

Informe Tributario

de Análisis Tributario

ISSN 2074-255X

Vol. XXVIII N° 334 Marzo 2019



OPE LEX

Los desafíos tributarios de la economía digital

Por todo el mundo amenaza el fantasma de la economía digital, y el consecuente problema de la pérdida de recaudación por los Estados a medida que su importancia crece, fundamentalmente porque dicho fenómeno ha superado los contornos de las reglas actuales de la tributación.

En América Latina, es muy claro que los diseños tributarios no están adaptados aún a esta nueva manera de hacer negocios que ha impactado en los modelos empresariales y en la dinámica de los mercados de nuestra región. Recién se empiezan a desarrollar estimaciones sobre el impacto potencial de recaudación que podría haber, lo que ha sido relevado recientemente por la División de Desarrollo Económico de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su edición 2019 de su ya clásico informe "Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe".

Para la CEPAL, la cuestión de concretar un diseño tributario para la economía digital es urgente no solo por lo que venimos señalando sino porque entramos en un ciclo económico difícil que podría afectar la recaudación tributaria de los países subregionales, y con ello la deuda pública y la contribución del gasto público al crecimiento. En ese contexto, estructurar una tributación de la economía digital en la región podría ser una muy buena medida de política tributaria.

Es verdad que en algunos países de América Latina ya se han implementado ciertas medidas para hacer frente a los desafíos de la economía digital. Entre otros aspectos, como bien destaca la CEPAL, en materia de Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) existen iniciativas relacionadas con la incorporación de los servicios digitales transfronterizos a la base gravable de ese impuesto, y en materia de Impuesto a la Renta para servicios digitales se tienen algunos avances en Uruguay y Perú.

Empero, en la perspectiva de CEPAL todos

ESTIMACIÓN DE LA RECAUDACIÓN POTENCIAL POR SERVICIOS DIGITALES

(En millones de dólares anuales y porcentajes)

PAÍS	VENTAS					TASAS (en porcentajes)		RECAUDACIÓN POTENCIAL		
	UBER	NETFLIX	SPOTIFY	APPLE	TOTAL	IVA	Impuestos sobre los servicios digitales	IVA	Impuestos sobre los servicios digitales	TOTAL
Argentina	32,3	223,1	75,4	166,8	497,6	21,00	3,00	86,4	0,7	87,1
Bolivia	2,5	19,5	6,6	14,4	43,0	13,00	3,00	4,9	0,1	5,0
Brasil	121,3	806,9	272,4	616,6	1 817,2	9,25	3,00	153,9	3,3	157,1
Chile	14,9	110,0	37,2	81,8	243,9	19,00	3,00	38,9	0,3	39,3
Colombia	22,6	172,4	58,3	127,9	381,2	16,00	3,00	52,6	0,5	53,1
Costa Rica	2,6	20,0	6,8	4,7	44,0	13,00	3,00	5,1	0,1	5,1
Ecuador	6,6	47,0	15,9	35,4	104,9	12,00	3,00	11,2	0,2	11,4
México	78,8	578,8	195,7	429,5	1 282,8	16,00	3,00	176,9	1,9	178,8
Perú	13,7	102,7	34,8	75,9	227,1	18,00	3,00	34,6	0,3	35,0
Uruguay	2,5	18,7	6,3	14,0	41,5	22,00	3,00	7,5	0,1	7,5

Fuente: Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL). "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 no sostenible".

Nota: Las ventas por empresa son las estimadas por Hernández y Albagli (2017). Sin embargo, las cifras de recaudación difieren de las presentadas en este estudio por lo siguiente: i) se está considerando que Uber pagaría IVA sobre la comisión de intermediación, mientras que en el estudio mencionado se considera exento de IVA; ii) se incluye un impuesto del 3% en vez de la retención general de impuestos sobre la renta, y iii) no se considera la recaudación por concepto de derechos arancelarios.

Elaboración: Revista Análisis Tributario.

estos esfuerzos son insuficientes para los retos que plantea la economía digital, de modo que, siguiendo las recomendaciones de la OCDE, cabría plantear un rediseño y expansión de la aplicación de un IVA multiservicios digitales y de un impuesto sobre los servicios digitales (de intermediación de las plataformas multilaterales) del 3 por ciento para diez países de América Latina, considerando cuatro de las más importantes empresas digitales (Uber, Netflix, Spotify y Apple).

Ello, como puede verse en la portada de esta edición, permitiría una estimación favorable de recaudación anual de 580 millones de dólares para el conjunto de países, de los cuales 572 millones de dólares provendría del IVA y 8 millones de dólares del impuesto sobre los servicios digitales.

Un nuevo tema para la agenda del Estado peruano. Esperemos que, de ocurrir un rediseño del esquema actual, se estime clara y previamente los beneficios y perjuicios que se generarían.

