



Facultad de Economía y Negocios
Magíster en Dirección y Planificación Tributaria

IMPUESTOS A LOS SERVICIOS DIGITALES Y SU EFECTO A LA RECAUDACIÓN FISCAL EN PANDEMIA

Memoria para optar al grado de Magíster en Dirección y Planificación Tributaria

Alumna

Camila José Ponce Carvajal

Profesor Guía

Claudia Farías Retamal

Talca - Chile

2021

CONSTANCIA

La Dirección del Sistema de Bibliotecas a través de su unidad de procesos técnicos certifica que el autor del siguiente trabajo de titulación ha firmado su autorización para la reproducción en forma total o parcial e ilimitada del mismo.



Talca, 2021

DERECHOS DE AUTOR

© CAMILA JOSE PONCE CARVAJAL

Se autoriza la reproducción parcial o total de esta obra, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

RESUMEN

La presente investigación está enfocada en analizar los efectos que ha causado la pandemia COVID-19 a la recaudación fiscal de Chile una vez incorporada la reforma de modernización tributaria, específicamente nos inquieta saber la variación que pueda tener la aplicación de tributo a los servicios digitales.

Primeramente, orientamos los objetivos y preguntas de investigación a dar respuesta a la problemática elegida, además de recabar información que nos permitirá conocer el tema y ahondar en los detalles que puedan haber observado los distintos autores en temas directamente relacionados a este, por otra parte, se deja estipulado los métodos de investigación utilizados para concluir sobre la investigación.

En el desarrollo del texto encontrarán detalles sobre términos relacionados a los impuestos digitales, como economía digital, hechos gravados, hechos no gravados, exentos o gravados especiales, términos que son relevantes a la hora de explicar el cómo se afecta con impuesto los variados servicios que hoy encontramos mediante internet y que según observamos se ha incrementado en prestación y contratación en el tiempo que la comunidad ha permanecido en sus hogares a causa del virus.

Por otra parte, esta investigación entregará datos con los que podemos entender cómo se incorpora a las distintas entidades a la tributación de este impuesto establecido en la Ley N°21210, además de analizar la variación o impacto que este tuvo en la recaudación de impuestos informada por la dirección de presupuesto del gobierno nacional.

ÍNDICE

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I: PROBLEMATIZACIÓN	7
<i>Enunciado</i>	8
<i>Formulación</i>	8
<i>Preguntas</i>	9
<i>Objetivos</i>	9
<i>Justificación de la Investigación</i>	9
<i>Viabilidad del estudio</i>	12
CAPÍTULO II: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	14
<i>Diseño de la investigación</i>	15
<i>Metodología de la investigación</i>	16
<i>Variables de investigación</i>	17
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	19
<i>Marco conceptual y revisión bibliográfica</i>	20
<i>Base técnica y legal</i>	46
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	48
<i>Introducción</i>	49
<i>Discusión de los resultados</i>	49
<i>Conclusiones</i>	56
TRABAJOS CITADOS	60
CAPÍTULO V: ANEXOS	63

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Mapa Diseños de Investigación</i>	15
<i>Ilustración 2. Ecosistema de la Economía Digital</i>	27
<i>Ilustración 3. Gráfico Efecto Total (Recaudación)</i>	43
<i>Ilustración 4. Gráfico Recaudación por IVA de la Recaudación Total Vía Impuestos</i>	44
<i>Ilustración 5. Recaudación Estimada de la Modernización Tributaria</i>	46
<i>Ilustración 6. PREGUNTA N°1 ENCUESTA PROPIA</i>	50
<i>Ilustración 7. PREGUNTA N°2 ENCUESTA PROPIA</i>	50
<i>Ilustración 8. PREGUNTA N°3 ENCUESTA PROPIA</i>	50
<i>Ilustración 9. PREGUNTA N° 4 ENCUESTA PROPIA</i>	51
<i>Ilustración 10. PREGUNTA N°5 ENCUESTA PROPIA</i>	51
<i>Ilustración 11. PREGUNTA N°6 ENCUESTA PROPIA</i>	51
<i>Ilustración 12. PREGUNTA N°7 ENCUESTA PROPIA</i>	52
<i>Ilustración 13. PREGUNTA N°8 ENCUESTA PROPIA</i>	52
<i>Ilustración 14. PREGUNTA N°9 ENCUESTA PROPIA</i>	52
<i>Ilustración 15. PREGUNTA N°10 ENCUESTA PROPIA</i>	53
<i>Ilustración 16. Evolución de Tráficos Fijos</i>	53
<i>Ilustración 17. Evolución de Tráficos Móviles</i>	54
<i>Ilustración 18. Evolución de Tráficos Fijos y Móviles. Efecto Pandemia</i>	54

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se han generado distintas modificaciones a la legislación, una de las más controversiales ha sido la modificación en el ámbito tributario, ya que ha sido cuestionada por los métodos de tributación planteados tildándolos de complejos solo por la dificultad que implica la incorporación y adaptación a dichos métodos. De aquí nace la necesidad de también ampliar la forma de recaudación fiscal aplicándola no solo a las actividades comúnmente desarrolladas en el mercado, si no que también a aquellas que con el auge de la tecnología nos entregan diversas formas de negocio.

Enfocándonos en la última modificación a la ley tributaria y el auge de la tecnología mencionados en el párrafo anterior, es que tomaremos un tema específico abordado en la Ley 21.210 sobre modernización tributaria, este es la aplicación de Impuesto a los servicios digitales.

Este tipo de servicios se ha convertido en una nueva forma de negocio, que se espera sea un aporte al crecimiento de la economía y aumento a la recaudación fiscal. Sin embargo, debido a las condiciones actuales, en donde a nivel mundial se ha desencadenado una crisis por causa del COVID-19, que además de afectar la salud, nos provoca el cuestionamiento de qué impacto traerá realmente la aplicación del Impuesto Digital.

De aquí surge la necesidad de analizar las consecuencias de este hecho mundial y cómo puede afectar, específicamente a la economía chilena, en cuanto a recaudación fiscal una vez aplicada la modificación que incorpora los impuestos a servicios digitales. Sabiendo que incluye en sus variables aquellos servicios que se prestan desde el extranjero, que son utilizados en Chile, que involucra el cambio de sujeto en el impuesto y hasta se hace necesarios tener clara la normativa de impuesto adicional, con el fin de no cometer errores al momento de gravar con impuesto este tipo de servicios.

CAPÍTULO I: PROBLEMATIZACIÓN

Enunciado

La contingencia mundial nos genera el cuestionamiento sobre el efecto que la Pandemia (COVID-19) pueda tener en la recaudación fiscal nacional, enfocada al crecimiento que ha tenido el mercado de los servicios digitales, esto sabiendo que debido a la situación actual gran parte de la población ha sido obligada a permanecer en sus residencias y por lo mismo optar a la utilización de plataformas digitales para satisfacer distintas necesidades tanto de entretenimiento, como de adquisición de productos.

Es por esto y tal como se ha plasmado anteriormente, que buscamos analizar el efecto que este elevado consumo de servicios digitales pueda tener en la recaudación fiscal de Chile, teniendo en cuenta las modificaciones recientemente incorporadas a la legislación tributaria en la que se incorporan estos servicios y que se interrelacionan con otras normativas debido a la nacionalidad de los proveedores.

Formulación

Basándonos en la bibliografía revisada, Ley N° 21.210 artículo tercero N°3, RES Ex SII N° 67, párrafos 2 al 5, RES Ex SII N° 55, párrafos 1 al 5, Circular N° 42, junio 2020, N° 2 y 3, y ORD. N° 1895, 01-09-2020, podemos inferir que los efectos producidos en la recaudación fiscal chilena serán positivos, ya que, con el aumento del uso y disposición de los servicios digitales, se observa la posibilidad de recaudación fiscal de áreas no incorporadas anteriormente. Según el proyecto de Ley se estima que la recaudación por este régimen llegaría a US\$ 254 millones. Esto incluye tanto la tributación de los servicios digitales como una estimación de lo que se recaudará al fortalecer la fiscalización de los envíos físicos que ingresan al país. (Gómez, 2019) De aquello nacen las siguientes interrogantes:

Preguntas

- ¿Cómo identificar las plataformas que estando vigentes en Chile, y que son extranjeras, han pagado Impuesto Digital en periodo de pandemia?
- ¿Cuál es la contribución de la recaudación por este impuesto?

Objetivos

Objetivo General

1. Determinar si la recaudación fiscal sufrirá variaciones al incorporar el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales en tiempos de pandemia.

Objetivos Específicos

1. Analizar la recaudación fiscal esperada antes de la pandemia.
2. Determinar si el aporte fiscal de los impuestos a los servicios digitales será el proyectado por el Ministerio de Hacienda.
3. Describir los efectos en cuanto a la recaudación de este impuesto en tiempos de pandemia.
4. Conocer cuando se genera el hecho gravado con Impuesto Digital.

Justificación de la Investigación

Primero comenzaremos preguntándonos ¿quiénes deben pagar el IVA a los Servicios Digitales? Esta obligación tributaria es solo para contribuyentes extranjeros, sin domicilio ni residencia en Chile, que presten servicios remotos para ser utilizados en territorio nacional por personas naturales o jurídicas no contribuyentes de IVA. (Servicio de Impuestos Internos Chile, 2020)

Como el párrafo anterior describe un poco de lo que tratará el tema expuesto, se da a entender que este es un paso muy grande e importante para la sociedad chilena, ya que la nueva ley aplica para intermediarios de servicios prestados en Chile de cualquier índole, ya sea para ventas nacionales o internacionales, y siempre y cuando den inicio a una importación. Esta nueva Ley también aplicará para las plataformas de entretenimiento digital, como videos, música, juegos u otros, para plataformas que entreguen servicios de software, almacenamiento online (nube) o cualquier otra plataforma informática o de publicidad.

Debido a la pandemia, la sociedad de todo el mundo, igualmente que en Chile, pasa más tiempo en casa, por lo que requieren contratar servicios digitales, y podrían estar optando por una plataforma que brinde diversión y entretenimiento, tanto para adultos como infantiles como son Netflix, HBO Go, Amazon, Spotify, entre otras.

Estas plataformas, no tenían regulación de impuestos dentro del país, debido a que no habían sido consideradas en las anteriores modificaciones tributarias, hecho que paso a ser transformado en una nueva medida tributaria hecha para que dichas plataformas deban pagar un impuesto del 19% a partir del 1 de junio de 2020 y así seguir con sus actividades en Chile. Esta medida surge el 24 de febrero del 2020 con la reestructuración de la Ley de Modernización de la Legislación Tributaria.

Entre las aplicaciones afectadas están: Netflix, Amazon Prime Video, HBO Go, PlayStation, Spotify, Deezer, Fox Play, Xbox Live, Servicios publicitarios de Google, Facebook o Instagram, Dropbox, entre otros.

Podrá realizar su declaración a través del Servicio de Impuestos Internos, a través del Formulario N° 129, de manera mensual o trimestral, de acuerdo con la opción que elija, la que quedará registrada en su perfil, o a través del Formulario 29, en el caso de contribuyentes de IVA Nacionales que realicen la retención del

impuesto por la contratación de estos servicios y que enteren dicho monto mediante el cambio de sujeto en el impuesto.

