



El paradigma tributario de la fuente de riqueza derivado de las operaciones digitales

Fidel Saucedo Ramírez¹

Resumen

En los últimos años la economía digital ha avanzado rápidamente, borrando fronteras geográficas que dividen a las jurisdicciones impositivas establecidas, creando nuevos y agresivos desafíos a los legisladores para la recaudación de impuestos por los productos y/o servicios digitales. “En vista del crecimiento exponencial que estas operaciones están experimentando en todo el mundo, el no establecer procedimientos factibles y simples de recaudación puede dar lugar a pérdidas cada vez más importantes de ingresos tributarios para los países” (CEPAL, 2019, p.59). Por lo anterior, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) le ha sugerido a México que incorpore a su tributación estas plataformas tecnológicas, ya que es uno de los países con menor recaudación de ingresos vía impuestos, con sólo un 16.2% del PIB, cifra menor al promedio de América Latina, de 22.8% y de la misma OCDE, con 34.2%. Así, con esta investigación se pretenden sugerir planes de acción, ideas concretas que aplicaron los países al incorporar a sus ingresos tributarios estas empresas digitales. De la UE tenemos el caso de Francia, pionero en aplicación de Impuestos digitales; de Asia, a Corea, líder tecnológico indiscutible; de América Latina, a Argentina, Colombia, Uruguay y México, tomando como parámetros la recaudación de impuestos como porcentaje del PIB, que ya están aplicando esquemas de recaudación por servicios digitales. Concluimos que el rápido crecimiento de la economía digital trae consigo que las empresas tengan mayor facilidad para obtener ingresos por ventas sin necesidad de presencia física y sin pagar impuestos, que tienen base en países de baja imposición fiscal. Los países (incluido México) donde las empresas tecnológicas “venden servicios digitales” no cuentan con la infraestructura digital, tratados, leyes fiscales o modelos simplificados de retención de impuestos para el pago.

Palabras claves: economía digital, impuestos, recaudación, servicios digitales.

¹ Dirección de Ingresos, Secretaría de Finanzas del Gobierno del Estado, Zacatecas, México, Blvd. Héroes de Chapultepec 1902, Cd. Administrativa, C.P. 98160. Correo electrónico: <fidelsaucedor@yahoo.com>.



Introducción

La economía digital es el resultado de un proceso de transformación generado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), que han experimentado avances significativos en las últimas décadas. La penetración de las TIC en las distintas ramas de actividad ha alcanzado tal magnitud que existe consenso en cuanto a que ya no cabe hablar de la economía digital como un área o porción de la economía, pues esta es cada vez más parte integral de la economía (CEPAL, 2019, pág. 47).

Con la apertura de los mercados y la globalización en todas sus dimensiones, se ha hecho posible el empleo de estructuras digitales con el fin de ofrecer bienes y servicios en todos los confines del mundo. No obstante, la conducción de negocios a través de Internet y el empleo de datos han traído grandes retos para las normas jurídicas y tributarias, las cuales no se actualizan al mismo ritmo que los modelos de negocios y la economía digital les ha impuesto una gran presión. El mundo digital se caracteriza, para fines tributarios, por el constante movimiento de intangibles (servicios y/o productos digitales). Con estas premisas presentes, vamos a analizar los avances que se tienen en cuanto a la tributación de servicios digitales, primero desde el ámbito internacional, América Latina y México, después.

Reconocemos que somos un país importador de servicios digitales y, por lo tanto, tenemos un área de oportunidad de recaudación de impuestos que estamos desaprovechando. Por otra parte, la economía digital ha dado lugar a importantes cambios en los modelos de negocio y en los procesos de creación de valor de las empresas. Es así que, desde el punto de vista fiscal, surgen una serie de desafíos para la política tributaria y la fiscalización, puesto que los sistemas tributarios —diseñados en una época anterior— presentan una serie de puntos débiles que favorecen la erosión de los ingresos fiscales con arreglo a estos nuevos modelos.

Como lo dijo el gobierno francés, la idea, al final, apunta a “restablecer la justicia fiscal” frente a los gigantes del sector tecnológico y a incrementar la recaudación de ingresos por la vía de la tributación fiscal procedente de los servicios digitales.

