

E

xperiencias de tributación en los SERVICIOS DIGITALES

RUBÉN LEMA*

El desarrollo de las tecnologías de la comunicación e información ha facilitado el acceso a los servicios digitales de manera global. Sin embargo, ello plantea retos a los tradicionales esquemas de tributación, afectando la capacidad de los países para recaudar. En este artículo se revisan las diversas acciones tomadas por los países para enfrentar tales retos.



* Especialista, Departamento de Política Fiscal del BCRP
ruben.lemma@bcrp.gob.pe

El continuo crecimiento de la economía digital¹ ha implicado nuevos retos para la tributación internacional. Por un lado, dificulta la aplicación del criterio de establecimiento permanente (EP)² como principio de asignación de la potestad tributaria entre países en el caso de los impuestos directos (como el impuesto a la renta), debido a que las relaciones económicas digitales no requieren de la presencia física de empresas en las jurisdicciones extranjeras. Por otro lado, complica el cobro de impuestos indirectos (como el IGV), dado que, frecuentemente, la relación económica se realiza directamente entre la empresa extranjera y una persona natural, quien típicamente no es sujeto de retención de estos impuestos, por lo que no podría hacerse efectivo el pago de estos.

En respuesta a este reciente fenómeno, muchos países han venido modificando sus sistemas

tributarios o han creado nuevos impuestos sobre estos servicios. Así, de una muestra de 104 países, 27 promulgaron leyes respecto a impuestos directos (tales como impuestos a los servicios digitales, retenciones en la fuente o modificaciones a la definición de EP), mientras que 93 países lo hicieron respecto a impuestos indirectos (tales como el impuesto al valor agregado —IVA— o impuestos específicos, de acuerdo con KPMG, 2021).

La razón detrás de que la mayoría de los países optarán por impuestos indirectos a los servicios digitales, y en menor medida por impuestos directos, respondería a la dificultad que implica modificar el impuesto a la renta (IR) basado en el principio de fuente, dado que este criterio es aceptado internacionalmente, tanto así que los convenios para evitar la doble tributación se basan principalmente en la existencia del EP para otorgar la potestad tributaria.

CUADRO 1 ■ **Tributación de la economía digital en diversos países**

	Impuestos Directos	Impuestos Indirectos		Impuestos Directos	Impuestos Indirectos		Impuestos Directos	Impuestos Indirectos		Impuestos Directos	Impuestos Indirectos
Albania		✓	Colombia		✓	Indonesia	✓	✓	Polinesia Francesa		✓
Alemania		✓	Corea del Sur		✓	Irlanda		✓	Polonia	✓	✓
Andorra		✓	Costa Rica	✓	✓	Islandia		✓	Portugal	✓	✓
Arabia Saudita		✓	Croacia		✓	Israel			Puerto Rico		✓
Argelia		✓	Dinamarca		✓	Italia	✓	✓	Rep. Checa		✓
Argentina	✓	✓	Ecuador		✓	Japón		✓	Rep. Dominicana		
Armenia		✓	Egipto			Kazajistán		✓	Rumanía		✓
Australia		✓	Emiratos Árabes Unidos		✓	Kenia	✓	✓	Rusia		✓
Austria	✓	✓	Eslovaquia		✓	Letonia		✓	Serbia		✓
Azerbaiyán		✓	Eslovenia		✓	Lituania		✓	Sierra Leona	✓	✓
Bahamas		✓	España	✓	✓	Luxemburgo		✓	Singapur		✓
Bahrein		✓	Estados Unidos		✓	Malasia	✓	✓	Sudafrica		✓
Bangladesh		✓	Estonia		✓	Malta		✓	Suecia		✓
Barbados		✓	Filipinas			Mauricio		✓	Suiza		✓
Bélgica		✓	Finlandia		✓	México	✓	✓	Tailandia		✓
Bielorrusia		✓	Fiji			Moldavia		✓	Taiwan	✓	✓
Bolivia			Francia	✓	✓	Nigeria	✓	✓	Tanzania		✓
Brasil		✓	Georgia		✓	Noruega		✓	Tayikistán		✓
Bulgaria		✓	Ghana		✓	Nueva Caledonia		✓	Túnez	✓	
Bután		✓	Gran Bretaña	✓	✓	Nueva Zelanda		✓	Turquía	✓	✓
Camboya		✓	Grecia	✓	✓	Omán		✓	Ucrania	✓	✓
Camerún		✓	Guatemala			Palaos		✓	Uganda		✓
Canadá		✓	Holanda		✓	Panamá			Uruguay	✓	✓
Chile		✓	Honduras			Paquistán	✓	✓	Uzbekistán		✓
China		✓	Hungría	✓	✓	Paraguay	✓	✓	Vietnam	✓	✓
Chipre		✓	India	✓	✓	Perú			Zimbabue	✓	✓