Para declaraciones en moneda extranjera, el impuesto correspondiente se debe pagar vía transferencia SWIFT, la que se identifica mediante un código SWIFT o código BIC (Bank Identifier Code). Este código permite identificar al banco receptor cuando se realiza una transferencia internacional.

El tipo de moneda (dólares americanos, euros o pesos chilenos) y la periodicidad de declaración y pago se deben indicar al momento de la inscripción. Una vez efectuada la elección, esta no podrá ser modificada hasta el 1 de enero del año siguiente.

El IVA se declara exclusivamente por Internet a través del Portal IVA Servicios Digitales que el Servicio de Impuestos Internos ha habilitado en su página Web (www.sii.cl). La declaración se efectúa utilizando el formulario de IVA Servicios Digitales (F129). Para declaraciones en moneda extranjera, el pago se debe realizar mediante una transferencia SWIFT (transferencia interbancaria internacional). Para cumplir con la obligación no basta con solo enviar la declaración. Se debe pagar el impuesto en el plazo legal establecido. Por otra parte, para contribuyentes nacionales el pago de este tributo con modalidad de cambio de sujeto en el impuesto será declarado por Formulario 29 como parte de las obligaciones mensuales que le corresponden según su actividad comercial desarrollada. Incorporar formularios

El Portal IVA, es un sitio que el SII ha habilitado en su página web para que los contribuyentes sin residencia ni domicilio en Chile puedan inscribirse en el régimen de tributación simplificada establecido por Ley, y puedan cumplir con su obligación de declarar y pagar el IVA por los servicios prestados.

En este sitio los contribuyentes antes mencionados también podrán revisar el estado de sus declaraciones, consultar sobre deudas pendientes y corregir la información declarada si así lo requieren, entre otras funcionalidades. Para poder

navegar en este Portal, los contribuyentes deben contar con un Número de Usuario y Clave.

Es importante señalar que estos impuestos no afectarán los pedidos de Amazon y AliExpress debido a que ya están enmarcados en las normativas de importación. Cabe mencionar que las plataformas de transporte como Uber o Cabify están afectas al IVA digital por la comisión que se paga por el uso de la plataforma, pagada por los conductores a empresa extranjera. Sin embargo, continúan exentas al valor agregado, asociado al transporte de pasajeros.

Para la fiscalización del cumplimiento tributario de las plataformas extranjeras, el SII utilizará tanto la información que obtiene de los operadores locales como la información internacional a la que puede acceder gracias la red de tratados de intercambio de información o para evitar la doble tributación que ha suscrito Chile. Por ejemplo, el SII intercambiará información con el país donde se encuentra radicada la plataforma extranjera, y podrá contrastar dicha información con la que declaren las plataformas en el nuevo sistema simplificado chileno". (Gómez, 2019)

Nuestro estudio formará parte de un legado importante para las próximas generaciones de nuestra facultad, tanto para los estudiantes de pregrado como probablemente para los de post grado, ya que es una ley que puede ser modificada, pero no derogada.

Viabilidad del estudio

El estudio se basará en normativas ya existentes, ya sea circulares, oficios, tesis publicadas, entre otros.

A continuación, se mencionarán los textos a utilizar:

1. Ley 21.210.
2. Circular 42, 2020.

3. Resolución Exenta 55, 2020.
4. Resolución Exenta 67, 2020.
5. Oficio 1895, 2020.
6. Tesis Lineamiento OCDE Para La Tributación De La Economía Digital, Parte I 2020.
7. Tesis Desafíos Tributarios De La Economía Digital: Análisis Comparado Y Situación Nacional, 2020.
8. Presentación Modernización Tributaria, Impuestos Digitales, Christian Delcorto y Rodrigo Maldonado, 2020.

CAPÍTULO II: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de la investigación

El diseño de investigación es un conjunto de técnicas y métodos que se elige para llegar a realizar un experimento o un proyecto de investigación, es decir, es un plan estructurado y específico de acción, dirigido al diseño e implementación de un experimento. Juntamente con esto se debe estipular que realizará este trabajo mediante el enfoque cuantitativo, el cual se describe a continuación:

Enfoque cuantitativo: El diseño cuantitativo es una forma de aproximación sistemática al estudio de la realidad. Se apoya en categorías numéricas y permite realizar el análisis de los fenómenos a través de diferentes formas estadísticas.

En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para aportar evidencias respecto de los lineamientos de la investigación, al no contar con una hipótesis establecida. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

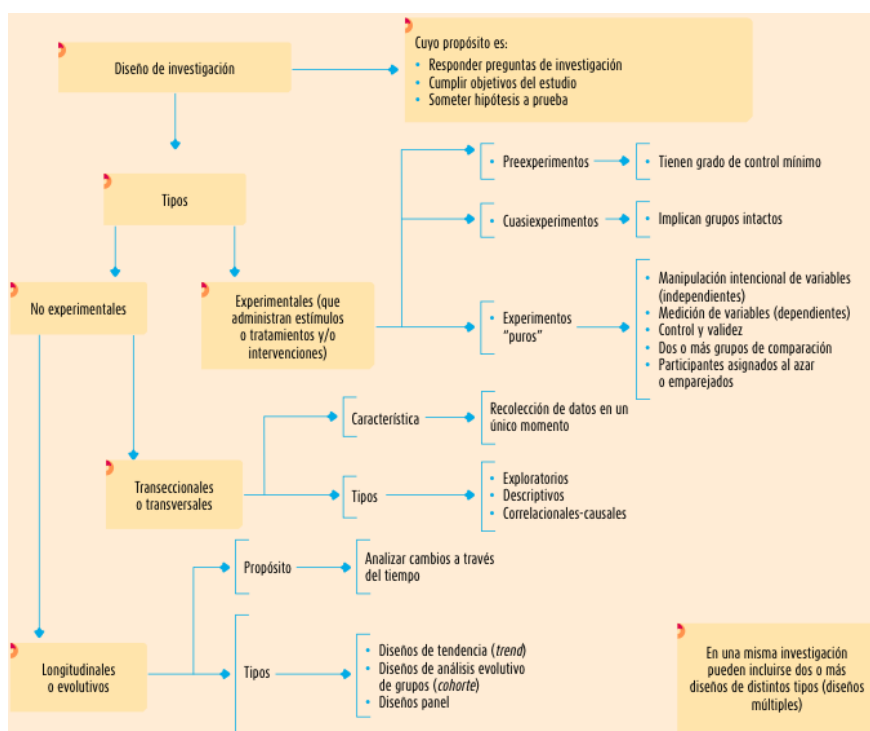


Ilustración 1. Mapa Diseños de Investigación

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Metodología de la investigación

La metodología aplicada en este trabajo de investigación se llevará a cabo mediante una reseña cuantitativa, la que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es lo que realizaremos para poder explicar el funcionamiento de los Impuestos Digitales.

Procederemos a la recolección de datos predispuesto con la aplicación de una encuesta a diferentes expertos en la venta de plataformas que están bajo el sistema de tributación por Impuestos Digitales. Este será el método para utilizar debido a que generalmente involucra una gran audiencia para recolectar una gran cantidad de datos. Este es un método cuantitativo que tiene un conjunto predeterminado de preguntas cerradas fáciles de responder y puede que en algunos casos preguntas abiertas.

Dichas encuestas serán aplicadas de manera online, principalmente por la situación que estamos hoy en el mundo, y además porque se puede captar una mayor cantidad de encuestados. Para esto hemos definido una muestra, mediante el programa Cadem.cl que es una calculadora de muestra online. La muestra se determinó en base a un universo de 1.000 personas, con un error máximo aceptable del 5%, un 50% de supuesto varianza y un 95% de nivel de confianza, lo que arrojó un tamaño de muestra de 278 personas a encuestar. Para representar los valores anteriormente mencionados, tome como base el libro Metodología de la Investigación. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Hay que mencionar que para el estudio en cuestión utilizaremos leyes vigentes, tal como la 21.210, resoluciones, circulares, oficios y tesis relacionadas con los Impuestos Digitales, todo lo anteriormente mencionado, se obtendrá de manera digital, de plataformas confiables, como el SII, la OCDE, tesis de universidades prestigiosamente reconocidas, entre otras.

Para validar nuestra encuesta, utilizaremos la Validez de expertos, ya que este se basa en el grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

En relación con el párrafo anterior, los expertos a los que recurriremos para validar esta recopilación de datos son personal dedicado a la venta de cuentas de plataformas y aplicaciones de entretenimiento, además de otros, dedicados a la entrega de servicios de conectividad a internet móvil y hogar.

Variables de investigación

Primero he de mencionar que se utilizará una variable dependiente, la cual es sobre los cambios sufridos por los sujetos como consecuencia de la manipulación de la variable independiente por parte del experimentador, en este caso cómo influencia la pandemia en los Servicios Digitales. En este tema en cuestión el nombre lo dice de manera explícita, va a depender de algo que la hace variar.

Las preguntas se ejecutarán en torno al juicio profesional de personas que por su actividad tienen conocimiento o relación con el hecho investigado, dando con ello la facultad de poder establecer las interrogantes dentro de la encuesta.

Primero se definirá el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que vamos a aplicar para que de esta forma los resultados no se vean afectados. Luego, nos propondremos diseñar preguntas que sean fáciles de entender para los encuestados.

Cuando la encuesta esté terminada, aplicaremos una encuesta piloto para que nos permita identificar los errores que pueda afectar la investigación. Posteriormente veremos si hay errores dentro de la encuesta, si es necesario la ajustaremos para que cumpla con los requisitos.

Finalmente se aplicará la encuesta a la muestra objetivo y recolectaremos toda la información necesaria para probar o derogar los objetivos definidos en esta tesis.

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

Marco conceptual y revisión bibliográfica

Primero comenzaremos analizando los siguientes conceptos, para adherirnos a la aclaración de que es y como tratar el Impuesto Digital.

- Hecho gravado básico de ventas: Es todo acto, independientemente del nombre que le den las partes, que sirva para transferir a título oneroso (no gratuito) bienes corporales muebles efectuado por un vendedor. La ley incorpora, además, como hecho gravado básico la actividad de la construcción. La transferencia debe realizarse dentro del territorio nacional. La ley equipara varios otros hechos al hecho gravado básico de ventas dejándolos gravados con IVA. Por ejemplo: Las importaciones, los aportes que vendedores hacen de los bienes de su giro a otras empresas, los retiros de bienes del giro que hacen los dueños o socios de las empresas, la entrega gratuita de bienes destinados a fines de publicidad y otros. Cualquiera de estos hechos que se produzcan, pese a no ser ventas, quedan gravados con IVA.
- Hecho gravado básico de servicios: Es la prestación que una persona realiza por la que percibe cualquier forma de remuneración siempre que corresponda a actividades de la Industria, el Comercio o lo Servicios en que predomine el elemento capital por sobre el elemento trabajo personal. Es decir, hay una persona que realiza una prestación en favor de otra, por la que se percibe una remuneración. El servicio debe prestarse o utilizarse en Chile. Cuando se dice que el servicio debe corresponder a actividades de la Industria y el Comercio, se excluyen del IVA, los servicios personales, como los de profesionales y otras ocupaciones lucrativas. Igual que en el caso de las ventas, la ley equipara a este hecho básico de servicios, distintos otros hechos. Por ejemplo: Arrendamiento y otras formas de cesión de bienes inmuebles amoblados o con instalaciones. Arrendamiento y otras formas de cesión de bienes muebles. Estacionamientos de automóviles y otros.
- Hecho no gravado: Son aquellas transacciones comerciales que se encuentran fuera del ámbito de aplicación I.V.A. debido a que no cumplen

con alguno/s del/los presupuesto/s básicos y especiales determinados en normas jurídicas que dispone la aplicación de dicho impuesto.

