todas las actividades económicas realizadas en el país consideramos necesario implementar un mecanismo de recaudación donde intervenga la SUNAT y las entidades financieras, y que estas últimas sean las encargadas de retener el impuesto a los usuarios finales al momento de realizar el pago mensual a través de los medios de pagos electrónicos como tarjetas de débito y crédito. De esta manera, se está facilitando el pago del impuesto a los consumidores finales, ya que no necesitan realizar una declaración ni otra operación adicional, solo realizar la cancelación del servicio y de esa forma quitarle responsabilidad al usuario de realizar procesos engorrosos como un doble pago: por servicio y por el impuesto. Por otro lado, a través de estas entidades, el IGV retenido será transferido a la SUNAT de manera mensual u otro período que se ajuste a las posibilidades de las entidades financieras.

c) La SUNAT debe realizar spots publicitarios por medios de comunicación tradicionales y medios digitales donde se mencione la finalidad de gravar con IGV sobre los servicios de streaming y como se beneficia el Estado peruano mediante la recaudación tributaria. Cada usuario, dependiendo de sus posibilidades económicas, deberá tomar la decisión si continúa, cambia o cancela la suscripción al servicio. Cabe señalar que es importante que el usuario final comprenda que este recargo en el servicio corresponde a un tributo por el cual obtendrá una contraprestación a través de los servicios públicos los cuales pueden ser mejorados y modernizados con una mayor recaudación tributaria.

Como recomendación general, consideramos que el Estado debe priorizar y acelerar la promulgación de la reforma tributaria con respecto a los servicios de streaming prestados por sujetos no domiciliados. Esto se debe a la necesidad de recuperar la recaudación tributaria perdida desde el año 2020 por el aislamiento obligatorio producto del COVID-19. Además, al realizarse estos cambios a la normativa nos adecuamos a los lineamientos de la OCDE, los cuales buscan nuevas alternativas de recaudación de impuestos ante los avances tecnológicos en economía digital.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias Electrónicas:

- Actua.Pe. (12 de julio de 2019). *Evasión y elusión tributaria: causa y efecto de la injusticia fiscal*. Recuperado de: <https://actua.pe/evasion-elusion-fiscal-injusticia-tributaria/>
- Anabalón Figueroa, J. (2018). *Lineamiento OCDE para la Tributación de la Economía Digital*. [Tesis de Maestría, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/164055/Anabal%C3%B3n%20Figueroa%20Jorge.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Ayala Gómez, E. y Cáceres Armas, A. (2018). *Reforma Tributaria pendiente de negocios en plataformas virtuales de paga en el Perú y su impacto en la recaudación fiscal de Lima Metropolitana 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625760/Ayala_ge.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bravo, J. (2003). *Fundamentos de Derecho Tributario*. Lima: Palestra. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=lsxJDwAAQBAJ&pg=PT4&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

- Byrne, M. (03 de agosto de 2020). *Impuesto a los servicios digitales en el Perú*. Universidad de Lima. Recuperado de: <https://www.ulima.edu.pe/posgrado/maestrias/mtpf/blog/impuesto-serviciospdigitales-peru>
- Cardeña Sucasaca, F. (2019). *Problemática actual y propuesta del tratamiento tributario del IGV en la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a consumidores finales, la necesidad de su regulación en la política tributaria del Perú moderno*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado de: [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16045/Carde%*c3%b1a_Sucasaca_Problem%*c3%a1tica_actual_propuesta1.pdf?sequence=1&isAllowed=y**](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16045/Carde%c3%b1a_Sucasaca_Problem%c3%a1tica_actual_propuesta1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chevalier, S. (16 de septiembre de 2020). *El auge de las plataformas de streaming en América Latina*. Statista. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/16339/panorama-de-la-tv-paga-por-internet-en-america-latina/>
- Collosa, A. (s.f.). *Sistemas Tributarios y Reformas Tributarias*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Recuperado de: <https://ciat.org/sistemas-tributarios-y-reformas-tributarias-algunas-ideas-del-tema-parte-1/>