FUENTE: KPMG (2021).

¹ Si bien no existe una definición única para la economía digital, estas tienen en común el uso intensivo del internet y las redes digitales, así como otras herramientas de tecnología de la información (TI), como la inteligencia artificial, en la forma y desempeño del negocio. Para un mayor desarrollo ver: Bukht, R. & Heeks, R. (2017). *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*. Development Informatics. Working Paper 68. <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diowkppr68-diode.pdf>

² Establecimiento permanente (EP) es un criterio usado para fines tributarios, que permite aplicar el **principio de fuente** para que un país tenga potestad tributaria sobre rentas generadas por empresas no domiciliadas en su jurisdicción. Se basa en el grado de presencia física y se da usualmente cuando el contribuyente tiene, al menos, una unidad de producción o una unidad de distribución en dicha jurisdicción.

CUADRO 2 ■ Impuestos a servicios digitales

Pais	Tasas	Alcance	Vigencia
Argentina	5%, 10% y 15%	Apuestas realizadas a través de plataformas digitales	2021
Austria	5%	Servicios de publicidad prestados por empresas vtas. globales > € 750 millones y vtas. en Austria > € 25 millones	2020
España	3%	Servicios de intermediación, publicidad y ventas a usuarios generadas a través de interfaces digitales	2021
Francia	3%	Servicios de intermediación y publicidad dirigida prestados por empresas vtas. globales > € 750 millones y vtas. en Francia > € 25 millones	2019
Gran Bretaña	2%	Plataformas de redes sociales, motores de búsqueda y venta en línea, para ingresos > £25 millones derivados de usuarios en el país	2020
Hungría	7,5%	Publicidad en interfaz digital	2017
India	6,0%	Publicidad en línea y comercio electrónico	2020
Italia	3%	Publicidad en una interfaz digital y servicios de intermediación y transmisión de datos de usuario	2020
Kenia	1,5%	Amplia gama de servicios digitales (descarga de contenido, <i>streaming</i> , gestión de datos, suscripción electrónica, <i>e-learning</i> , etc.)	2021
Polonia	1,5%	Provisión de videos a pedido (<i>video on demand-VOD</i>)	2020
Portugal	1% y 4%	Plataformas de videos en línea y provisión de videos a pedido (VOD)	2021
Sierra Leona	1,5%	Transacciones digitales y electrónicas	2021
Túnez	3%	Aplicaciones informáticas y servicios digitales provistos por empresas no residentes	2020
Turquía	7,5%	Publicidad digital, ventas de audio o video digital y plataformas de redes sociales	2020
Zimbabue	5%	Plataforma de comercio electrónico/proveedor de servicios de transmisión por satélite	2019

ELABORACIÓN: KPMG (2021) Y LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA DE LOS PAÍSES REFERIDOS.

IMPUESTOS DIRECTOS

La imposición directa a los servicios digitales ha sido introducida recientemente: mientras que ocho países la incorporaron en 2021, dos (Hungría y Taiwán) lo realizaron en 2017. En la mayoría de casos, se gravaron los servicios digitales con impuestos específicos a determinados tipos de servicios. Así, 15 de los 27 países introdujeron impuestos a los servicios digitales (Digital Services Tax-DST), que se determina como un porcentaje de los ingresos brutos, con tasas que van desde 1 hasta 15 por ciento.