- Hecho gravado especial: En segundo lugar, una vez descartada la posible calificación genérica de venta y prestación de servicios sobre las operaciones que se realizan sobre derechos de propiedad industrial o intelectual, debemos determinar si es posible configurar algún hecho gravado especial de aquellos contenidos en el Artículo 8° del referido cuerpo legal. Conforme a ello, toma especial relevancia el análisis de la disposición del literal h) de dicho artículo, el que señala que serán consideradas también como ventas y servicios, según corresponda: “el arrendamiento, subarrendamiento o cualquier forma de cesión del uso o goce temporal de marcas, patentes de invención, procedimientos o fórmulas industriales y otras prestaciones similares”. De acuerdo con la disposición recién transcrita, podemos diferenciar al menos tres elementos o requisitos que deben concurrir para su afectación, los que se resumen básicamente en los siguientes: (a) la existencia de una cesión de uso o goce de derechos u otras prestaciones similares, (b) un carácter temporal de la misma y (c) cuyo objeto recaiga sobre marcas, patentes de invención, procedimientos o fórmulas industriales; elementos que pasaremos a analizar a continuación de forma separada. Por otra parte, con la incorporación del artículo 59 bis en la Ley de la Renta, el nuevo artículo establece que los servicios a que se refiere el artículo 8, letra n, de la Ley del IVA, estarán exentos de Impuesto Adicional, cuando éstos sean prestados a personas naturales que no sean contribuyentes de IVA.
- Hecho gravado exento: Constituyen limitaciones al ámbito de aplicación del impuesto (principio de generalidad), pese a que cumplen con los presupuestos básicos para estar afectos, en virtud de las disposiciones establecidas el gravamen no se aplica a bienes o convenciones específicas. Distinta es la situación de un hecho exento, el cual es un hecho gravado, porque es una operación que realizó el contribuyente en la cual cumplió todos los elementos del hecho gravado, pero es el mismo legislador el que

señala claramente que tal situación no deberá pagar impuestos, es decir, no está obligado a cumplir con la obligación tributaria principal, pero si está obligado a respetar las obligaciones tributarias accesorias, como serían llevar determinados registros, ocupar específicos formularios y otras particularidades. (<https://www.tributariolaboral.cl/606/w3-article-62462.html>).

- Impuesto adicional: Finalmente, en relación con la afectación de Impuesto Adicional, es común encontrar en la práctica y en pronunciamientos del SII, la existencia de prestaciones sobre derechos de propiedad industrial e intelectual en que el cedente se encuentra domiciliado en el extranjero.

En este sentido, es importante destacar que independientemente de las normas de territorialidad de este hecho gravado, cuando las remuneraciones o royalties que se paguen estén afectas a Impuesto Adicional, conllevará necesariamente la exención de IVA respecto de estos servicios. Lógicamente, esta conclusión de liberación es igualmente aplicable tanto si las rentas se afectan con el Impuesto Adicional establecido en el Artículo 59 de la Ley de Impuesto a la Renta. Por otra parte, se considera pertinente dar a conocer las implicancias tributarias que representa esta modificación algunos aspectos generales de esto se ha tomado desde la información entregada por SII mediante su página oficial para IVA a los servicios digitales (<https://www.sii.cl/vat/index.html>), aquí cada contribuyente de los mencionados en el desarrollo de la investigación, principalmente los extranjeros, sin domicilio ni residencia en Chile, que presten servicios remotos para ser utilizados en territorio nacional por personas naturales o jurídicas no contribuyentes de IVA, pueden inscribirse a través del formulario de registro y obtener un número de usuario y clave con lo que pueden acceder a la declaración y pago de impuesto, según hayan indicado en su registro. Las opciones para declaración y pago de este son mensual o trimestral y al igual que la declaración del F29 se realizan dentro de los primero veinte días del mes siguiente al periodo tributario que se quiere declarar. Con respecto al pago, el SII informa que este debe ser realizado mediante transferencias SWIFT (del inglés “Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication”), corresponden a una transferencia internacional interbancaria. Estas transferencias se identifican

mediante un código SWIFT, también denominado código BIC (Bank Identifier Code), compuesto por una serie alfanumérica de 8 u 11 dígitos que sirve para identificar al banco receptor cuando se realiza una transferencia internacional, se aclara en esta página que la base imponible del Impuesto a pagar corresponde al monto total de las contraprestaciones recibidas, cualquiera sea su naturaleza, por concepto de la prestación en Chile de los servicios digitales afectos con la modificación tributaria.

Además de eso, existe un régimen de tributación simplificado para pagar el IVA a los servicios digitales, el que a grandes rasgos se aplicara como sigue:

- Los contribuyentes quedarán sujetos a un régimen de tributación simplificada (Artículo 35 A).
- El Director del SII podrá eximir total o parcialmente a los contribuyentes de este régimen de ciertas obligaciones mediante normas de carácter general o podrá sustituirlas por otros procedimientos que constituyan un trámite simplificado. (Artículo 35 B).
- Los contribuyentes sujetos a este régimen no tendrán derecho a crédito fiscal y se encontrarán liberados de la obligación de emitir documentos tributarios por sus operaciones. (Artículo 35 C).
- Los contribuyentes estarán afectos a una tasa de impuesto de 19% que deberán recargar a la contraprestación recibida por los servicios prestados. (Artículo 35 D).
- Los contribuyentes sujetos a este régimen deberán declarar en forma simplificada y pagar los impuestos devengados en un período tributario, hasta el día 20 del primer mes siguiente a aquel en se devengue el impuesto. (Artículo 35 E).
- El Director del SII, mediante norma de general aplicación, establecerá los procedimientos necesarios para la determinación y pago del impuesto en moneda extranjera.

- De igual forma, el Director podrá autorizar que la determinación y pago del impuesto se realice en moneda nacional, cuando la operación se efectúe en moneda extranjera (Artículo 35 F).
- Si producto de descuentos, anulaciones, rescisión, terminación o resolución de servicios, el contribuyente hubiese devuelto al consumidor el impuesto respectivo, podrá descontar dicho monto del impuesto que le corresponda pagar (Artículo 35 G).
- El Servicio de Impuestos Internos podrá utilizar todos los medios de fiscalización tecnológicos que disponga para verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. (Artículo 35 H).
- Asimismo, el Servicio podrá solicitar a los contribuyentes sujetos a este impuesto la información que tengan disponible sobre la identificación de los vendedores o prestadores de servicios respecto de los que intermedian y de las cantidades que se paguen o pongan a disposición de dichos vendedores o prestadores. (Artículo 35 I).

La finalidad de este estudio es identificar las variaciones que pudiese sufrir la recaudación fiscal, tomando en cuenta la pandemia que nos aqueja a nivel mundial y la modificación a la legislación tributaria chilena que grava con impuesto los servicios digitales, esto se llevará a cabo comparando los ingresos fiscales de la proyección esperada para 2020 y lo realmente se ha recaudado a diciembre del mismo año. Para esto es necesario que se ahonde en términos claves que nos ayuden a comprender el tema investigado y la relevancia de su análisis.

Primeramente, debemos comprender que se entiende por impuestos, según (Guerrero, 1995) en su estudio presenta dos conceptos, primero el Concepto Hacendista “es un ingreso público, que se caracteriza: por financiar los servicios públicos indivisibles, ser exigido obligatoriamente, tener su fuente ordinaria en la renta neta no exenta, y producir unos considerables efectos económicos.” Y seguido de este el Concepto Legal “«Son impuestos los tributos exigidos sin contraprestación, cuyo hecho imponible está constituido por negocios, actos o hechos de naturaleza jurídica o económica, que ponen de manifiesto la capacidad

contributiva del sujeto pasivo, como consecuencia de la posesión de un patrimonio, la circulación de los bienes o la adquisición o gasto de la renta». Además de esto el autor hace una diferenciación entre los tipos de impuesto, indicando que se conocen los impuestos directos e indirectos presentando para estos los siguientes conceptos: “Se consideran impuestos directos los que gravan unos hechos, generalmente periódicos, indicadores de la renta adquirida que manifiestan la capacidad de contribuir tanto en la fase de producción como en la de su obtención, no teniendo atribuido legalmente el contribuyente el derecho ni el deber de repercusión.” Y “Son considerados impuestos indirectos los que gravan unos hechos instantáneos, indicadores de la renta gastada, que manifiestan la capacidad de contribuir tanto en su forma de consumo como de inversión, cuando se produce la circulación del bienestar teniendo atribuido el contribuyente de derecho y el deber de repercusión, generalmente.”

Sabiendo esto podemos afirmar que parte del sustento de una sociedad está dada por los ingresos percibidos desde todo impuesto establecido por la legislación nacional, sea esto a ventas o servicios practicados por personas naturales o jurídicas. En concordancia, se dice que los ingresos fiscales “son aquellos que recauda el Estado para financiar las actividades del sector público, tales como impuestos, derechos, productos y aprovechamientos. De éstos, los impuestos constituyen la mayor parte de los recursos fiscales de que dispone el Estado para financiar sus erogaciones.” (Observatorio fiscal de Latinoamérica y el Caribe, 2020)

Del párrafo anterior es que también debemos mencionar que debido a la pandemia se ha visto intervenida la proyección de aquellos ingresos fiscales que el estado esperaba obtener, ya que se ha incrementado en un área económica que no había sido considerada en épocas anteriores, hablamos del impuesto a los servicios digitales el que se entiende como un tributo a los servicios prestados por aplicaciones o plataformas de internet, en favor de otro contribuyente o persona natural a cambio de un valor monetario, que incluye IVA y es facturado por periodos. La nueva norma se encuentra en la Ley N° 21.210 la que introduce

modificaciones a la Ley de impuestos a las ventas y servicios, y a otras leyes tributarias, dentro de las modificaciones asociadas al impuesto mencionado, indica lo siguiente:

“Agregase en el artículo 5 el siguiente inciso tercero:

