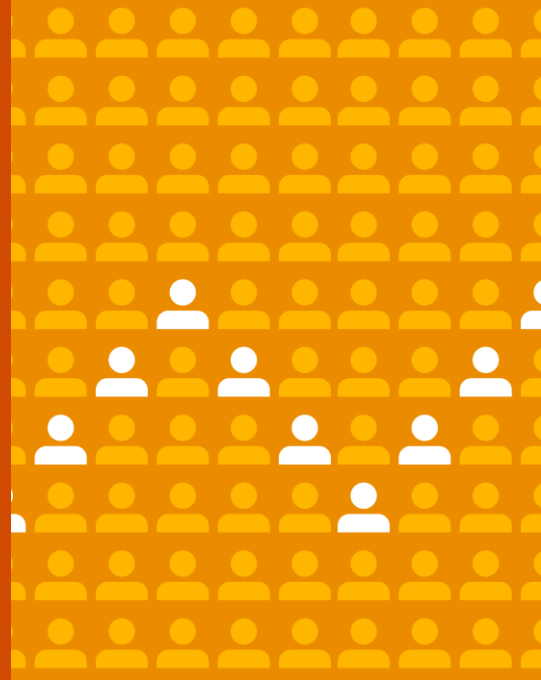


Mapa global de la tributación de los servicios digitales



Analizamos las principales medidas adoptadas por diferentes países con respecto a los impuestos sobre servicios digitales.

Mayo 2020

Contacta con PwC Tax & Legal Services

Roberta Poza

Socia responsable de Fiscalidad Internacional

roberta.poza.cid@pwc.com

Isabel Asín Pérez

Experta en el área de Fiscalidad Internacional

isabel.asin.p.perez@pwc.com

El proyecto BEPS de la OCDE surgió, en gran medida, porque se consideraba que las rentas derivadas de la economía digital no estaban sujetas a un nivel de tributación justa. En la actualidad, siete años después del comienzo del trabajo en la OCDE, para muchos sigue sin haber alcanzado resultados satisfactorios en este ámbito, por lo que el Marco Inclusivo de la OCDE está trabajando en adoptar medidas al respecto con su iniciativa de [Pilar 1](#) y [Pilar 2](#), en principio, a finales de este año 2020 deberían publicarse las soluciones consensuadas. A pesar de la crisis sanitaria del Covid-19 (la reunión del marco inclusivo agendada para el mes de julio en Berlín se hará por videoconferencia y la reunión de octubre está pendiente de confirmación), y las reticencias de Estados Unidos a cualquiera de estas medidas que afectarían, de una manera muy relevante, a empresas tecnológicas de dicho país, Pascal Saint-Amans ha afirmado en varias ocasiones que el calendario de los “pilares” sigue intacto y, en principio, en octubre se publicará un nuevo documento al respecto.

Por otra parte, la Comisión Europea propuso el denominado Digital Services Tax, configurándolo como un impuesto indirecto que gravara las rentas de determinados servicios digitales, y con carácter temporal, ya que debería eliminarse tan pronto como se llegara a un acuerdo global. Este impuesto fue rechazado en el ECOFIN de marzo de 2019. A la espera del acuerdo a nivel internacional de las propuestas de la OCDE, la Unión Europea está considerando el intercambio de información sobre plataformas online o DAC7 (para más información, pinche [aquí](#)). En principio, las normas al respecto se publicarán a finales de junio o mediados de julio de este año y serán aplicables a las compañías de cualquier tamaño, incluidas las start-ups.

En mitad de toda esta vorágine normativa, son muchos los países que, escépticos en cuanto a la adopción de un acuerdo internacional en el corto plazo y para evitar que las rentas por servicios digitales no tributan en sus países, han decidido aprobar de manera unilateral nuevos impuestos para gravar los servicios digitales.

En líneas generales estos impuestos sobre servicios digitales se están considerando como impuestos de carácter indirecto, no estando amparados por los Convenios para evitar la doble imposición y dando lugar, por lo tanto, a situaciones de doble imposición.

A continuación, exponemos los principales países con medidas adoptadas y en qué consisten las mismas.

¿Qué están haciendo los países europeos mientras se espera la aprobación del acuerdo internacional?

Francia

El impuesto sobre servicios digitales francés está en vigor desde el pasado 1 de enero de 2019 ya que su aprobación, el pasado julio, fue retroactiva a dicha fecha. El impuesto aplica sobre los ingresos por servicios digitales de intermediación o publicidad online dirigida, siendo los sujetos pasivos aquellas compañías con un volumen global de operaciones por servicios digitales superior a EUR 750 millones, proviniendo más de EUR 25M del mercado francés. El tipo impositivo es de un 3%. El impuesto tiene carácter temporal, hasta que se apruebe una solución a nivel internacional, ya que en principio el impuesto estaría vigente únicamente para los años 2019 y 2020.



