



Impuestos a las plataformas digitales y su impacto en las Startups

Detalles de aplicar regulaciones tributarias a las plataformas digitales

Autor: Aarón Alejos Flores – Mentor en INNOVA ESAN

El avance de la globalización económica, como proceso de evolución de las sociedades, es consecuencia del acelerado crecimiento tecnológico y la dinámica en el campo de la innovación. Un progreso muy marcado en el sector de tecnologías está originando una masiva aparición de negocios digitales, muchos de ellos contando con un gran alcance. Servicios que están presentes en todos lados y a la vez en ninguno, nos dan la idea de servicios omnipresentes, que aparecen en el momento que más lo necesitemos y durarán el tiempo que nosotros lo creamos necesarios.

La consolidación de los muchos productos digitales y su difusión masiva de los mismos generaron que este tipo de negocio salgan del espectro fiscal, ya no podían ser ubicados en el radar para ser gravados, así como plataformas como Netflix, Spotify, entre otras. Por ello, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) y la Comisión Europea analizaron propuestas fiscales para una recaudación efectiva de este tipo de impuesto en aquellos países que reclaman la cobranza de dichos montos de empresas globales que a pesar de la crisis económica generada por el Covid-19 generaron grandes utilidades.

Cuando se trata el tema de impuesto a los servicios de las plataformas digitales surge la discusión de quien debería gravar este tipo de servicios. La OECD identificó que había dos alternativas, la primera es que se grave en el país en donde reside quien genere los beneficios (donde radique el propietario del servicio), la segunda alternativa reconoce que se grave en el país donde las plataformas digitales generen valor o sean utilizadas (donde radican sus usuarios y/o clientes). Este dilema planteado se genera porque este tipo de servicios ofrecidos por las plataformas digitales pueden ser suministrados desde cualquier lugar, por lo mismo que, no es determinante el sitio desde donde se presta físicamente.

Tanto países de América Latina como de Europa han implementado medidas tributarias para plataformas digitales, entre algunos casos tenemos a Colombia, Chile, Argentina y México por Latinoamérica; y Francia por Europa. En el caso de Colombia el cobro de IVA a las plataformas digitales ocurre cuando el usuario tiene su residencia fiscal o sede de actividades económicas en el país. Cabe resaltar que excluye a servidores, páginas web, cuando los proveedores se encuentran fuera del territorio colombiano. En Chile, por su parte, se impuso un pago de IVA a las plataformas digitales de empresas extranjeras, siendo el paso inicial para regular la norma tributaria para las plataformas de servicios digitales. En Argentina, la idea es implementar de manera progresiva la medida, por lo cual se propuso comenzar en una provincia, para ello se acordó con el gobierno de Buenos Aires poner en marcha dicho plan. Desde abril del presente año, se aplica un impuesto sobre los servicios de streaming, el cual es de un 2% adicional sobre el precio. México fue el pionero en América Latina en el tema de la regulación fiscal de las plataformas digitales. Al poner en marcha la ley, se planteó que aparte de cobrar el 16% de IVA a los servicios de plataformas digitales, también se aplica el cobro de impuesto a la renta en casos como Uber, Rappi y Cabify. Finalmente, en Francia, se identificó que el impuesto tuvo la duración de un solo mes, siendo la causa

principal la amenaza de los Estados Unidos de aumentar los aranceles frente a las importaciones de bienes sensibles franceses, puesto que, ellos consideraban que el impuesto a las plataformas digitales es parte de una persecución a las empresas norteamericanas.

En Perú, para el año 2020 se presentó el Proyecto de Ley N° 6181/2020-CR, con el cual se busca adaptar la norma del Impuesto General a las Ventas (conocido por sus siglas, IGV) para gravar a los servicios digitales prestados por entidades sin domicilio. La propuesta propone tres cambios normativos: Primero, sobre el nacimiento de la obligación tributaria; segundo, lo relacionado a los sujetos del impuesto y tercero, los agentes de retención o percepción. Según la Sociedad de Comercio Exterior (Comex Perú), reconoce que el país está perdiendo una recaudación de entre 25 y 44 millones de dólares por impuestos generados de las plataformas digitales. Para octubre del 2021, el Poder Ejecutivo envió el Proyecto de Ley PL 583-2021-PE, al Congreso de la República, solicitando delegar en el Poder Ejecutivo, por 120 días y de manera extraordinaria, la facultad de legislar en temas tributarios, fiscales y financieros; siendo uno de los tantos temas a revisar, el impuesto a empresa que ofrecen servicios digitales y no están domiciliadas.

Los cambios en materia tributaria tendrán un impacto directo en aquellas startups que cuenten con un modelo de negocio B2C (Business to Consumer) y que esté basado en plataformas digitales, como e-commerce. Se debe contemplar cada decisión tomada, tanto por el Ejecutivo como el Legislativo, con respecto a la norma y variaciones tributarias. Para una startup que se encuentre en la fase *Expansion Stage* y pretende dar el salto a mercados extranjeros y/o establecerse en otro país, tiene que adoptar una gran cantidad de retos. En la expansión del negocio no solo se contemplará el mercado y el nivel de competencia que existe, sino también, las medidas que asume cada gobierno en materia tributaria, financiera y económica. Es preciso destacar que los asuntos tributarios, en conjunto, forjan un factor de gran importancia, siendo este un indicador de éxito y salud financiera de la startup o empresa.

En el camino a consolidar una startup en otros ecosistemas se requieren una serie de tareas como posicionamiento en el sector, innovación de producto, penetración de mercado, etc. Sin embargo, se debe contemplar un previo análisis del entorno a donde se quiere anclar. Antes de una expansión acelerada y vertiginosa, es forzoso identificar las características y requerimientos que exige cada país para modelos de negocio basados en plataformas digitales y esquema B2C. Evaluar la viabilidad de ingreso y expansión en otros países es una tarea que debe realizarse de manera eficiente. Es imperativo conocer sobre las medidas tributarias que cuenta cada país a donde se quiere llegar. Por ejemplo, si se desea expandir a Colombia, se debe conocer sobre el régimen de rentas exentas que está orientado al desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico, el cual ofrece un beneficio para startups. Otro caso, en México, que planea que el Servicio de Administración Tributaria (SAT) bloquee toda plataforma digital residente en el extranjero, siendo esto parte de su Reforma Fiscal 2021, lo cual obliga a que debemos conocer cómo formalizar nuestra startup en este país.

Las distintas reformas tributarias que vienen aconteciendo en muchos países, son consecuencia de las problemáticas sociales, ambientales y económicas gestadas en los últimos años, siendo estas aceleradas y visibilizadas, aún más, por la crisis del COVID-19. Hay un mayor interés en propuestas de solución frente a estas problemáticas, entre algunos avances tenemos a las economías digitales, economías del conocimiento, industrias basadas en economías circulares, proyectos de sostenibilidad ambiental, políticas de inclusión de sectores sociales, etc. Las startups deben estar orientadas a resolver problemas a escala global, partiendo del entorno donde este se implemente. La necesidad de adaptarse es imperante y dice mucho de la flexibilidad ante cualquier entorno y/o circunstancia. Cada país tiene sus reglas, lo importante es conocerlas para asumir la mejor estrategia, la que permita un adecuado desempeño de la startup y poder convertirla en una alternativa sostenible y escalable para resolver distintos problemas.

Aarón Alejos Flores

Mentor en Innova Esan