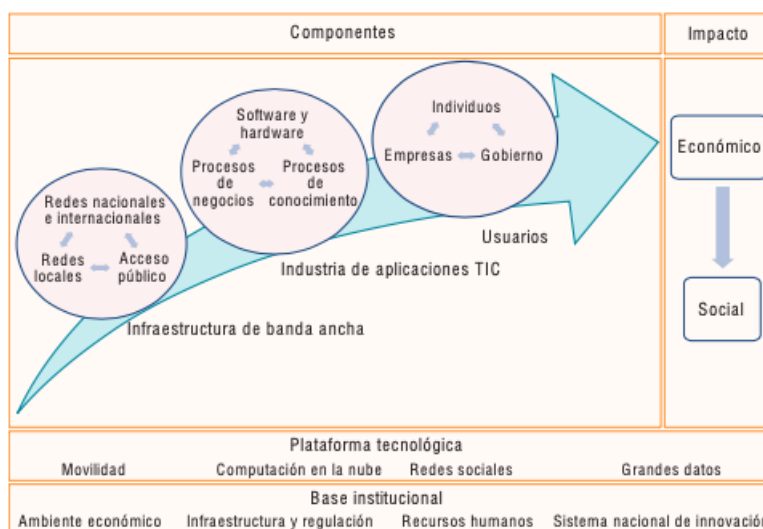
"Tratándose de los servicios del artículo 8 letra n) que sean prestados en forma digital, se presumirá que el servicio es utilizado en el territorio nacional si, al tiempo de contratar dichos servicios o realizar los pagos correspondientes a ellos, concurren al menos dos de las siguientes situaciones:

- i. Que la dirección IP del dispositivo utilizado por el usuario u otro mecanismo de geolocalización indiquen que este se encuentra en Chile;
- ii. Que la tarjeta, cuenta corriente bancaria u otro medio de pago utilizado para el pago se encuentre emitido o registrado en Chile;
- iii. Que el domicilio indicado por el usuario para la facturación o la emisión de comprobantes de pago se encuentre ubicado en el territorio nacional; o,
- iv. Que la tarjeta de módulo de identidad del suscriptor (SIM) del teléfono móvil mediante el cual se recibe el servicio tenga como código de país a Chile." (Ministerio de Hacienda, 2020)

Esta actividad económica si bien lleva años desarrollándose a nivel mundial, no había sido considerada como susceptible de gravar con impuesto en las anteriores modificaciones tributarias chilenas, por ende, no se consideraba definida como actividad económica, los primeros conceptos relacionados a esto fueron conocidos como economías digitales que según Donn Tapscott en el año 1995 en su libro Economía Digital: Promesa y Peligro en la Era de la Inteligencia en redes. Tapscott se refirió a cómo el internet puede cambiar la forma en que vivimos y hacemos negocios. Concretamente, uno de sus aportes más importantes fue el acuñar el concepto de economía digital como “la rama de la economía que estudia el costo marginal nulo de bienes intangibles vía internet”

Conceptos más recientes la definen como “economía digital es un facilitador cuyo desarrollo y despliegue se produce en un ecosistema caracterizado por la creciente y acelerada convergencia entre diversas tecnologías, que se concreta en redes de comunicación (redes y servicios, redes fijas-móviles), equipos de hardware (móviles multimedia 3G y 4G), servicios de procesamiento (computación en la nube) y tecnologías web (Web 2.0). La economía digital consta de tres componentes principales que, según su grado desarrollo y de complementación, determinan su nivel de madurez en cada país. Estos componentes son la infraestructura de redes de banda ancha, la industria de aplicaciones TIC y los usuarios finales” (CEPAL, 2013). De este informe se desprende también el siguiente diagrama que grafica el concepto de economía digital.

Diagrama I.1
ECOSISTEMA DE LA ECONOMÍA DIGITAL



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de elaboración propia a partir de Ken J. Cochrane, *From e-Government to the Digital Economy*, KPMG, noviembre de 2012 y World Economic Forum, *The Global Information Technology Report*, 2012.

Ilustración 2. Ecosistema de la Economía Digital

(Cepal, 2013)

Por otra parte surge este concepto más completo que dice “La economía digital es el resultado de la capacidad disruptiva que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está produciendo en forma de transformaciones en todos los sectores de la economía y en todas las actividades

sociales y personales.” (Zapata, 2016), según este autor en su libro “Industria de la comunicación y economía digital: Guía básica del Dircom”, señala que la economía digital tiene 5 componentes, definidos como sigue:

1. Internet de las cosas: Este concepto, se refiere a la interconexión digital de los objetos cotidianos con internet. Según la OCDE “Un rasgo esencial de Internet de las cosas reside en la capacidad ampliada de recabar y compartir datos a través de potentes sistemas de información conectados a una multitud de dispositivos, sensores y componentes de computación en la nube.”
2. Comercio electrónico: Se refiere a la compra y venta de bienes y servicios a través de medios electrónicos. (Este componente será especificado en la sección de nuevos modelos de negocios.)
3. Industria de contenidos digitales: Dice relación a la oferta de productos y servicios digitales, como por ejemplo la prensa digital, transferencias bancarias, música, entre otros.
4. Los nuevos procesos digitales y las aplicaciones: Los nuevos procesos digitales tienen relación con negocios que ofrecen productos y servicios que redundan en una disminución de costes y en una mejora de procesos, como es el caso de las agencias de viajes online.

Las aplicaciones “(...) se refieren a los productos y servicios que han sido fabricados para funcionar en la infraestructura de la capa anterior y hacen tecnológicamente posible las actividades comerciales online.”

5. Infraestructura de internet: todas esas empresas que se encargan de proporcionar productos y servicios que permiten constituir la infraestructura del internet.

Además de los componentes definidos, la (OCDE, 2014) enumera algunas características de la economía digital, mencionando que de las varias existentes

estas son las de mayor importancia a la hora de realizar un análisis del tema, estos son:

1. Movilidad: para este componente se plantean 3 dimensiones;

1.1. Movilidad de los activos intangibles: Las TICs han permitido el desarrollo y explotación de activos intangibles que son elementos claves en la Economía Digital. Pero ello no sólo se refiere a la venta de éstos, como, por ejemplo, la venta de software, sino que incluso, se pueden gestionar recursos completamente tangibles, si es que la tecnología se encuentra integrada al modelo de negocio que se está explotando. Así, podemos decir que “(...) La digitalización ha permitido a las compañías reducir los costos del negocio. Los factores de producción más móviles; las reducciones de los costos asociadas a la evolución de las TICs permiten a las firmas externalizar muchas funciones corporativas a territorios con menores costos. La digitalización permite a las firmas beneficiarse del bajo costo de la fuerza de trabajo por unidad de valor porque muchos procesos pueden ser automáticos.”

1.2. Movilidad de los usuarios: Para los usuarios, el desarrollo de las TICs les ha permitido realizar actividades comerciales a larga distancia, permitiéndolos, de esta forma, traspasar fronteras. Por lo que los usuarios pueden estar conectados a la web las 24 horas del día, accediendo a información o realizando transacciones desde y en cualquier lugar del planeta.

1.3. Movilidad de las funciones comerciales: El desarrollo de las tecnologías ha permitido una mayor capacidad para acceder a mercados remotos, lo que ha llevado a que se suministren bienes y se presten servicios más allá de las fronteras.

Se indica que gracias a esto las empresas a lo largo de su desarrollo han logrado reducir sus costos, ya que pueden realizar muchas de sus

actividades con un menor número de trabajadores permitiendo tener un crecimiento constante y efectivo sin la necesidad de incrementar sustancialmente sus costos.

Por otro lado, en la Economía Digital, se ha conservado el valor de las competencias y el talento, pues ellas son un recurso trascendental, en especial, por la velocidad en que todo evoluciona. El informe Accenture Technology Vision 2016 señala: "(...) que el verdadero factor decisivo en la era digital será la habilidad de una empresa para desarrollar una cultura corporativa abierta al cambio, a la flexibilidad y a las alianzas con terceros, donde la persona será el activo de mayor valor". (Guiachetti, 2019)

2. Utilidad de los datos: Pueden ser entregados de forma voluntaria, observados o inferidos de otros datos. Su utilización, destinada a mejorar productos y servicios, no es un asunto propio de la economía digital, pero su difusión se ha visto beneficiada por el desarrollo de las nuevas tecnologías, pues ellas han mejorado la capacidad de recopilar, almacenar y analizar la información que obtienen de los distintos sujetos.

"El informe de la consultora McKinsey Global Institute distingue cinco formas generales que tienen las empresas de crear valor haciendo uso de datos masivos:

- 2.1. Mejorar la transparencia al facilitar el acceso inmediato a los datos a los interesados que tienen posibilidad de utilizarlos.
- 2.2. Gestionar el rendimiento, permitiendo la experimentación con miras a analizar la variabilidad del rendimiento y comprender su origen.
- 2.3. Segmentar las poblaciones a fin de personalizar los productos y servicios.
- 2.4. Mejorar la toma de decisiones, reemplazando o coadyuvando las decisiones humanas con algoritmos automatizados.

2.5. Perfeccionar el desarrollo de nuevos modelos de negocio, productos y servicios.” (OCDE, 2014)

3. Efectos en la red: dicen relación con aquellas externalidades positivas que se obtienen del hecho que más usuarios utilicen la misma red. Lo anterior, depende directamente de la compatibilidad que exista, independientemente de que haya sido, o no, el objetivo que los usuarios interactúen entre sí.

“Los “efectos en red” se dan por el hecho de que, al tener mayor número de usuarios conectados, cada usuario accede a una red mayor, que profundiza la competencia. Las plataformas buscan cobrar una tarifa óptima a cada usuario (oferente o demandante) de manera que sea rentable la intermediación (...)” (Comision Nacional de Productividad, 2018)

4. Modelos de negocios multilaterales: la economía digital ha permitido el desarrollo de modelos que se basan en un mercado en que varios grupos reconocibles de personas interactúan con otros, a través de un intermediario, produciendo efectos sobre las decisiones de otros grupos de individuos, los que se traducen en externalidades positivas o negativas. Estos modelos se caracterizan por ser flexibles, pues los recursos digitales y su especificidad permiten a los negocios adaptarse rápidamente a la evolución de la tecnología. Además, tienen un alcance superior a sus pares tradicionales, pues ellos no se ven limitados por un perímetro determinado, ya que las barreras territoriales han sido soslayadas por los recursos digitales. (Guiachetti, 2019)
5. Tendencias hacia el monopolio u oligopolio: derivado directamente de los efectos de red, existen riesgos de monopolización, pues, mientras más usuarios utilicen la red, más grande será ésta, lo que aumenta considerablemente las barreras y costos de entrada para nuevos competidores. Además, los avances tecnológicos permiten que las empresas puedan rápidamente adquirir una posición dominante en el mercado, en especial, si esto se refuerza con un derecho de propiedad intelectual. (Guiachetti, 2019)

6. Volatilidad: el bajo coste de la capacidad del proceso de datos y el hecho de no estar obligados los usuarios y los proveedores a pagar el uso marginal de red, junto con el mayor rendimiento y los gastos de inversión, han permitido la reducción de las barreras de entrada, lo que va de la mano con el aumento en la innovación, de forma constante. La (OCDE, 2014) señala que, aquellas empresas que gozan de una posición dominante y duradera en el mercado se lo deben al hecho de haber invertido en investigación.