Revisión de Literatura

Empezaremos analizando algunos conceptos que serán de utilidad en el desarrollo de esta Ponencia de la tributación sobre la fuente de riqueza derivada de productos digitales, que como ya hemos mencionado, ha revolucionado de tal manera la economía tradicional, que hoy en día se tendrán que realizar cambios de fondo tanto en las disposiciones fiscales y jurídicas, como en las mercantiles, y celebrar acuerdos con otros países, para “alcanzar” los grandes cambios que ha originado la economía digital en el mundo.



Un producto digital es cualquier producto que se almacena, entrega y utiliza en formato electrónico. Estos son bienes o servicios que el cliente recibe por correo electrónico, descargándolos de Internet o iniciando sesión en un sitio web. Criterios para definir si algo es un producto digital (Comisión Europea, 2018).

- No es un bien físico, tangible (es un bien intangible).
- Se basa esencialmente en las TIC. La oferta no podría existir sin la tecnología.
- Se proporciona a través de Internet o una red electrónica.
- Está completamente automatizado o implica una intervención humana mínima.

Partiendo de las anteriores características, probablemente estemos pagando, consumiendo y utilizando productos digitales todo el día, ya sea que nos demos cuenta o no.

BIENES DIGITALES

- **Libros electrónicos, imágenes, películas y videos**, ya sea comprando una copia de Amazon o usando un servicio como Netflix. En el lenguaje tributario, “Productos de audio, visuales o audiovisuales”.
- **Descarga y transmisión de música**, ya sea comprando un MP3 o usando un servicio como Sound Cloud o Spotify. Por supuesto, estos productos también entran en la categoría de audio.
- **Software basado en la nube y productos de servicio**, como Software-as-a-Service (SaaS), Platform-as-a-Service (PaaS) e Infrastructure-as-a-Service (IaaS).
- **Sitios web, servicios de alojamiento de sitios y proveedores de servicios de Internet.**
- **Anuncios online y marketing de afiliación.** Los ingresos por estos servicios pueden considerarse sujetos a impuestos en virtud de políticas fiscales digitales.

Al escuchar definiciones a los bienes digitales denominados “productos digitales”, “servicios digitales”, “bienes electrónicos” o “servicios electrónicos”, “e-bueno o e-service”. Todos se refieren a lo mismo. Musgrove (2019).

Por otra parte, existen plataformas facilitadoras de la economía digital, que son las mega-tendencias tecnológicas, también conocidas como la “tercera plataforma”, que incluyen: La movilidad, la computación en la nube, las redes sociales y el análisis de grandes volúmenes de datos (big data). Las redes sociales, potenciadas por el uso de diversos dispositivos móviles (tabletas, teléfonos inteligentes o relojes inteligentes) -generan una enorme cantidad de información que procesada mediante herramientas de análisis de grandes datos- produce insumos, a veces en tiempo real, para el diseño de estrategias productivas y de mercado.



Cada vez más usuarios tienen acceso a estos dispositivos móviles, que se conectan a plataformas de computación en la nube, en donde se comparten recursos de procesamiento y almacenamiento de datos. Ahora les mencionaré el nombre que se da en el ámbito mundial, por las partes que intervienen en las transacciones digitales que se realizan:

- Cuando es de negocio a negocio se llama B2B (Business to Business)
- Cuando es de consumidor a consumidor, se llama C2C (Costumer to Costumer)
- Y cuando es de negocio a consumidor, se llama B2C (Business to Costumer)

Visto el contexto general, vamos a revisar la parte de los ingresos tributarios como porcentaje del PIB, de algunos países de la Unión Europea (UE), Asia, América Latina y el Caribe (ALC) y México. (Cuadro 1).