Desde el pasado 1 de enero de 2020 Austria grava los servicios de publicidad online prestados por empresas con unos ingresos globales de al menos EUR 750M e ingresos por publicidad en línea en Austria de al menos EUR 25M”.

El pasado 23 de marzo, las autoridades francesas publicaron una guía que explicaba en detalle el hecho imponible, el cálculo y el tax compliance asociado al impuesto. Dicha guía está sujeta a consulta pública hasta el próximo 23 de mayo.

Italia

La ley de presupuestos de 2020 introdujo, con efectos 1 de enero, el impuesto sobre servicios digitales en Italia que, al igual que el propuesto en la Unión Europea, grava los ingresos obtenidos por (i) publicidad online dirigida, (ii) servicios de intermediación en línea y (iii) servicios de transmisión de datos. Los servicios prestados entre compañías del mismo grupo quedarían excluidos. Los sujetos pasivos son aquellas compañías con ingresos globales superiores a EUR 750 millones e ingresos derivados de servicios digitales sujetos al impuesto en Italia por importe de, al menos, EUR 5.5 millones. El tipo impositivo aplicable es el 3%. Al igual que en el caso de Francia, el impuesto está diseñado para que sea un impuesto de carácter temporal hasta que se alcance una solución a nivel internacional.

Austria

Desde el pasado 1 de enero de 2020 Austria grava los servicios de publicidad online prestados por empresas con unos ingresos globales de al menos EUR 750M e ingresos por publicidad en línea en Austria de al menos EUR 25M. El tipo aplicable es del 5%. Dicho impuesto, que se aprobó en octubre de 2019, es una ampliación del impuesto austriaco sobre servicios de publicidad estándar (ej., publicidad en televisión o radio) en vigor desde el año 2000.

Reino Unido

El impuesto sobre servicios digitales entró en vigor el pasado 1 de abril. Están sujetas al impuesto las prestaciones de (i) redes sociales, (ii) buscadores y (iii) actividades derivadas de mercado en línea (online Marketplace, destinado a facilitar la venta o publicidad de productos) incluyendo determinada publicidad online dirigida. Los sujetos pasivos son aquellas compañías con unos ingresos superiores a 500M de libras y más de 25M de libras de ingresos por servicios digitales en Reino Unido (los primeros 25M de libras estarían exentas de tributación). El tipo impositivo es de un 2%. Al igual que en los casos anteriores, el impuesto tiene un carácter temporal hasta la aprobación de las medidas

internacionales.

República Checa

Actualmente República Checa está inmersa en el proceso legislativo de aprobación de un impuesto sobre servicios digitales a un tipo del 7%, en línea con la fallida directiva europea. El impuesto gravaría la publicidad online dirigida, la puesta a disposición de interfaces digitales o la transmisión de datos. Las entidades sujetas al impuesto serían aquellas con unos ingresos superiores a EUR 750M e ingresos por servicios digitales en República Checa sujetos al impuesto por importe superior a CZK 100M (aprox. EUR 3.7M).

Polonia

Polonia, como parte de las medidas Covid-19 el país publicó el pasado 28 de abril un proyecto de ley en el que se incluye un impuesto sobre el suministro de contenidos digitales en línea por proveedores de VOD (“video on demand”). El tipo del impuesto sería el 1,5% sobre el importe mayor entre los ingresos obtenidos por las tarifas para acceder a los contenidos digitales, o los ingresos de transmisiones comerciales. La razón por la que se está considerando introducir este impuesto, denominado coloquialmente Netflix Tax, es asistir a la industria del cine, muy afectada por la pandemia, por lo que el pago se realizaría al Instituto Polaco del Cine.

Chipre

La introducción de un impuesto que grave la publicidad en línea se sometió a consulta pública en el año 2019 y en la actualidad el proceso legislativo está en suspenso. Se proponía un impuesto de un 3% sobre los ingresos por publicidad en línea para aquellas empresas con ingresos globales de EUR 750M e ingresos sujetos a tributación por importe de EUR 50M. Las operaciones intragrupo quedaban exentas de tributación.