Ahora, tal como plantean las ideas anteriormente descritas este tipo de actividad tienen amplia capacidad de análisis, ya que tanto de sus componentes como de sus características se pueden desprender líneas que permitan el ajuste legal para uno u otro estado. Como sabemos en Chile, este tipo de hecho no se encontraba definida como actividad económica gravada con impuesto, esto porque según las definiciones de la Ley N° 825 en su título II párrafo 1, no existía un hecho gravado concordante con la forma de negocio que significa el servicio digital que, en palabras simples, tiene característica de intangibilidad ya que es prestado por plataformas o aplicaciones vía internet. Para un mayor entendimiento de la normativa chilena, comenzaremos con una vista de las propuestas que se presentaron previamente a la última modificación.

Mediante el “Proyecto de Ley que Moderniza la Legislación Tributaria”, introducido con fecha 23 de agosto de 2018, el gobierno presentó una serie de reformas relativas a la materia, las que pretenden, como se ha dicho en los medios, “Emparejar la Cancha”, apelando a la idea de que los Servicios Digitales deben tributar al igual que los tradicionales, ya que prestan un servicio análogo.

La legislación actual establece que los servicios digitales que se prestan desde el extranjero sí tributan. Lo que sucede con ellos es que, al contar con las nuevas tecnologías, no es necesario que los sujetos se establezcan en el país, pues pueden perfectamente prestar el servicio desde el extranjero; adicionalmente la tecnología les ha permitido ser más eficientes sin que medien mayores costos. Es por esta razón que se ha propuesto como nexo la PES para poder determinar la existencia de un establecimiento permanente. Al respecto, el proyecto de

Modernización Tributaria no incluye el concepto propuesto por la OCDE y la CE, pero sí ha introducido un concepto de EP, a saber: "...un lugar que sea utilizado para la realización permanente o habitual de todo o parte del negocio, giro o actividad de una persona o entidad sin domicilio ni residencia en Chile, ya sea utilizado o no en forma exclusiva para este fin, tales como, oficinas, agencias, instalaciones, proyectos de construcción y sucursales." (Guiachetti, 2019)

Dispone también que si en el país existen un mandante que realiza actividades ordinarias del giro o actividad de forma habitual, este constituiría un establecimiento permanente, si por el contrario el mandante fuera independiente jurídicamente según los aspectos legales dejaría de ser considerado como establecimiento permanente. De todas formas, el concepto manifestado no cumple con las recomendaciones de la OCDE ni con la tendencia internacional respecto de la definición de establecimiento permanente, aunque si se asemeja bastante.

Por otro lado, si la persona o entidad sin domicilio o residencia en Chile no tiene una filial o establecimiento permanente y realizan actividades en el territorio, estará gravada con impuesto adicional, cuya tasa variará dependiendo de la calificación de la renta. Para el caso de las regalías que son definidas como; "cualquier tipo de pago por el uso, o el derecho al uso, de derechos sobre bienes inmateriales susceptibles de apreciación económica" (Servicio de Impuestos Internos, 2015), la tasa es de un 30%, la distribución de materiales audiovisuales es de un 20%, y va desde un 0% a un 15% si se trata de regalías pagadas por el uso de un software, de acuerdo con el artículo 59º de la ley de la Renta. Respecto a la comercialización de espacios publicitarios el SII ha catalogado esta actividad como un servicio prestado desde el extranjero, por lo que debe pagar una tasa del 35%. Para ello la empresa debe contar con un agente retenedor. La salvedad de esto es que si se trata de servicios personales en donde exista con tratado de doble tributación la tasa de ese impuesto podría llegar a 0%.

Lo anterior se relaciona al impuesto a la renta, las comisiones como servicios prestados por personas no domiciliadas y residentes en Chile generan ingresos afectos a impuesto adicional, sin embargo, se encuentran exentas. Ante

tal situación, el proyecto original de “Modernización Tributaria” agrega una frase al artículo 59 número 2 de la LIR para combatir la exención en el caso de aquellas empresas que presten dichos servicios de forma digital: “Lo anterior, no será aplicable a aquellas comisiones que correspondan a servicios de intermediación de servicios digitales.” (Guiachetti, 2019)

Con esto se buscaba evitar la aplicación de esta norma para aquellos servicios de intermediación realizada por vía digital. Sin embargo, esta modificación quedó sin efecto de acuerdo con el proyecto de ley modificado contenido en el informe de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados de fecha 20 de agosto de 2019, el que fue aprobado por dicha cámara con fecha 22 de agosto del año en curso.

Para evitar la doble exención que se produce, en caso de que el servicio no se preste en Chile y este goce del beneficio establecido en el artículo 59º N.º 2 de la LIR, el proyecto de ley agrega la palabra “utilizados”. La exención del artículo 12º E Nº 7 quedaría de la siguiente manera: “Los ingresos que no constituyen renta según el artículo 17 de la Ley de la Renta y los afectos al impuesto adicional establecido en el artículo 59 de la misma ley, salvo que respecto de éstos últimos se trate de servicios prestados o utilizados en Chile y gocen de una exención de dicho impuesto por aplicación de las leyes o de los convenios para evitar la doble imposición en Chile.” De esta forma aquellas compañías de servicios digitales que se encuentren dentro del supuesto anterior no quedarían dentro de la exención legal y deberán pagar, al menos, IVA. Si la compañía tiene una filial o establecimiento permanente, se aplicarán las normas generales. (Guiachetti, 2019)

Primer Tramite Constitucional 23-08-2018

- Camara de Diputados.
 - 10 Of ide indicaciones sl Ejecutivo.
 - 2 Of entre Corte Suprema y Comision.
 - 1 Informde de Comision de Hacienda.
 - 3 Discusiones en Sala.
 - 1 Of a Camara Revisora.

Segundo Tramite Constitucional 17-12-2019

- Camara de Senado.
 - 1 Of ide indicaciones sl Ejecutivo.
 - 1 Informe Financiero.
 - 1 Boletin de Indicadores.
 - 1 Informde de Comision de Hacienda.
 - 1 Discusiones en Sala.
 - 1 Of a Camara Revisora.
 - 1 Of entre Corte Suprema y Comision.

Tercer Tramite Constitucional 22-01-2020

- Camara de Diputados.
 - 1 Informde de Comision de Hacienda.
 - 1 Of a Camara Revisora.

Tramite Comision Mixta 28-01-2020

- 1 Informde de Comision Mixta.
- 2 Of a Camara Revisora.

Tramite Tribunal Constitucional 31-01-2020

- 1 Of a tribunal Constitucional.

Tramite de Finalizacion 03-02-2020

- 1 Of de Camara de Origen a Ejecutivo..

Promulgacion de Ley 13-02-2020

Publicacon de Ley 24-02-2020

(Magnasco, 2020)

El proyecto de ley original de “Modernización Tributaria” proponía un impuesto indirecto, de carácter único y sustitutivo, se aplicaría un 10% sobre la base bruta de la transacción, relativa a determinados servicios digitales, como la intermediación y la publicidad, el que sería retenido por el intermediario, emisor de medios de pago electrónico, aplicándose solamente a las transacciones B2C (Business to Consumer). Basado en sus características, el Impuesto a Servicios Digitales propuesto por Chile, podía ser calificado como un “Turnover Tax” (Impuesto sobre el volumen de negocios), ya que es un impuesto indirecto, pero también, como un Impuesto de Retención, por lo que resultaba ser una medida de carácter híbrido. (Garcés & Otero, 2018)

En la propuesta que observamos el impuesto presentado era similar a lo considerado en la normativa actual, la mayoría de los servicios que se pretendían gravar con este tributo, estaban contemplados en el artículo 59º de la LIR, que contempla la aplicación de un impuesto sobre la renta, sin deducción, entendiéndose de esto, que se aplica sobre la base bruta, pero además, su inciso final señala que “El impuesto de este artículo tendrá el carácter de impuesto único a la renta respecto de las cantidades a las cuales se aplique.” (Ministerio de Hacienda, 1974) Impuesto que es retenido por el sujeto que realiza el pago, generándose el hecho de cambio de sujeto en el impuesto. Aunque en la normativa actual la mayoría de aquellos servicios se encuentra exento

Esta modificación de reforma eliminaba la exención y además introducía un nuevo impuesto, con una naturaleza particular, en resumen, las transacciones realizadas en el marco B2B (Business to Business) relativas a los servicios contemplados en el nuevo impuesto, estarían gravadas en virtud del artículo 59º de la LIR, mientras que aquellas B2C, tributarían de acuerdo con el “Impuesto a Servicios Digitales”. Existiendo una tributación distinta para los mismos servicios dependiendo si se encuentra en el contexto B2B o B2C, lo que podría afectar el principio de neutralidad de los tributos.

Desde la perspectiva de los agentes retenedores, la distinción no parecía arbitraria, pues los retenedores en el caso B2B tienen incentivos para retener y

declarar el impuesto. No así en el caso B2C que conlleva mayores costos para la administración, ya que es complejo, o incluso imposible, obtener información de las transacciones. Es por ello por lo que la introducción de los emisores de medios de pago electrónicos como agentes retenedores parecía bastante razonable, ya que ellos ocupan un lugar en la transacción que les permite obtener información tanto de los proveedores como de los consumidores, mecanismo que, incluso, puede ser aplicable para negocios C2C. (Guiachetti, 2019)

En palabras más simple la naturaleza de los impuestos aplicados sería distinta en ambos casos, así las transacciones B2B tendría impuesto directo y las B2C se gravaría con impuesto indirecto. “Esto tiene directa relación con los Tratados de Doble Imposición Internacional, pues, por ejemplo, servicios como Netflix y Spotify, bajo la modalidad B2B, sus ingresos habrían sido catalogados como beneficios empresariales y, si no tienen un establecimiento permanente en nuestro país, sólo pagarían impuestos en el país de residencia de la compañía, de acuerdo con el artículo 7º de los Tratados de Doble Tributación Internacional ratificados por Chile. En contrapartida, en el caso de B2C, se gravaría la transacción con un 10%, lo que se traduce en una discriminación arbitraria y una clara vulneración al derecho contenido en el artículo 19 N° 20 de la Constitución Política de la República, referido a la igual repartición de las cargas públicas”. (Sepúlveda, 2018)

No obstante, lo anterior no es el principal problema desde la perspectiva del principio de neutralidad, sino que lo constituye la diferencia en el tratamiento tributario relativo a los servicios prestados en línea y su par tradicional. No hay que olvidar que uno de los objetivos de la propuesta establecer una regulación a las plataformas digitales, para que no exista una competencia desleal entre el e-commerce y el comercio tradicional.

Ante esto la principal comparación que se hacía del impuesto propuesto era con el IVA, ya que ambos tienen un carácter indirecto pero que claramente era dispar en su aplicación puesto que el Impuesto a los servicios digitales solo alcanzaba una tasa del 10% mientras que el IVA continuaba con la tasa del 19%,

señalándose esto como una ventaja ya que aquellos servicios pagarían un menos tributo por el desempeño de sus actividades y aumento de sus ingresos por esto el presidente de Confederación de la Producción y el Comercio (CPC) señaló lo siguiente:

“(…) los bienes y servicios que se entregan por vía digital a consumidores sean clasificados como una importación de servicios (Spotify-Netflix), importación de bienes (Alibaba-Amazon) o como servicios profesionales (Airbnb-Uber). De esta manera, se aplicarían a los primeros los aranceles e IVA correspondientes, y a los segundos, el impuesto tasa adicional que grava las rentas de origen chileno que reciben las personas naturales o jurídicas no residentes en Chile.” (Swet, 2019)

Esta mención del empresario en la línea del artículo 19º N° 20 de la Constitución. Para él, el mismo servicio debería estar gravado de la misma forma.