Cuadro 1. Comparativo de Ingresos Tributarios 2017

Países	Ingresos Tributarios % PIB	Lugar
Francia	46.2	UE
Italia	42.4	UE
Cuba	40.6	ALC
Noruega	38.8	UE
Promedio OCDE	34.2	Varios
Brasil	32.3	ALC
Japón	30.6	ASIA
Argentina	30.3	ALC
Estados Unidos	27.1	Norte América
Corea	26.9	ASIA
Costa Rica	24.1	ALC
Promedio ALC	22.8	ALC
Chile	20.2	ALC
Colombia	18.0	ALC
México	16.2	MEX
Perú	15.3	ALC
Paraguay	13.8	ALC
Guatemala	12.4	ALC

15 Países con detalle

Fuentes: OCDE, 2018; OCDE, 2019.

De este cuadro destacamos que mientras Países como Francia donde sus ingresos tributarios representan el 46% como porcentaje del PIB, en Corea el 26.9%, en México representan el 16%, y el promedio de la OCDE el 34%, ni a media tabla estamos, y el trabajo hecho para incrementarlos es poco (Prodecom, 2018).



El ministro de finanzas de Francia, Bruno Le Maire, declaró que un impuesto de 3% sobre la facturación de las grandes compañías de Internet en su país podría generar ingresos de 500 millones de euros al año. Por su parte, su homólogo del Reino Unido, Philip Hammond estima poder recaudar 400 millones de Libras con la aplicación de este impuesto digital del 3%. (El Economista, 2019).

Por su parte el gobierno coreano espera recaudar anualmente alrededor de 400 mil millones de won (\$ 354.4 mdd) o más (tasa general del 10%) en ingresos fiscales de las compañías de internet, según observadores de la industria.

Ahora veremos un cuadro comparativo de Países de América Latina y México, sobre la estimación de recaudación potencial de IVA e Impuestos por servicios digitales de 4 de las más importantes empresas digitales. Evidentemente es una estimación conservadora, pues hay varias empresas relevantes que no han sido consideradas para esta medición (Cuadro 2).

Cuadro 2. Estimación de la recaudación potencial de IVA e Impuestos sobre los servicios digitales (En millones de dólares anuales y porcentajes)

Conceptos	Brasil	Uruguay	Argentina	Costa Rica	Chile	Ecuador	Colombia	México
Ventas								
Uber	121.3	2.5	32.3	2.6	14.9	6.6	22.6	78.8
Netflix	806.9	18.7	223.1	20.0	110.0	47.0	172.4	578.8
Spotify	272.4	6.3	75.4	6.8	37.2	15.9	58.3	195.7
Apple	616.5	14.0	166.8	14.7	81.8	35.4	127.9	429.5
Total	1,817	41.5	497.6	44.1	243.9	104.9	381.2	1,283
Tasas (en porcentajes)								
IVA	9.25	22.00	21.00	13.00	19.00	12.00	16.00	16.00
Impto. sobre los serv.dig.	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Recaudación Potencial								
IVA	153.9	7.5	86.4	5.1	38.9	11.2	52.6	176.9
Impto. sobre los serv.dig.	3.3	0.0	0.7	0.1	0.3	0.2	0.5	1.9
Total	157.2	7.5	87.1	5.2	39.2	11.4	53.1	178.8

Fuente: Hernández y Albagli, 2017.

En el caso de los países de América Latina los avances en materia de tributación de la economía digital son, hasta la fecha, moderados. Al día de hoy solo 3 países aplican IVA a los servicios digitales Argentina, Colombia y Uruguay) y otros tres están en vías de hacerlo (Chile, Costa Rica y Paraguay). De aplicar México el IVA y el Impuesto digital del 3% (como es el consenso global), a las plataformas digitales,



incrementaría la recaudación de ingresos por alrededor de 180 mdd, razón más que suficiente para ponerse a trabajar a la brevedad en las adecuaciones necesarias al sistema tributario.

Materiales y Métodos

En cuanto a los materiales se requirió hojas papel bond, pluma, marcador, lápiz, una computadora con acceso a internet, así como algunos libros, revistas, periódicos y trabajos relacionados a temas de derecho, fiscales, tecnología, economía digital y productos digitales, entre otros.