- Conexión ESAN. (15 de julio de 2019). *La OCDE y el proyecto contra BEPS: conoce sus beneficios en el panorama financiero*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/07/la-ocde-y-el-proyecto-contra-beps-conoce-sus-beneficios-en-el-panorama-financiero/>
- El Comercio. (19 de noviembre de 2020). *El 83% de peruanos contrató su primer servicio de streaming este año, afirma estudio*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/el-83-de-peruanos-contrato-su-primer-servicio-de-streaming-este-ano-afirma-estudio-nndc-noticia/#:~:text=Lima%2C%2019%20de%20noviembre%20de,%E2%80%9D%2C%20publicado%20por%20Sherlock%20Communications>
- El Economista. (18 de enero de 2021). *Comex: Plataformas digitales pueden generar impuestos por USD 44 millones*. Recuperado de: <https://www.eleconomistaamerica.pe/telecomunicacion-tecnologia-pe/noticias/10998214/01/21/Comexplataformas-digitales-pueden-generar-impuestos-por-USD-44-millones.html>
- Enciclopedia Económica. (s.f.). *Entidad financiera*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/entidad-financiera/>
- Jiménez, M. (27 de abril de 2020). *Los ganadores empresariales de la pandemia son tecnológicos*. CincoDías. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/04/26/companias/1587926357_776058.html

- Neira, E. (2020). Streaming Wars. *Libros Cúpula*. Recuperado de: https://planetadelibroscom.cdnstatics2.com/libros_contenido_extra/43/42685_STREAMING_WARS.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2021). *Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe*. [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://www.oecd.org/tax/consumption/kit-de-herramientas-de-iva-digital-para-latinoamerica-y-el-caribe-aspectos-destacados-y-principales-recomendaciones.pdf>
- Ordoñez, L. (16 de setiembre de 2016). *¿Qué es el streaming?* Oleoshop. Recuperado de: <https://www.oleoshop.com/blog/streaming-que-es>
- Otoyá Lemaitre, D. y Llamas Borge, M. (2017). *La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Javeriana de Colombia]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/34120/OtoyáLemaitreDanielJose2017.pdf?sequen>

- Pintado Castillo, C. (2020). *Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8390/BC4793%20PINTADO%20CASTILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Plug Latam. (s.f.). *Servicio de Streaming*. Recuperado de: <https://www.pluglatam.com/servicio-de-streaming/>
- Quintanilla, E. (2014). *La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica*. [Tesis de Doctorado, Universidad de San Martín de Porres]. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1106/quintanilla_ce.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SUNAT. (15 de marzo de 2007). *Facultades de la Administración Tributaria*. Recuperado de: <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro2/titul21.htm#:~:text=TEXTO%20ANTERIOR,Art%C3%ADculo%2055%C2%BA%20.%2DFACULTAD%20DE%20RECAUDACION,a%20tributos%20administrados%20por%20aqu%C3%A9lla>

- Superintendencia de Administración Tributaria. (s.f.). *Cultura Tributaria*. Recuperado de: <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2020). *Glosario de términos sobre cultura tributaria y aduanera*. [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- Trujillo, E. (s.f.). *Proyecto de ley. Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-ley.html>
- Velázquez, S. (19 de febrero de 2017). *Principios de la Tributación, Equidad e Igualdad*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Recuperado de: <https://www.ciat.org/principios-de-la-tributacion-equidad-e-igualdad/>
- Verizon Communications. (s.f.). *Definición de Streaming*. Recuperado de: <https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/>

ANEXO N° 01 :