Para finalizar con relación a la retención contemplada en la propuesta parecía adecuado que los emisores de los medios de pago realicen la retención y posterior pago de los impuestos ya que en suposición privilegiada cuentan con información entregada, tanto por consumidores como por proveedores, de forma voluntaria. De esta forma se observada una fácil actividad por realizar, pero no fue así, la normativa además de esto les establecía una serie de obligaciones adicionales tales como:

- Liquidar el impuesto y enterarlo en arcas fiscales.
- Poner a disposición de la administración los antecedentes de los prestadores de servicios digitales.
- Informar las cantidades que éstos entregaran a los prestadores del servicio subyacente en Chile, entre otras.

Este caso asignaba una posición de intermediación para este tipo de contribuyentes, los que de hacerse efectiva esta normativa tomarían carga costosa por las distintas obligaciones a las que se verían afectos.

Pasando al análisis de la normativa actual, es decir la Modificación de la legislación tributaria Ley N° 21.210, se debe considerar que contribuyentes estarán afectos a dicho impuesto y bajo que método éste debe hacer su pago, las modificaciones que incorpora la ley mencionada nos impone que el impuesto será aplicado según si los contribuyentes son residentes o no residentes, incorporando dentro de sus exigencias la obligación de informar la existencia de cambio de sujeto en el impuesto. Con esto es que debemos manejar el concepto de Residente que establece el Código Tributario como “toda persona que permanezca en Chile, en forma ininterrumpida o no, por un período o períodos que en total excedan de 183 días, dentro de un lapso cualquiera de doce meses.” (Ministerio de Hacienda, 1974)

Al analizar la normativa, indica que los contribuyentes siendo residentes quedarían afectos a los impuestos vigentes, es que nos damos cuenta de que estas entidades prestadoras de servicios digitales no calzan en esta definición por lo que no podrían afectarse con Impuesto de primera categoría, Impuesto al valor agregado o incluso Impuesto adicional. “Ante esto, la CNP (Comisión Nacional de Productividad) recomendó aplicar el principio de “traslado del beneficio” mediante un “establecimiento permanente digital” (presencia económica con oficina digital), o de otra forma considera un impuesto único a los servicios digitales que homologue la carga tributaria” (Comision Nacional de Productividad, 2018)

Con respecto a eso el proyecto de ley original presentado el 23 de agosto de 2018 propuso al ejecutivo que la tributación fuese dirigida al destino (donde se encuentra el consumidor final) más que al origen (lugar donde se encuentra la empresa) aplicando un impuesto a los servicios digitales de un 10% sobre el valor pagado por los usuarios, sin deducción, a las personas o entidades domiciliados o residentes en el extranjero que presten los servicios digitales, finalmente el ejecutivo optó por fijar el impuesto en 19%.

De este modo, con fecha del 3 de julio del presente año, el Ejecutivo realizó indicaciones que elimina la propuesta que consideraba dicho impuesto único, específico, indirecto y sustitutivo a los servicios digitales. De esta forma se reemplaza por la modificación de la Ley sobre impuestos a las Ventas y Servicios, al incorporar en su artículo 8 (letra n), el gravamen de una tasa del 19% a los servicios prestados por contribuyentes con domicilio o residencia en el extranjero, lo que incluye:

- Intermediación de servicios prestados en Chile, cualquiera sea su naturaleza, o de ventas realizadas en Chile o en el extranjero, siempre que estas últimas den origen a una importación;
- El suministro o la entrega de contenido de entretenimiento digital, tal como videos, música, juegos u otros análogos, a través de descarga, streaming u otra tecnología, incluyendo para estos efectos, textos, revistas, diarios y libros;
- La puesta a disposición de software, almacenamiento, plataformas o infraestructura informática; y
- La publicidad, con independencia del soporte o medio a través del cual sea entregada, materializada o ejecutada. (Bernal, 2019)

El mismo documento señalado anteriormente señala que, respecto al denominado “factor de conexión de territorialidad”, se presumirá que los servicios individualizados son utilizados en Chile, si al momento de ser contratados o pagarlos cumplen con lo siguiente:

- Dirección IP del dispositivo utilizado por el usuario u otro mecanismo de geolocalización indiquen que este se encuentra en Chile, o
- La tarjeta, cuenta corriente bancaria u otro medio de pago utilizado para el pago se encuentra emitido o registrado en Chile.

Otras disposiciones a las que estarán sujetos los prestadores de servicios digitales son:

1. Podrán eximirse total o parcialmente de las obligaciones de efectuar declaración de iniciación de actividades, inscripción en el Rol Único Tributario y declaración de término de giro, o bien sujetarse a dichos trámites, pero de carácter simplificados.
2. No tendrán derecho a crédito fiscal IVA.
3. Estarán eximidos de emitir documentos tributarios por sus operaciones.
4. Deberán pagar y declarar el IVA correspondiente, considerando periodos tributarios que comprenderán 1 o 3 meses seguidos, a elección del contribuyente.
5. Se incluye además una exención de impuesto adicional aplicada a los contribuyentes no domiciliados ni residentes en Chile, esto referido a los servicios digitales prestados a personas naturales no contribuyentes de IVA.
6. También podrán acogerse a un régimen de tributación simplificado para los contribuyentes sin domicilio en Chile, que presten servicios digitales, exclusivamente a personas naturales no contribuyentes de IVA. (Bernal, 2019)

Por último, respecto a las estimaciones financieras del gravamen a través de IVA a los Servicios Digitales, el Informe Financiero que acompaña al proyecto de ley señala:

1. Creación de un registro simplificado para el cumplimiento de las obligaciones de pago de IVA por las plataformas extranjeras, manteniendo, de forma supletoria, el método de retención en base a la institución financiera que se contemplaba originalmente.

2. Al gravar con IVA a los Servicios Digitales, se aplica la tasa del 19%, en el caso de aplicación de reparto de productos que ya han pagado IVA, sobre el reparto y las comisiones. Con eso, la diferencia entre las proyecciones de recaudación con el IVA del 19% menos lo presentado en el informe financiero inicial alcanzaría en régimen los US\$ 2,9 millones. (Bernal, 2019).

Según el Plan de gestión de cumplimiento tributario año 2019 emitido por el Servicio de Impuestos Internos nos indica que:

“En Chile, las ventas por e-commerce durante 2017 alcanzaron USD 4.000 MM y para 2018 se estiman en USD 5.200 MM, según las proyecciones de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS).

Lo anterior implica que el promedio de cada compra por habitante sería de USD 223. Esta última cifra dista de los USD 1.678 del Reino Unido o los USD 1.267 de Estados Unidos, pero sitúa a Chile por encima de países como Argentina, Brasil o México.

De acuerdo con las mismas proyecciones de la CCS, gran parte de la población chilena es “consumidora o compradora digital activa”, ya que los compradores llegan a 5,5 millones de personas; y el 5% de las ventas del retail son producto del e-commerce, cifra que va al alza, con un aumento promedio del 20% anual.

Con las medidas a implementar, se espera reducir la brecha global de contribuyentes de interés de este segmento:

- Para todos los contribuyentes, se busca reducir del 15,3% que registran hoy, a un 13% en 2019 y a un 10% en 2020.
- Para los contribuyentes con brechas y anomalías reiteradas se busca reducir la actual brecha de 13,7% a un 7% en 2019, y a un 1% en 2020.

- Para los contribuyentes grandes empresas se busca reducir la actual brecha de 10% a un 8% en 2019, y a un 0% en 2020.” (Servicio de Impuestos Internos, 2019)

Otro informe que indaga los efectos de la ley de modernización tributaria nos menciona dos perspectivas importantes de considerar:

Desde el punto de vista de la recaudación: el proyecto planteaba aumentar la recaudación fiscal en aproximadamente 0.7% del PIB, es decir, si esta reforma es aprobada la recaudación fiscal por impuestos será de un 22% del PIB, dentro de los más bajo de toda la OCDE. Según analiza el documento la recaudación de este proyecto de ley será muy baja (tal como muestra el gráfico que sigue) y solo favorecerá el endeudamiento fiscal en los próximos años.

Gráfico 2

EFFECTO TOTAL (MM DE US\$)

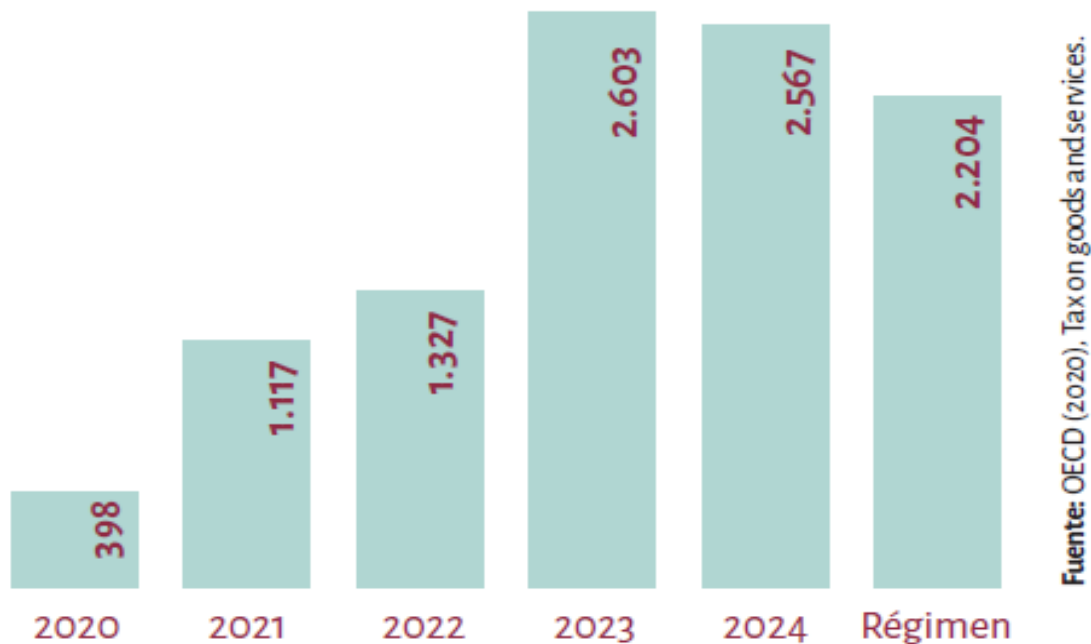


Ilustración 3. Gráfico Efecto Total (Recaudación)

(Revolución Democrática, 2020)

Desde el punto de quien paga los impuestos: se sostiene que esta nueva versión de la Reforma Tributaria generaría una mayor recaudación progresiva, sin embargo, según las estimaciones del Informe Financiero elaborado por el Ministerio de Hacienda, un 42,36% de la mayor recaudación proyectada proviene del aumento de recaudación por la boleta electrónica, impuesto que recae en todos y todas los chilenos. Esto es especialmente importante cuando Chile es el segundo país de la OCDE cuyo sistema de impuestos y transferencias es menos progresivo. (El gráfico a continuación se observa la diferencia entre los distintos países de la OCDE y en rojo el caso de Chile)