En cuanto al método que se utilizó, se realizó acopio de información aplicando técnicas de investigación documental en materia de plataformas digitales, impuestos por productos y/o servicios digitales y recaudación fiscal por estos conceptos. De la UE se tomó de referencia a Francia por ser pionera en establecer Impuestos digitales, (un 3%, aplica a partir de 2020) y por tener los ingresos tributarios más altos de la OCDE (46% como porcentaje del PIB), de Asia tenemos el caso de Corea del Sur, ya que es uno de los países tecnológicamente más avanzado del mundo, donde el 90% de su población tiene un teléfono inteligente y el consumo de productos digitales es alto y es de los pioneros en establecer impuestos digitales.

De América Latina se tomó de referencia a Argentina, Colombia y Uruguay ya que están aplicando esquemas de recaudación por servicios digitales y el promedio de ingresos tributarios es del 22.8% como porcentaje del PIB. Y por último México, ya que es donde vamos a realizar las sugerencias y planes de acción para incrementar los ingresos tributarios procedentes de los servicios digitales, ya que nuestros ingresos tributarios como porcentaje del PIB apenas llegan a un deprimente 16.2%. La idea es tener un panorama claro en este rubro y poder realizar un comparativo con México y sugerir lo que más convenga a nuestro país en cuanto a tributación por los productos y/o servicios digitales.

Resultados

El caso de Francia es el más reciente, pues el día 11 de julio de 2019 el senado aprobó La legislación, llamada "**tasa GAFA**" (un acrónimo para referirse a **Google, Apple, Facebook y Amazon**). La idea es imponer una tasa del 3% sobre los ingresos de las mayores empresas tecnológicas que dan servicios a los consumidores franceses. Y se pretende recaudar unos 400 mde (450 mdd) en 2019 y 650 mde (732 mdd) en 2020, y aplicarse a una treintena de grupos empresariales.

Corea del Sur es uno de los países tecnológicamente más avanzados del mundo. El 90% de su población tiene un teléfono inteligente y el consumo de productos digitales es alto. Por lo tanto, no es ninguna sorpresa que este país también sea uno de los pioneros en el establecimiento de este nuevo tipo de



impuestos digitales. El tipo impositivo es del 8%. Y al igual que en la UE, no existe límite anual para cobrar dicho impuesto. Hay que aplicarlo desde el primer momento en que vendes un producto digital a un residente surcoreano.

En el caso de los países de América Latina y el Caribe, los avances en materia de tributación de la economía digital son, hasta la fecha, moderados. Al día de hoy solo 3 países aplican IVA a los servicios digitales (Argentina 21%, Colombia 16% y Uruguay 22%) y otros tres están en vías de hacerlo (Chile 19%, Costa Rica 13% y Paraguay está trabajando al respecto).

México presentó sus propias medidas, aunque muy ligeras. Se trata de un esquema de retenciones para los socios de ocho aplicaciones (Uber, Cabify, Bolt, Beat, Rappi, Cornershop, Sin Delantal y Uber Eats), con el fin de simplificar el pago de sus impuestos.

“La finalidad es que se facilite e incentive el cumplimiento voluntario (...) El SAT se suma al esfuerzo y otorga certeza y certidumbre jurídica de cómo aplicar la legislación para que los contribuyentes aporten” indicó en su momento (Margarita Ríos-Farjat, SAT).

Ahora las plataformas le retendrán a sus socios el Impuesto sobre la Renta (ISR) e Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA). En el caso del ISR, la tasa de retención será entre 3% y 9% dependiendo de los ingresos del trabajador, mientras que para el IVA será una tasa reducida de 8 por ciento. Pero queda el gran pendiente de cobrarles o retenerles a las empresas tecnológicas, que es donde está realmente el problema.

Por último, en la pasada reunión del G20, declararon, "Acogemos con agrado los recientes avances en la resolución de los problemas fiscales derivados de la digitalización y respaldamos el ambicioso programa basado en dos pilares", mostró la versión final del comunicado emitido. "Redoblabemos nuestros esfuerzos para conseguir una solución de consenso para el 2020".