Por su parte, un grupo de ocho países incluyeron retenciones del IR a empresas no residentes sin EP que presten determinados servicios

digitales en el país (señalados específicamente en cada normativa). En el caso de servicios provistos directamente a personas naturales, se obliga al proveedor a hacer la retención y el pago. En general, las retenciones establecen como renta gravable un porcentaje de los ingresos (establecido de manera presunta) sobre los cuales se aplica la tasa de retención a no domiciliados.

Solamente cuatro países modificaron su normativa para incorporar mecanismos para gravar los servicios digitales. Así, países como Costa Rica y Grecia han establecido la obligación de registrarse y declarar ante la administración tributaria a las personas que ofrecen propiedades en alquiler a no

CUADRO 3 ■ Retenciones en la fuente

Pais	Tasas	Alcance	Vigencia
Malasia	Variable	Publicidad digital y comercio electrónico	2021
México	Variable	Servicios de transporte, alojamiento y venta de bienes y servicios, realizados a través de plataformas electrónicas	2021
Paraguay	15%	Amplia gama de servicios digitales (descarga de contenido, <i>streaming</i> , gestión de datos, publicidad, apuestas, <i>e-learning</i> , etc.)	2021
Paquistán	5%	Publicidad, sitios web, contenido digital, procesamiento de datos y venta en línea de bienes o servicios	2018
Taiwan	Variable	Publicidad en línea, juegos en línea, <i>streaming</i> y servicios de plataformas en línea	2017
Ucrania	15%	Publicidad en línea	2022
Uruguay	12%	Servicios audiovisuales y servicios de intermediación prestados desde el extranjero por medios electrónicos	2018
Vietnam	Variable	Comercio electrónico	2021

ELABORACIÓN: KPMG (2021) Y LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA DE LOS PAÍSES REFERIDOS.

CUADRO 4 ■ Modificaciones a la legislación del impuesto a la renta

País	Tasas	Alcance	Vigencia
Costa Rica	n. a.	Servicios de alquiler turístico de hospedaje no tradicional a través de plataformas digitales.	2019
Grecia	n. a.	Alquileres a corto plazo en la economía colaborativa a través de plataformas digitales.	2019
Indonesia	n. a.	Introducción de la "Presencia Económica Significativa"	2020
Nigeria	n. a.	Introducción de la "Presencia Económica Significativa"	2020

ELABORACIÓN: KPMG (2021) Y LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA DE LOS PAÍSES REFERIDOS.

residentes mediante plataformas electrónicas (como Airbnb). Mientras que Indonesia y Nigeria han ido un paso más allá, al introducir en sus normativas el concepto de presencia económica significativa³ para empresas no domiciliadas que no cuenten con EP físico en el país. Cabe indicar que la aplicación de este nuevo criterio se ha visto afectada por la existencia de convenios para evitar la doble tributación, puesto que en dichos tratados no existe este concepto y se superpone a la normativa del país. Por ello, en estos países han planteado plegarse a convenios globales, como los que viene trabajando la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) respecto a la tributación a servicios digitales.

En cuanto a los países de la región, cabe señalar el caso de Argentina, Paraguay y Uruguay. Argentina introdujo en 2020 un impuesto a las apuestas y/o juegos de azar efectuados en el país a través de cualquier tipo de plataforma digital, inicialmente con una tasa de 2 por ciento, la cual fue elevada a 5 por ciento⁴. En cambio, Paraguay y Uruguay siguieron un camino diferente, pues ambos introdujeron modificaciones a su legislación del impuesto a la renta a no residentes, de modo que se incluyeran como renta de fuente local a la proveniente de determinados servicios digitales.

En el caso específico de Paraguay, desde el 2021 se gravan los servicios digitales que se encuentren localizados en el país⁵. Las rentas provenientes de los servicios digitales se gravarán con el impuesto a la renta de no residentes de 15 por ciento, para lo cual se presume que la renta es igual al 30 por ciento del importe bruto (4,5 por ciento del ingreso bruto).