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO DE LA MOLINA AÑO 2020 - 2021					
AUTOR: MARIA FERNANDA OSTOS TOLEDO - ANGEL DANIEL PEREZ AMANZO					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable Independiente	Variable Independiente	<p>1. Tipo de investigación: Investigación Aplicada.</p> <p>2. Diseño de investigación: No experimental , Descriptivo – Estadístico y de análisis - síntesis</p> <p>3. Estrategia de contrastación de hipótesis: Distribución de Chi cuadrado</p> <p>4. Población.- Está delimitada por 70,000 consumidores finales de servicios de streaming entre 25 y 30 años residentes en el distrito de La Molina.</p> <p>5. Muestra.- Según muestreo aleatorio simple, se determinó en 70 jóvenes consumidores finales de servicios de streaming residentes en el distrito de La Molina.</p> <p>Se utilizó la siguiente fórmula: $n = 70$</p> <p>6. Técnicas de recolección de datos:</p> <p>a. Encuesta.</p> <p>7. Instrumentos de investigación:</p> <p>a. El Cuestionario.</p>
¿De qué manera los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina año 2020 - 2021?	Determinar si los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina año 2020 - 2021.	Los ingresos por servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas impactan en la recaudación tributaria en el distrito de La Molina año 2020 - 2021.	(X) INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS	X.1 Reforma Tributaria X.2 Mecanismos de Recaudación de Impuestos X.3 Demanda de usuarios	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
a) ¿En qué medida la implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducirían la elusión tributaria?	a) Evaluar en qué medida la implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducirían la elusión tributaria.	a) La implementación de una reforma tributaria a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas reducen la elusión tributaria.	<u>Variable dependiente</u> (Y) RECAUDACIÓN TRIBUTARIA	<u>Variable dependiente</u> Y.1 Elusión Tributaria Y.2 Equidad Tributaria Y.3 Impuesto General a las Ventas	
b) ¿Cómo la falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria?	b) Determinar si la falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria.	b) La falta de mecanismos de recaudación de impuestos que gravan a los servicios de streaming prestados por empresas no domiciliadas afectan la equidad tributaria.			
c) ¿De qué manera la demanda de usuarios de los servicios de streaming serían afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas?	c) Evaluar de qué manera la demanda de usuarios de los servicios de streaming serían afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.	c) La demanda de usuarios de los servicios de streaming se ven afectados por el cobro del Impuesto General a las Ventas.			

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

ANEXO N° 02:

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por finalidad recoger información relevante relacionada con la investigación titulada **"INGRESOS POR SERVICIOS DE STREAMING PRESTADOS POR EMPRESAS NO DOMICILIADAS Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN EL DISTRITO LA MOLINA AÑO 2020 Y 2021"**, la misma que está compuesta por un conjunto de preguntas, donde luego de leer dicha interrogante debe elegir la alternativa que considere correcta, marcando con un aspa (X). Se le recuerda que esta técnica es anónima.

X.1. Inversión Pública

1. ¿Considera usted que la recaudación del IGV por Servicios de Streaming prestados por no domiciliados sería beneficioso para la Inversión Pública?
 - a) Totalmente de acuerdo ()
 - b) De Acuerdo ()
 - c) Indiferente ()
 - d) En desacuerdo ()
 - e) Totalmente en desacuerdo ()

X.2. Congreso de la República

2. ¿Considera usted que el Congreso de la República debe priorizar los cambios en la Ley del IGV respecto a los servicios streaming?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

X.3. SUNAT

3. ¿Considera necesario que la SUNAT implemente un mecanismo de recaudación del IGV respecto a los servicios de streaming prestados por no domiciliados?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

X.4. Entidades Financieras

4. ¿Está de acuerdo con que las Entidades Financieras cumplan el rol de agentes retenedores del IGV aplicado a los servicios de streaming?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

X.5. Precio del servicio

5. ¿Considera usted que las empresas no domiciliadas deberían reducir sus costos y asumir el IGV para no afectar al usuario en el precio total del servicio?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

X.6. Cantidad de suscripciones

6. ¿Considera que la cantidad de suscriptores sufriría una variación significativa si el precio del plan aumenta entre 5 a 10 soles en promedio?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Variable Independiente (X): Ingresos por Servicios de Streaming prestados por empresas no domiciliadas.