Conclusiones

Los avances en América Latina y el Caribe en materia de tributación de la economía digital son, hasta la fecha, moderados. Es importante que los demás países (México), también hagan esfuerzos por avanzar en esta materia, siguiendo las prácticas recomendadas internacionalmente. Se requerirá modificar la legislación interna para que los servicios suministrados por empresas no residentes queden alcanzados por el IVA y, al mismo tiempo, diseñar procedimientos administrativos para una recaudación ágil, sencilla y efectiva.

En esta línea, se sugiere adoptar la recomendación de la OCDE, en cuanto a diseñar un sistema simplificado para la incorporación de las empresas no residentes al registro de contribuyentes del IVA, de forma tal que sean esas empresas las encargadas de declarar y pagar el IVA por los servicios que suministran a los consumidores finales de cada país.



Las iniciativas en materia del ISR en la región son todavía más escasas que en el caso del IVA. No obstante, en este caso no hay consenso respecto de la necesidad de tomar medidas provisionales en tanto no haya una solución global consensuada a nivel de la comunidad internacional.

Cada país debe evaluar la conveniencia de adoptar medidas unilaterales. Sin embargo, sería deseable que ellas siguieran las recomendaciones de la OCDE para las medidas provisionales, en particular, que respeten los convenios tributarios y que se focalicen en aquellos servicios que se caracterizan por una participación relevante de los usuarios en la creación de valor, que es donde se produce el mayor distanciamiento entre las normas de tributación internacional actuales, diseñadas para la economía tradicional, y las que se requieren para la nueva economía digital. Por último, quiero agregar que, como país, tenemos un área de oportunidad enorme, pero que también ya existen modelos probados en otros países (Francia, por ejemplo) donde podemos emularlos y establecer leyes fiscales concretas para la creciente economía digital, antes de que nos alcance el destino.

Referencias

- AFP (Agence France-Presse), (2019). *Diputados franceses votan a favor de impuestos a tecnológicas*, El Economista, México, Recuperado en: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Diputados-franceses-votan-a-favor-de-impuesto-a-tecnologicas-20190408-0098.html>
- CEPAL. (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe 2019: políticas tributarias para la movilización de recursos en el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, (44516). Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44516-panorama-fiscal-america-latina-caribe-2019-politicas-tributarias-la-movilizacion>
- Comisión Europea. (2018). “*Propuesta de Directiva del Consejo relativa al sistema común del impuesto sobre los servicios digitales que grava los ingresos procedentes de la prestación de determinados servicios digitales*”, (A52018PC0148), Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52018PC0148>
- El Economista. (2019). *Impuesto Global, la propuesta que rodea a gigantes digitales de internet*, El Economista. México. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Impuesto-global-la-propuesta-que-rodea-a-gigantes-digitales-de-internet-20190320-0058.htm>
- García, A. y Iglesias, E. (2017). *Economía digital en América Latina y el Caribe: situación actual y recomendaciones*, Washington D.C., Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Hernández, L. y Albagli, P. (2017). *Economía Digital: Oportunidades y desafíos*. Documento de trabajo núm. 40. Centro Latinoamericano de Políticas Económicas y Sociales (CLAPES UC) Recuperado de: <http://www.clapesuc.cl/assets/uploads/2018/01/24-01-18-doc-trab-n41-economia-digital-lh-pa.pdf>



Musgrove, A. (2019). *¿Qué es un bien digital, de todos modos?* en Impuestos. Quaderno. Recuperado de: <https://quaderno.io/blog/digital-good-anyway/>

OCDE (2018). *Revenue Statistics 1965-2017*, (2522770). Recuperado de: <http://www.oecd.org/tax/revenue-statistics-2522770x.htm>

OCDE. (2019). *Revenue Statistics in Latin América and the Caribbean, 1990-2017*. (24104736) Recuperado de: <http://www.oecd.org/tax/revenue-statistics-in-latin-america-and-the-caribbean-24104736.htm>

Prodecom, (2018). *Corea del Sur impondrá el IVA digital a los gigantes tecnológicos mundiales a partir del próximo julio*, en Boletín de noticias internacionales, Recuperado de: https://www.prodecon.gob.mx/Documentos/boletines-internacionales/2018/diciembre/boletin_de_noticias_fiscales_internacionales_del_10_al_14_de_diciembre_de_2018_.pdf