Por su parte, en Uruguay, desde el 2018 se considera renta gravada siempre que el demandante se encuentre en territorio nacional. La tasa de retención a no residentes es de 12 por ciento. Dicha retención es aplicable en los siguientes casos:

- Rentas derivadas de la producción, distribución o intermediación de películas cinematográficas y de *tapes*, así como las derivadas de la realización de transmisiones directas de televisión y de transmisiones de cualquier contenido audiovisual, incluidas las realizadas a través de internet, plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas u otros medios similares, tales como acceso y descarga de películas, que incluye a Netflix y Spotify.

- Rentas provenientes de las actividades de mediación e intermediación en la oferta o en la demanda de servicios (plataformas multi-laterales, tales como Airbnb, Uber o Amazon Marketplace), prestados a través de Internet, plataformas tecnológicas o aplicaciones informáticas y similares. Se presume que el íntegro de la renta es de fuente local cuando el oferente y el demandante del servicio se encuentren en territorio nacional; y del 50 por ciento, cuando el oferente o el demandante del servicio se encuentre en el exterior.

IMPUESTOS INDIRECTOS

La imposición indirecta a los servicios digitales, a diferencia de los impuestos directos, se ha implementado en una mayor cantidad de países y con mayor antelación. Así, 93 países han incluido los servicios digitales en la cobertura del IVA; de ellos, nueve corresponden a países latinoamericanos (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Paraguay y Uruguay). Los gravámenes más antiguos datan de 2009 y 2010 (Suiza, Islandia y Noruega).

En general, se observa que la mayoría de los países ha seguido las directivas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) sobre el IVA a los servicios digitales (solo 20 países no implementaron dichas recomendaciones⁶).

En 2017 dicha organización publicó el documento *Directrices internacionales sobre el IVA*, que constituía recomendaciones en materia tributaria aplicable al IVA al comercio internacional de ser-

³ La presencia económica significativa se determina en función a los ingresos o la cantidad de los miembros activos perceptores de los servicios digitales de empresas no domiciliadas.

⁴ Cabe indicar que dicha alícuota se incrementa a 10 por ciento, cuando interviene, de manera directa o indirecta, un sujeto del exterior, o a 15 por ciento, si dicho sujeto está ubicado, constituido, radicado o domiciliado en una jurisdicción no cooperante o de baja o nula tributación.

⁵ Se considera localizado en el país si se cumple alguno de los siguientes criterios: (a) la dirección IP del dispositivo utilizado por el cliente o el código país de la tarjeta SIM; (b) la dirección de facturación del cliente; (c) la cuenta bancaria utilizada para la remisión del pago; (d) la dirección de facturación del cliente de la que disponga el banco; o (e) la entidad financiera emisora de la tarjeta de crédito o de débito con que se realice el pago.

⁶ Entre los países se encuentran Alemania, Argentina, China, Costa Rica, Ecuador, Finlandia, Francia, Grecia, Italia, Japón, Paraguay, Sudáfrica, Suecia, entre otros.

vicios e intangibles. Las directrices se resumen a continuación:

- a. Los servicios e intangibles comercializados internacionalmente deben gravarse bajo el principio de destino. Es decir, en el país donde se reciben o consumen dichos servicios.
- b. Empresas con operaciones similares deben estar sometidas a iguales niveles impositivos. Ello para que el IVA no sea un factor que influya en la toma de decisiones empresariales.
- c. A nivel impositivo, las empresas extranjeras no deben verse favorecidas ni desfavorecidas con respecto a las empresas nacionales.
- d. Cuando sean necesarios requisitos administrativos específicos en relación con las empresas extranjeras, estos no deben constituir una carga de cumplimiento desproporcionada ni inapropiada para las empresas.
- e. En el caso de las operaciones de empresa a empresa (B2B), los derechos de imposición sobre los servicios o intangibles comercializados internacionalmente corresponden a la jurisdicción en la que se encuentra el cliente.