Gráfico 3
RECAUDACIÓN POR IVA DE LA RECAUDACIÓN TOTAL VÍA IMPUESTOS OCDE

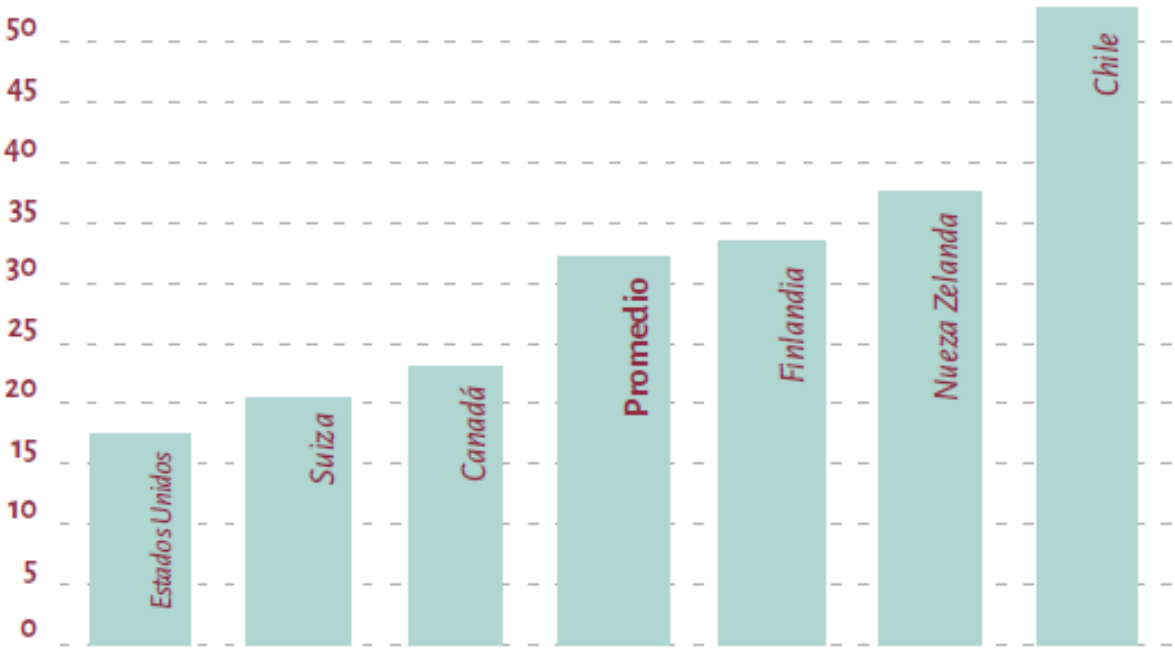


Ilustración 4. Gráfico Recaudación por IVA de la Recaudación Total Vía Impuestos

(Revolución Democrática, 2020)

Finalmente, la Dirección de Presupuestos del Gobierno de Chile en su Informe de Finanzas Públicas 2019, deja de manifiesto lo siguiente “el proyecto de MT pasó a tener una recaudación esperada positiva en régimen, en torno a los US\$2.200 millones en moneda de 2024. La estimación de recaudación de la MT para el periodo 2020–2024 y en régimen, que se desprende de lo acordado posterior a la votación en ambas Cámaras y en la Comisión Mixta, se muestra en la Cuadro R.2.1.” (Dirección de Presupuestos, 2020). Así se entiende que en la proyección 2020- 2024, el aporte de recaudación de las economías digitales y comercio transfronterizo, que se entiende como el Impuesto a los servicios digitales, será de 0 a 241 millones de dólares en el periodo de análisis del documento.

Cuadro R.2.1
Recaudación estimada de la Modernización Tributaria
(millones de dólares)

	2020	2021	2022	2023	2024	RÉGIMEN (1)	RÉGIMEN (% DEL PIB)
Medidas que aumentan la recaudación	748	2.166	2.326	2.310	2.592	2.435	0,6%
Sistema semi-integrado en base a retiros para empresas con ventas mayores a UF 75 mil y nuevo tramo de impuestos personales	42	262	269	277	285	285	0,1%
Impacto empresas que se incorporan a sistema semi-integrado	0	128	131	135	140	140	0,0%
Nuevo tramo del IGC y 2da cat. con tasa de 40% para rentas sobre 310 UTA	42	134	137	141	146	146	0,0%
Disminución de beneficios tributarios al mercado financiero	0	266	273	281	289	289	0,1%
Limitar Market Maker	0	197	202	208	215	215	0,1%
Cambios requisitos FIP	0	69	70	72	75	75	0,0%
Back to back / Inst. financieras extranjeras	0	154	158	163	168	168	0,0%
Retiros desproporcionados no justificados	0	189	187	186	186	180	0,0%
Beneficio de inversión 1% Regional	0	35	70	106	143	138	0,0%
Impuesto Adicional Universidades	0	1	1	1	2	2	0,0%
Boleta electrónica obligatoria	0	261	594	876	904	934	0,2%

Economía digital y comercio transfronterizo	0	219	227	234	241	241	0,1%
Modificación impuesto verde	0	0	0	0	35	35	0,0%
Impuesto sustitutivo al FUT	437	437	308	-129	-129	0	0,0%
Avenimiento extrajudicial transitorio	140	140	-33	-33	-33	0	0,0%
Sobretasa activos inmobiliarios	128	132	135	140	144	156	0,0%
Limitar DFL N°2 en caso de herencia	0	5	5	6	6	6	0,0%
Eliminación PPUA	0	64	132	204	350	0	0,0%
Medidas que disminuyen la recaudación	-349	-1.048	-999	293	11	-230	-0,1%
Sistema integrado en base a retiros para empresas con ventas menores a UF 75 mil	0	-171	-175	-180	-186	-186	0,0%
Modificación norma de gastos	0	-39	-39	-39	-39	-39	0,0%
Normas de tributación internacional	0	-6	-6	-6	-6	-6	0,0%
Depreciación semi-instantánea	-175	-738	-696	484	226	0	0,0%
Depreciación instantánea en La Araucanía	-21	-89	-84	34	16	0	0,0%
Reducción plazo para recuperar IVA de 6 a 2 meses	-151	0	0	0	0	0	0,0%
Menor tasa de PPM a 0,2% a Mipymes	-3	0	0	0	0	0	0,0%
Aumento tope reinversión de utilidades	0	-6	0	0	0	0	0,0%
TOTAL	398	1.117	1.327	2.603	2.603	2.204	0,6%

(1) En moneda de 2024.
Fuente: Dipres.

Ilustración 5. Recaudación Estimada de la Modernización Tributaria

(Gobierno de Chile, 2020)

Base técnica y legal

Ley/ Normativa técnica	Número de Art./Párrafo	Asunto
Res Ex SII N° 55 30/09/2003	Párrafos 1 al 5.	Regula inscripción en el régimen de tributación simplificada establecido en el artículo 35 a del nuevo párrafo 7° bis de la ley sobre impuesto a las ventas y servicios. Sustituye obligaciones dispuestas en el artículo 51 de la ley sobre impuesto a las ventas y servicios y en el párrafo 2° del título iv del libro primero del código tributario.

Ley N° 21.210 24/02/2020	Artículo tercero, Número 3	Esta normativa realiza modificaciones a la Ley de Impuesto a las ventas y servicios, código tributario y Ley de Impuesto a la renta.
Circular N° 42, 11/06/2020.	Número 2 y 3.	Imparte instrucciones sobre la tributación y régimen de administración del Impuesto al Valor Agregado a servicios realizados por prestadores domiciliados o residentes en el extranjero.
Res Ex SII N° 67 26/06/2020	Párrafos 2 al 5.	Establece procedimiento sobre declaración y pago del impuesto al valor agregado para contribuyentes No domiciliados ni residentes en Chile, conforme al nuevo párrafo 7° bis de la Ley sobre impuesto a las ventas y Servicios.
ORD. N° 1895, 01/09/2020		Pronunciamiento del SII sobre el tratamiento tributario de los servicios de publicidad prestados en el extranjero contratados por una PYME

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Introducción

Según la metodología de investigación, en donde se explica que este caso es de enfoque cuantitativo y diseño exploratorio, es adecuado aplicar un instrumento de evaluación, del que se puedan obtener datos numéricos que permitan analizar y comparar periodos atinentes a la razón principal del estudio que es determinar el efecto producido a la recaudación fiscal considerando que la última modificación tributaria, aplica un impuesto a los Servicios Digitales lo que suponemos se han incrementado por la contingencia mundial (COVID 19).

Para lo anterior hemos creado una encuesta con preguntas de respuestas múltiples y únicas, la que fue aplicada a vendedores de plataformas digitales. Por otra parte, obtuvimos información de la subsecretaría de telecomunicaciones información sobre la variación de los servicios de conectividad, específicamente lo que se refiere a Internet.

Con esta información, se dará respuesta a las preguntas de investigación planteadas al comienzo del estudio.

Discusión de los resultados

1. Recaudación esperada: según el proyecto de ley que incorpora este tributo era esperada, una recaudación equivalente a 251 millones de dólares lo que representarían el 0,1% del PIB. Sin embargo, según el apartado de noticias del Servicio de Impuestos Internos con fecha 22 de octubre de 2020 se publica que en su primer periodo de pago y declaración de impuestos a los Servicios Digitales se recaudó más de 62 millones de dólares.
2. Encuesta: a continuación, se presentan los datos recopilados de la encuesta aplicada a personas que se dedican a la venta de cuentas Premium de aplicaciones y plataformas de Servicios Digitales, que según la normativa tributaria vigente están afectas a impuesto al valor agregado.

¿Hace cuanto tiempo incursiono en la venta de plataformas digitales?

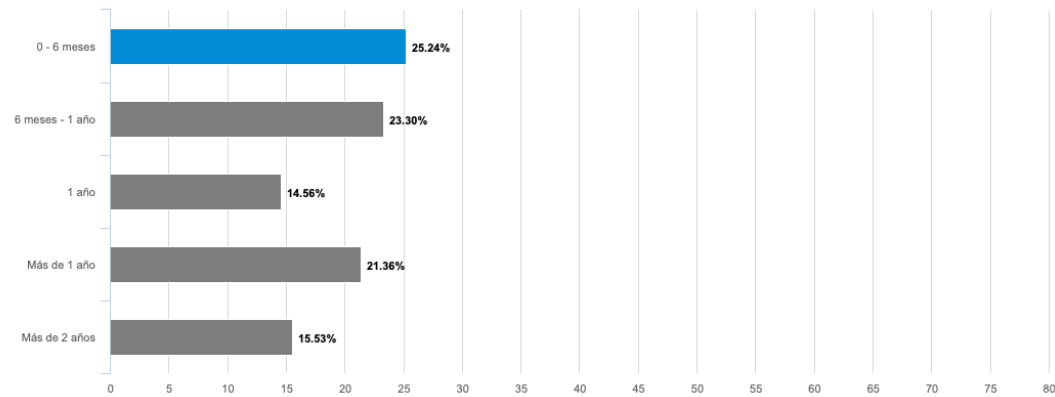


Ilustración 6. PREGUNTA N°1 ENCUESTA PROPIA

¿Cuál o cuales plataformas vende?