Hoy en día, Hungría no cuenta con un impuesto sobre servicios digitales. Sin embargo, durante años, existieron varios impuestos con ciertas similitudes sobre los que acaba de fallar el Tribunal de Justicia de la Unión Europea”

Eslovaquia

Aunque el gobierno está considerando la introducción de un impuesto específico sobre servicios digitales, a día de hoy la ley de impuesto sobre sociedades eslovaca ya grava a los proveedores de determinadas actividades digitales (tales como plataformas digitales que ofrecen servicios de transporte o alojamiento), no residentes en el país, como si fueran entidades con un establecimiento permanente en Eslovaquia. Por tanto, quedan sujetas al impuesto sobre la renta al tipo doméstico del 21%.

Hungría

Hoy en día, Hungría no cuenta con un impuesto sobre servicios digitales. Sin embargo, durante años, existieron varios impuestos con ciertas similitudes sobre los que acaba de fallar el Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

En primer lugar, el impuesto especial sobre ingresos brutos para compañías del sector de las telecomunicaciones, que se eliminó a partir de 2013. La base imponible del impuesto era el volumen de operaciones derivadas de las actividades de telecomunicaciones a un tipo progresivo que variaba del 0% (para una base imponible de aprox. EUR 1.4M) al 6.5% (para una base imponible de más de EUR 14M aproximadamente). El pasado 3 de marzo de 2020 (C-75/18), el Tribunal ha entendido que el citado impuesto no tiene la consideración de ayuda de estado, no es discriminatorio (nada impide a los estados miembros establecer impuestos de carácter progresivo sobre el volumen de operaciones) ni contrario al IVA (en palabras del Tribunal “no se opone al establecimiento de un impuesto cuya base imponible es el volumen de negocios global del sujeto pasivo y que se percibe periódicamente, y no en cada fase del proceso de producción y de distribución, sin que exista un derecho a deducir el impuesto pagado en la fase anterior de dicho proceso”).

Por otra parte, en 2014 se introdujo un impuesto sobre publicidad aplicable a aquellas entidades con actividades publicitarias en Hungría, incluyendo publicidad online, independientemente de su residencia fiscal. En un primer momento

el tipo impositivo era progresivo del 0% al 50% pero fue modificado por un tipo único después de que una decisión de la Comisión Europea considerara que el tipo progresivo iba en contra del derecho europeo. Actualmente el tipo es del 0% desde el 1 de julio de 2019 al 31 de diciembre del 2022. El Tribunal europeo (C-482/18) ha entendido que la normativa europea no se opone a la obligación de información de los prestadores de servicios publicitarios establecidos en otro estado miembro a efectos de su sujeción a un impuesto sobre la publicidad. Por el contrario, sí se opone a que las multas aplicables en un caso de falta de información sean notablemente superiores en el caso de entidades establecidas en un estado miembro diferente a Hungría, en comparación con las multas aplicables en la misma infracción a entidades con residencia fiscal en Hungría.

Estas sentencias podrían impactar en gran medida a futuros cuestionamientos que se puedan realizar a los impuestos unilaterales sobre servicios digitales en la Unión Europea.

¿Cómo están reaccionando otros países del mundo?

Canadá

El actual gobierno de Canadá está considerando introducir un impuesto sobre los servicios digitales que grave los ingresos procedentes de servicios de publicidad online dirigida así como servicios de intermediación en línea obtenidos por compañías, sin presencia física en Canadá, cuyos ingresos globales sean superiores a \$1B (aprox. EUR 660M) y más de \$40M (aprox. EUR 26M) de ingresos canadienses. El tipo impositivo aplicable sería de un 3%.



El impuesto turco, que se encuentra en tramitación, gravaría a un tipo impositivo del 7.5% los ingresos obtenidos por servicios de publicidad en línea, la puesta a disposición de interfaces digitales, la provisión de contenido digital, visual o audible a través de Internet”.

India

La ley de Presupuestos 2020 de la India, que entró en vigor el pasado 1 de abril, amplió el hecho imponible del impuesto sobre servicios digitales ya existente ("equalization levy"). Con efectos 1 de abril de 2020 el impuesto, además de gravar servicios de publicidad online a un tipo del 6%, grava a un tipo impositivo del 2% cualquier operación de comercio electrónico realizada por una entidad no residente a una entidad india, utilizando un IP indio o usando datos obtenidos en la India. Como excepción, dicho impuesto no aplica en el caso de que la entidad no residente tenga un establecimiento permanente en la India al que se le atribuyan los ingresos obtenidos por dichas operaciones de comercio electrónico, al quedar los mismos sujetos al impuesto sobre la renta indio.