En el caso de que este posea establecimientos en más de una jurisdicción, los derechos de imposición corresponderán a aquella o aquellas en las que se encuentren ubicados el o los establecimientos que hayan usado del servicio o intangible.

- f. En el caso de operaciones de empresa a consumidor final (B2C), el derecho a gravar con el IVA corresponde a la jurisdicción en donde efectivamente se consumen los servicios o intangibles.

Para establecer ello, la OCDE plantea dos reglas:

- Para suministros que se realizan físicamente en un lugar fácilmente identificable y se consumen al mismo tiempo y en el lugar donde se realizan físicamente en presencia de la persona que realiza el suministro y la persona que lo consume (por ejemplo, servicios de hospedaje, cines o restaurantes), se aplica en el lugar donde se ejecuta el servicio.
 - Para los demás suministros de servicios e intangibles (por ejemplo, compra de aplicaciones, *software* o suscripción a una plataforma), se aplica el IVA en la jurisdicción en que el cliente tenga su residencia habitual.
- g. En el caso de los suministros de servicios e intangibles directamente vinculados a bienes inmuebles, los derechos de imposición pueden adjudicarse a la jurisdicción en la que se encuentra situado dicho inmueble.

En cuanto a los problemas prácticos en la aplicación del IVA a los servicios digitales, la entidad señala:

- Suministros digitales a distancia a consumidores (B2C). Los proveedores no residentes deben registrarse para el IVA en la jurisdicción del cliente, con arreglo a un régimen simplificado.
- Exenciones en la importación de bienes de escaso valor. Simplificar procedimiento de declaración del IVA para así poder reducir o eliminar el umbral exento.
- Suministros digitales a distancia a empresas exentas. El derecho a cobrar IVA debe recaer en la jurisdicción del cliente, y debe aplicarse cambio de sujeto para que la empresa importadora retenga y pague el IVA.
- Suministros digitales a distancia a empresas multilocalizadas. El derecho a cobrar IVA debe recaer en la jurisdicción del cliente, y debe aplicarse cambio de sujeto para que sea el establecimiento residente el que retenga y pague el IVA.

A nivel de la región, el tratamiento del IVA a los servicios digitales suministrados por no residentes difiere entre sí. Habiendo países donde la obligación recae en el consumidor, y en otros, en el proveedor. Hay países con un amplio ámbito de aplicación, mientras que otros lo restringen a determinados servicios digitales. Las principales características se reseñan en el Cuadro 5 (p. 29).

COMENTARIOS

El desarrollo de las tecnologías de la información y su incorporación en los negocios ha generado un fenómeno denominado economía digital. La característica esencialmente intangible en estos negocios ha puesto en cuestión principios de la tributación internacional que datan de más de cien años. Dichos principios aplicados al comercio internacional establecen que los impuestos indirectos (como el IGV) se gravan según el principio de destino (donde son consumidos), mientras que los impuestos directos (como el IR) se gravan según el principio de origen (donde se producen). Ello ha permitido armonizar los criterios de la potestad tributaria atribuible a cada país y evitar así la doble tributación facilitando los negocios internacionales.

Sin embargo, características propias de la economía digital —la escala transfronteriza sin presencia física, la dependencia de activos intangibles y el uso masivo de los datos, y la participación de los usuarios en la creación de valor— han puesto en tela de juicio la pertinencia de tales principios para la atribución de impuestos en el comercio internacional. Asimismo, han debilitado la capacidad para recaudar impuestos en los países donde son consumidos los servicios digitales.

CUADRO 5 Principales características de los impuestos indirectos a la economía digital en países de América Latina

