

## SUMÁRIO

PREFÁCIO .....	VII
APRESENTAÇÃO DA OBRA.....	XIII
NOTA DA AUTORA.....	XXIII
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>1. COMO FUNCIONA O IVA HOJE? .....</b>	<b>9</b>
1.1 Princípios estruturantes do Imposto sobre Valor Agregado .....	12
1.1.1 <i>A repercussão jurídico-econômica dos IVAs</i> .....	13
1.1.2 <i>A incidência plurifásica</i> .....	16
1.1.3 <i>A não cumulatividade tributária</i> .....	20
1.1.4 <i>A neutralidade tributária</i> .....	24
1.2 Perspectiva histórica e incidência global dos IVAs .....	28
1.2.1 <i>O nascimento do IVA na Europa</i> .....	29
1.2.2 <i>A evolução da tributação sobre o consumo no Brasil</i> .....	33

UM NOVO IVA?  
OS TRIBUTOS SOBRE O CONSUMO E A ECONOMIA DIGITAL

1.2.3	<i>O alcance global dos IVAs</i> .....	35
1.3	Características dos IVAs .....	37
1.3.1	<i>A hipótese tributária dos IVAs</i> .....	38
1.3.1.1	<i>O critério material da hipótese tributária dos IVAs</i> .....	39
1.3.1.2	<i>O critério espacial da hipótese tributária dos IVAs</i> .....	53
1.3.1.3	<i>O critério temporal da hipótese tributária dos IVAs</i> .....	69
1.3.2	<i>O conseqüente da norma tributária dos IVAs</i> .....	69
1.3.2.1	<i>O critério pessoal da regra-matriz tributária dos IVAs</i> .....	70
1.3.2.2	<i>O critério quantitativo da regra-matriz tributária dos IVAs</i> .....	74
1.3.2.2.1	<i>A base de cálculo</i> .....	75
1.3.2.2.2	<i>As alíquotas</i> .....	81
<b>2.</b>	<b>O QUE ESTÁ MUDANDO NOS ARRANJOS DE CONSUMO DO SÉCULO XXI?</b> .....	<b>89</b>
2.1	A desmaterialização do consumo .....	106
2.1.1	<i>Os bens desmaterializados</i> .....	109
2.1.2	<i>Os bens originalmente intangíveis (ou serviços digitais?)</i> .....	114
2.2	A desintermediação das cadeias produtivas .....	118
2.2.1	<i>As compras em plataformas de comércio eletrônico</i> .....	119
2.2.2	<i>A impressão 3D</i> .....	123
2.2.3	<i>As plataformas de economia compartilhada</i> .....	126
2.3	A fluidez do valor agregado .....	133

2.3.1	<i>Ausência de parâmetros claros para avaliar os intangíveis.....</i>	135
2.3.2	<i>A concentração do mercado de bens digitais</i>	138
2.3.3	<i>O impacto dos intangíveis na produção de bens tangíveis.....</i>	141
<b>3.</b>	<b>ADAPTANDO O IVA AOS ARRANJOS DE CONSUMO DO SÉCULO XXI – O PROBLEMA DOS INTANGÍVEIS .....</b>	<b>145</b>
3.1	<i>A difícil diferenciação entre bens e serviços nos arranjos de consumo do século XXI .....</i>	151
3.1.1	<i>O conflito de competência entre estados e municípios para tributar os intangíveis digitais no Brasil .....</i>	155
3.1.2	<i>A cumulatividade tributária como consequência da segregação das bases bens e serviços – uma análise do setor de impressos em 3D.....</i>	167
3.1.3	<i>Breves comentários sobre a distinção entre bens e serviços na União Europeia e sua transposição para a realidade brasileira .</i>	170
3.2	<i>Os intangíveis e o critério espacial do IVA nos arranjos de consumo transfronteiriço do século XXI.....</i>	172
3.2.1	<i>O princípio do destino e o fornecimento de intangíveis e serviços para contribuinte de IVA (B2B) .....</i>	176
3.2.2	<i>O princípio do destino e o fornecimento de intangíveis e serviços para não contribuinte de IVA (B2C) .....</i>	182
3.2.3	<i>O princípio do destino e a prestação de serviços submetidos ao ISS .....</i>	191

UM NOVO IVA?  
OS TRIBUTOS SOBRE O CONSUMO E A ECONOMIA DIGITAL

3.2	A ausência de parâmetros objetivos para mensurar o valor agregado na produção de intangíveis.....	200
<b>4.</b>	<b>ADAPTANDO O IVA AOS ARRANJOS DE CONSUMO DO SÉCULO XXI – O PROBLEMA DA MOBILIDADE .....</b>	<b>211</b>
4.1	A proposta da OCDE para fazer frente à alteração das cadeias produtivas – a responsabilização dos marketplaces.....	215
4.1.1	<i>A responsabilização exclusiva do intermediário digital.....</i>	226
4.1.1.1	<i>A responsabilização exclusiva do intermediário digital na União Europeia ..</i>	234
4.1.1.2	<i>A responsabilização exclusiva do intermediário digital no Brasil .....</i>	238
4.2.2	<i>O intermediário digital na condição de auxiliar da administração tributária .....</i>	245
4.2.3	<i>A imputação de responsabilidade subsidiária ou solidária ao intermediário digital..</i>	253
4.2	Os impactos das plataformas de economia compartilhada no IVA.....	259
4.2.1	<i>A classificação dos serviços prestados pelas plataformas de economia compartilhada..</i>	260
4.2.2	<i>A incidência do IVA sobre serviços prestados com suporte das plataformas de economia compartilhada .....</i>	267
	<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>275</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>285</b>