7. ¿En su opinión, al gravarse con IGV los servicios de streaming prestados por no domiciliados e incrementar su precio, usted decidiría continuar con el servicio?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Y.1. Beneficio de vacíos legales

8. ¿Considera que las empresas no domiciliadas prestadoras de servicios de streaming se benefician de vacíos legales existentes en nuestra legislación?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Y.2. Cultura Tributaria

9. ¿Considera que al difundir y promover los beneficios que conlleva la regulación tributaria de los servicios de streaming mejoraría la cultura tributaria?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Y.3. Competencia desleal

10. ¿En su opinión; la elusión de IGV en los servicios de streaming prestados por no domiciliados genera una competencia desleal entre estas empresas y las empresas nacionales?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Y.4. Calidad del servicio

11. ¿Considera usted que al gravarse con IGV los servicios de streaming prestados por empresas extranjeras se producirá un cambio en la calidad del servicio?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Y.5. Pago del impuesto

12. ¿En su opinión, considera que el usuario final y la empresa no domiciliada deberían asumir el pago del IGV de manera compartida?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Y.6. Usuarios finales

13. ¿Considera usted que de aplicarse el IGV a las empresas prestadoras de servicios de streaming no domiciliadas afectará al usuario final?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De Acuerdo ()
- c) Indiferente ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

Variable Dependiente (Y): Recaudación Tributaria

14. ¿Considera usted que sería beneficioso para la recaudación tributaria que se graven con IGV los servicios de streaming prestados por no domiciliados?

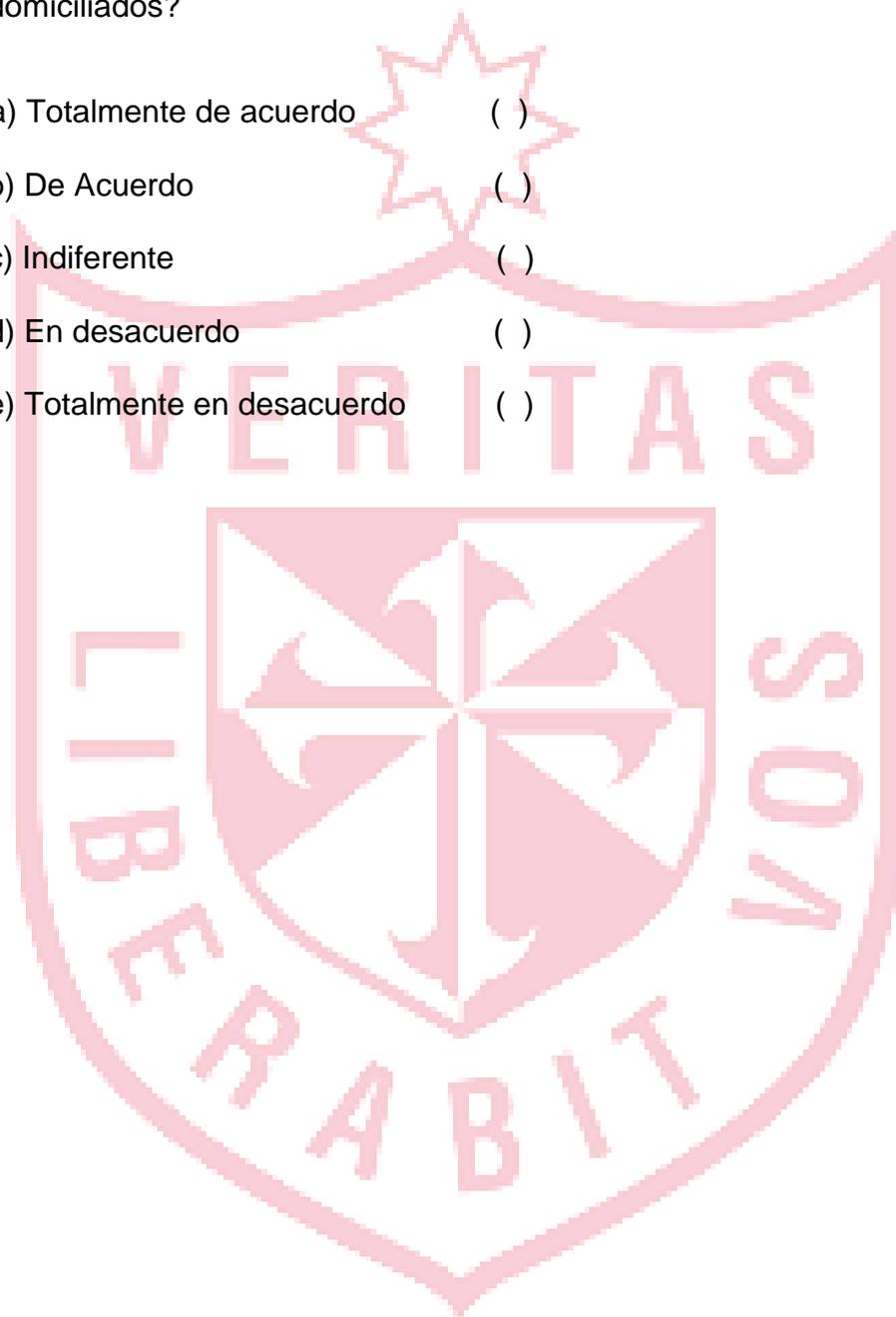
a) Totalmente de acuerdo ()