País (año de inicio)	Tasa	Obligación de inscripción de proveedores	Sujeto pasivo	Método de recaudación	Servicios digitales gravados
Argentina (2018)	21%	No	Comprador	Retención en medios de pago según lista de entidades publicada por la AT.	Todos, excepto el acceso y/o la descarga de libros digitales que se encuentran exentos de IVA.
Chile (2020)	19%	Sí	B2B: comprador B2C y B2B en que comprador no es contribuyente de IVA proveedor	Directo si está inscrito; de lo contrario, retención en medios de pago.	- Servicios de intermediación de plataformas multilaterales. - Suministro de contenido de entretenimiento digital. - Suministro de <i>software</i> , almacenamiento, plataformas e infraestructura informática. - Publicidad.
Colombia (2018)	19%	Sí	B2B: comprador B2C y B2B en que comprador no es contribuyente de IVA proveedor	Directo, pero el proveedor puede elegir voluntariamente la retención en medios de pago.	Todos, excepto los servicios vinculados al desarrollo de contenidos digitales (educación virtual, <i>software</i> , almacenamiento, etc.).
Costa Rica (2020)	13%	No (opcional)	Proveedor si está registrado; sino el comprador	Directo si está inscrito, o retención en medios de pago según lista de entidades de la AT.	Todos.
Ecuador (2020)	12%	No (opcional)	Comprador o el proveedor si está registrado	Directo si el proveedor está inscrito, o retención en medios de pago según lista de prestadores de la AT.	Todos, aunque los servicios de suministro de dominios de páginas web, servidores y computación en la nube tienen tarifa 0%.
México (2020)	16%	Sí	Proveedor	Directo del proveedor, plataformas de intermediación: retienen el IVA.	- Descarga o acceso a contenidos en formato digital, incluidos juegos de azar (excepto libros, periódicos y revistas electrónicos). - Intermediación entre oferentes y demandantes de bienes y servicios. - Clubes en línea y páginas de citas. - Enseñanza a distancia o de <i>test</i> o ejercicios.
Paraguay (2021)	10%	No	Comprador	Retención en medios de pago, excepto para plataformas intermediarias de servicios de transporte cuyo pago es directo utilizando un RUC genérico.	Todos.
Uruguay (2018)	22%	Sí	Proveedor	Directo del proveedor.	- Servicios de transmisión de contenido audiovisual. - Servicios de intermediación de plataformas multilaterales.

ELABORACIÓN: JIMÉNEZ & PODESTÁ (2021).

Ante ello, algunos países optaron por establecer impuestos específicos a los servicios digitales. Solo unos cuantos modificaron sus normativas al incluir nuevos principios aplicables a empresas no domiciliadas sin presencia física, pero con presencia económica en sus jurisdicciones. No obstante, esta salida ha chocado con la aplicación de los convenios internacionales suscritos para evitar la doble tributación, pues estos se basan en el criterio de la presencia física para asignar la potestad tributaria. En el caso de impuestos al consumo, se ha observado que una gran cantidad de países ha efectuado modificaciones a sus normativas que les permitan gravar y recaudar el IVA sobre los servicios digitales.

Finalmente, en el caso peruano, existe algún avance sobre los servicios digitales, pero solo para

aquellos percibidos por empresas (B2B), mas no para aquellos consumidos por personas. Así, respecto al IGV, sería recomendable incorporar un mecanismo de recaudación basado en un esquema mixto, registrando a las empresas no domiciliadas proveedoras de servicios digitales en el país, quienes se encargarían de retener y realizar el pago del impuesto y, en el caso de que incumplan con el registro, de utilizar al sistema bancario como agentes de retención por los medios de pagos utilizados en dichos servicios. En el caso del IR, sería adecuado seguir el rumbo actual de una salida consensuada entre países. Al respecto, el Estado peruano ha suscrito la declaración sobre una solución de dos pilares para abordar los desafíos tributarios que surgen de la digitalización de la economía, elaborada por la OCDE.

REFERENCIAS

- Jiménez, J., & Podestá, A. (2021). *Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina: emparejando la cancha en tiempos de crisis*. Documento de Trabajo 02-2021. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). <https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosdeTrabajo/2021/DT-02-2021-Jimenez-Podesta.pdf>
- KPMG (2021). *Taxation of the digitalized economy*. Actualizado al 20 de diciembre de 2021. <https://tax.kpmg.us/content/dam/tax/en/pdfs/2021/digitalized-economy-taxation-developments-summary.pdf>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). (2017). *International VAT/GST Guidelines*. <https://doi.org/10.1787/9789264271401-en>