Turquía

El impuesto turco, que se encuentra en tramitación, gravaría a un tipo impositivo del 7.5% los ingresos obtenidos por servicios de publicidad en línea, la puesta a disposición de interfaces digitales, la provisión de contenido digital, visual o audible a través de Internet, o servicios de intermediación en línea que faciliten todos estos servicios. Los sujetos pasivos serían aquellas compañías cuyos ingresos globales excedan de EUR 750M y sus ingresos derivados de servicios digitales en Turquía, sujetos al impuesto, excedan de 20 millones de liras turcas (aprox. EUR 2.5M).

Indonesia

Como consecuencia de la crisis sanitaria del Covid 19 y para incrementar los ingresos, Indonesia gravará con IVA, a partir del 1 de julio de 2020, la prestación de servicios digitales por entidades no residentes. El tipo aplicable será del 10%.
Israel

Después de varias propuestas para sujetar a tributación los servicios digitales prestados en Israel por entidades no residentes, las autoridades están considerando desde hace un tiempo un impuesto sobre servicios digitales similar al impuesto adoptado en Francia.

Además, en el año 2016 las autoridades introdujeron el concepto de "significant digital presence" (i.e., un establecimiento permanente digital), sujetando a impuesto sobre la renta aquellas rentas obtenidas

por entidades no residentes que prestaran servicios digitales.

Brasil

El Congreso brasileño está actualmente valorando introducir un impuesto sobre servicios digitales. El hecho imponible del impuesto aplicaría a (i) publicidad online dirigida, (ii) servicios de intermediación en línea y (iii) servicios de transmisión de datos. Los sujetos pasivos serían únicamente entidades con ingresos globales de BRL 3.000 millones (aprox. EUR 500 millones) e ingresos brasileños de más de BRL 100 millones (aprox. EUR 17 millones). El tipo impositivo sería progresivo, desde un 1% en los primeros BRL 150 millones (aprox. EUR 25 millones) de ingresos brasileños, un 3% entre BRL 150 millones y BRL 300 millones (aprox. EUR 50 millones), hasta un 5% para ingresos brasileños superiores a BRL 300 millones.

En la actualidad Brasil está en proceso de admisión en la OCDE y, de cara a estar más alineado con la misma, tendría que revisar su sistema tributario (conocido por su elevado número y complejidad de impuestos indirectos). Es por ello que, en principio el impuesto sería temporal hasta que se alcanzara una solución global.

Otros países de Latinoamérica

La línea general de los países de Latinoamérica en los últimos años, lejos de la introducción de un impuesto específico para gravar los servicios digitales, es sujetar los mismos a IVA.

Con carácter general, en el caso de servicios prestados por entidades no residentes, el ingreso del impuesto varía en función de si se trata de servicios prestados a empresarios (B2B) o consumidores finales (B2C). En el primer caso, se practica una retención por el receptor de los servicios, sujeto pasivo de IVA, o directamente el no residente se registra a efectos del IVA y paga el impuesto, en aquellas operaciones con empresarios no sujetos al IVA. En el caso de servicios B2C, la norma general es que la entidad emisora de la tarjeta de crédito con la que se realizan los pagos es la obligada a practicar la retención y depositar el impuesto ante las autoridades tributarias.



México acaba de adoptar normas que entrarán en vigor el próximo 1 de junio”

En este sentido, México acaba de adoptar normas que entrarán en vigor el próximo 1 de junio. Se trata de disposiciones en materia de Impuesto al Valor Agregado (“IVA”) en México por la prestación de servicios digitales por residentes en el extranjero sin establecimiento (“EP”) en el país.

Estas nuevas disposiciones suponen la inclusión de un nuevo Capítulo III BIS a la Ley del IVA que busca gravar ciertas actividades realizadas por residentes en el extranjero sin EP tratándose de servicios digitales prestados en México, clasificando en dos a los posibles sujetos del IVA: i) aquéllos que prestan servicios digitales de manera directa y, ii) aquéllos que consistan en la intermediación entre terceros.

África

La tendencia también ha llegado al continente africano. En el caso de Nigeria, el pasado mes de enero se aprobó la ley de finanzas (“Finance Act”) que llevaba en discusión desde el último trimestre de 2019. Dicha ley ha introducido la tributación en el impuesto sobre la renta de entidades no residentes que presten servicios digitales así como servicios técnicos, profesionales o de consultoría, siempre y cuando dichas entidades tengan una presencia digital significativa en el país.

Por otra parte, el proyecto de ley de finanzas del 2020 de Kenia está considerando introducir un impuesto sobre servicios digitales cuyo tipo impositivo sería el 1.5%, aplicable a los ingresos derivados de servicios digitales.

Por último, el gobierno egipcio anunció hace unos meses su intención de reforzar su normativa doméstica tributaria para gravar las rentas derivadas de servicios digitales.