b) De Acuerdo ()

c) Indiferente ()

d) En desacuerdo ()

e) Totalmente en desacuerdo ()



ANEXO N° 03:

ALFA DE CRONBACH

ID	¿Considera usted qu	¿Considera usted qu	¿Considera necesari	¿Está de acuerdo co	¿En su opinión, si es	¿Considera usted qu	¿Considera que la co	¿Considera que las e	¿Considera que al di	¿En su opinión; la el	¿Considera usted qu	¿En su opinión, cons	¿Considera usted qu	¿Considera usted que se
1	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
2	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
3	5	5	5	5	1	4	2	5	5	5	2	5	4	5
4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	2	4
5	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	3	4	4
6	5	4	5	5	3	3	5	4	4	5	5	2	3	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3
9	3	2	2	2	2	4	2	4	4	4	5	5	4	4
10	4	4	5	4	2	4	2	5	4	2	4	4	4	4
11	2	4	4	3	2	4	3	4	4	2	3	3	2	3
12	5	4	4	5	2	5	5	2	3	5	4	4	5	4
13	4	4	5	5	2	5	4	5	4	4	2	4	4	5
14	4	4	5	5	2	5	4	5	4	4	2	4	4	5
15	4	4	5	5	2	5	4	5	4	4	2	4	4	5
16	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
17	2	2	2	2	4	4	4	4	3	2	2	2	4	3
18	5	5	5	3	2	5	4	5	5	5	1	4	2	5
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
21	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
24	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
26	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
28	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
29	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
30	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
31	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
32	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
33	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
34	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	5
35	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4
36	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	1	2	4	4
37	5	4	4	2	4	4	4	5	5	3	4	2	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	2	2	2	4	5	4	3	2	4	2	2	4	3
40	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	3	2	4	4
41	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	4	5
42	3	4	3	1	3	5	5	4	2	5	5	5	5	3
43	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4
44	5	4	4	2	2	4	2	4	4	4	3	2	5	4
45	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4
46	1	1	1	1	5	5	5	4	2	1	3	1	5	1
47	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	3	4
48	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4
49	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	2	4	4
51	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4
55	4	4	4	4	2	5	2	5	2	2	2	2	4	4
56	4	4	4	4	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4
57	2	5	4	2	3	4	2	4	4	2	4	4	4	3
58	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
59	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	1	3	5	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4
61	4	5	5	3	4	5	4	5	5	2	4	4	4	4
62	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
63	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	2	3	4	5
64	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5
65	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	4	3
66	3	2	2	3	2	3	2	1	2	1	1	3	5	1
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2
68	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5
69	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4
70	5	4	4	4	2	5	2	4	4	3	2	2	4	4
	0.944927536	0.862111801	0.839751553	1.157142857	0.896273292	0.446376812	0.960869565	0.82173913	0.708281573	0.820082816	1.461904762	1.035403727	1.148861284	0.839751553

ANEXO N° 04:

GRÁFICO CHI CUADRADO