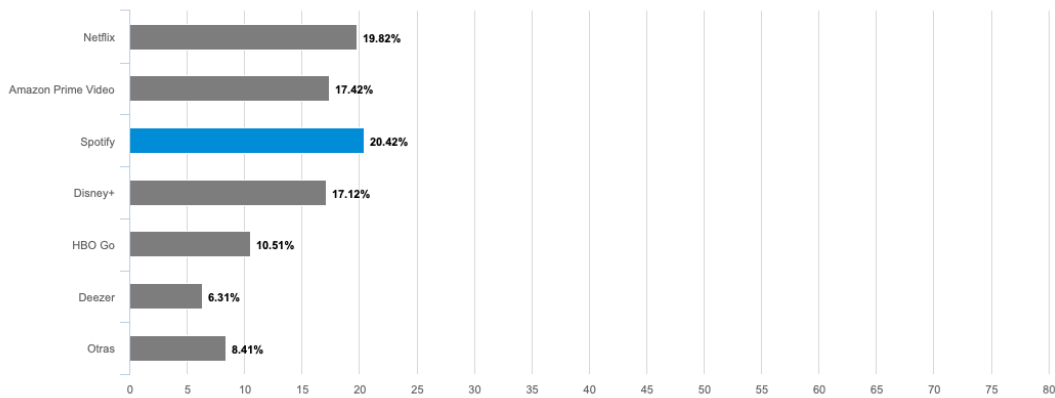


Ilustración 7. PREGUNTA N°2 ENCUESTA PROPIA

¿Cuántas ventas se realizan en el periodo 2019 aproximadamente?

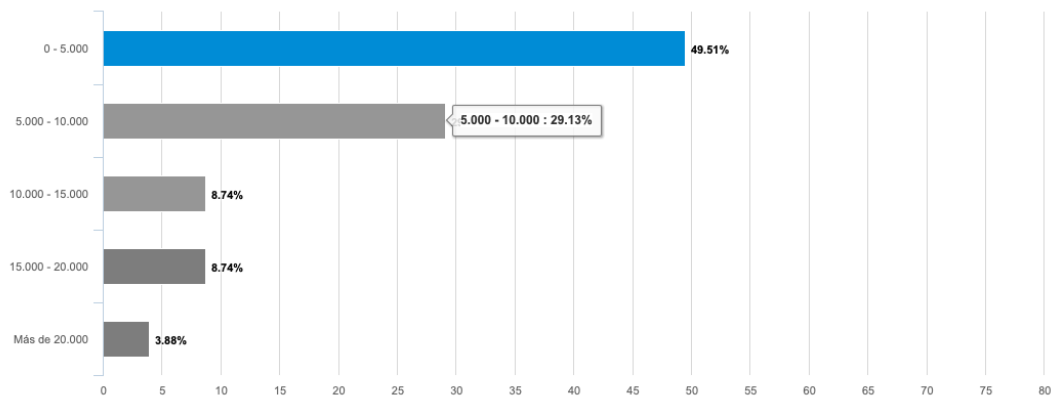


Ilustración 8. PREGUNTA N°3 ENCUESTA PROPIA

¿Cuántas ventas se realizan en el periodo 2020 aproximadamente?

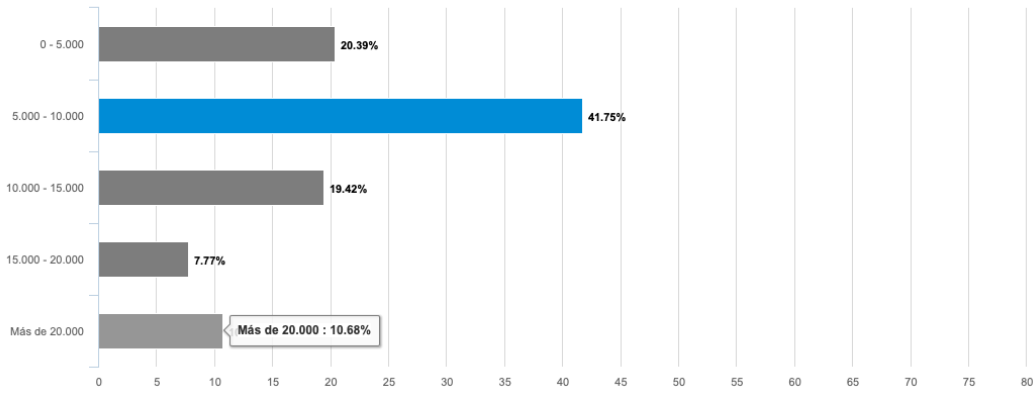


Ilustración 9. PREGUNTA N° 4 ENCUESTA PROPIA Dónde vende más 2019 o 2020, no lo veo claro

¿En el 2020 ha incorporado nuevas plataformas?

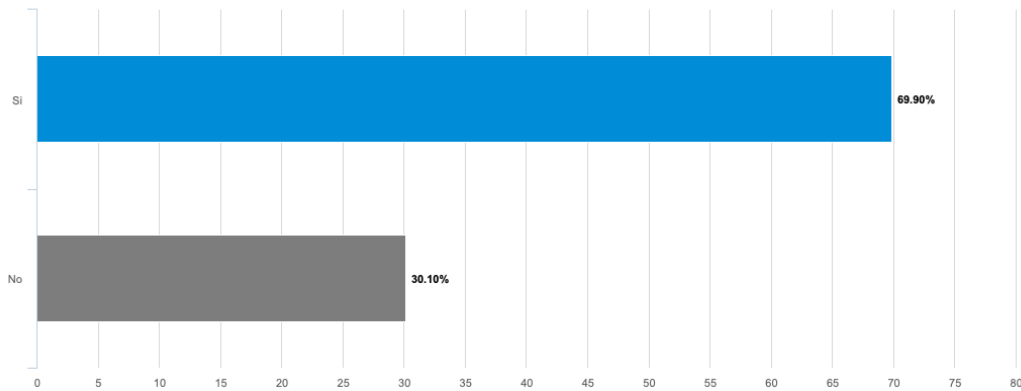


Ilustración 10. PREGUNTA N°5 ENCUESTA PROPIA

¿De ser SI, cuántas nuevas plataformas a incorporado?

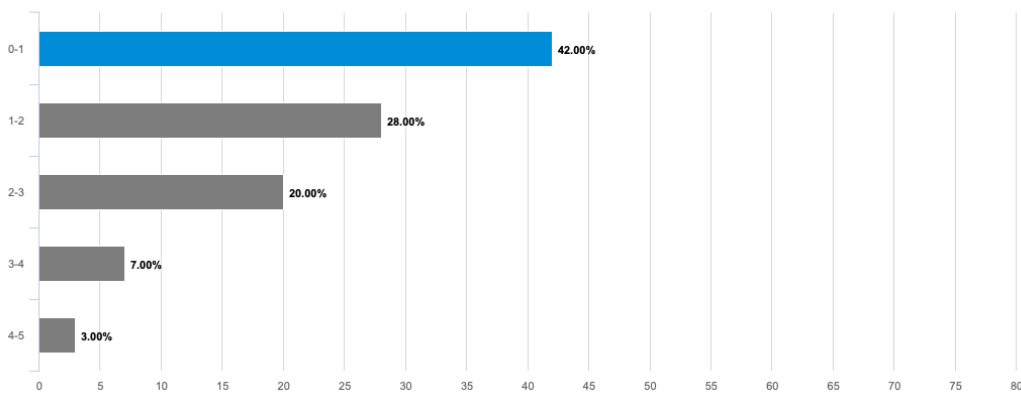


Ilustración 11. PREGUNTA N°6 ENCUESTA PROPIA

¿Cuál es la plataforma mas vendida?

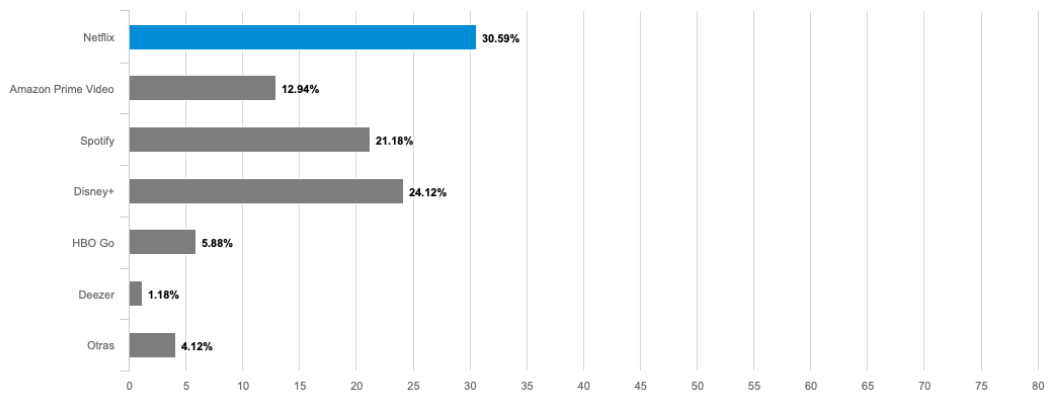


Ilustración 12. PREGUNTA N°7 ENCUESTA PROPIA

¿Usted paga impuestos por la venta de estas plataformas?

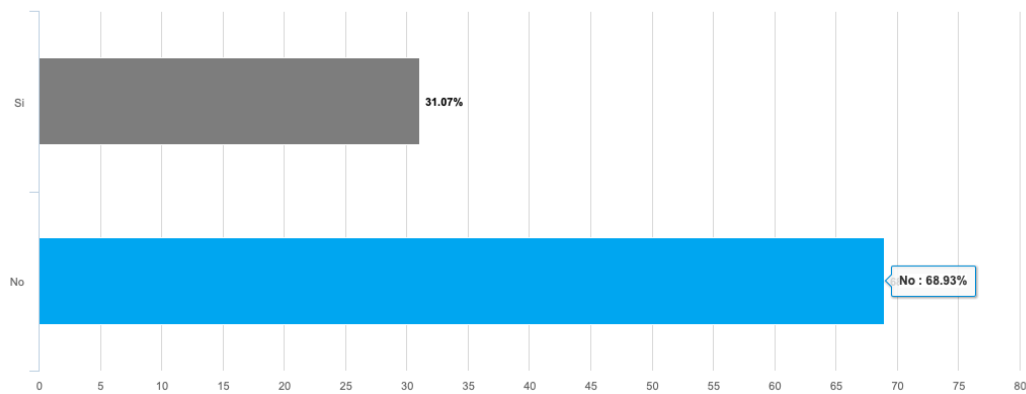


Ilustración 13. PREGUNTA N°8 ENCUESTA PROPIA

¿Cuál es el rango de utilidades mensuales que obtiene por la venta de estas plataformas?

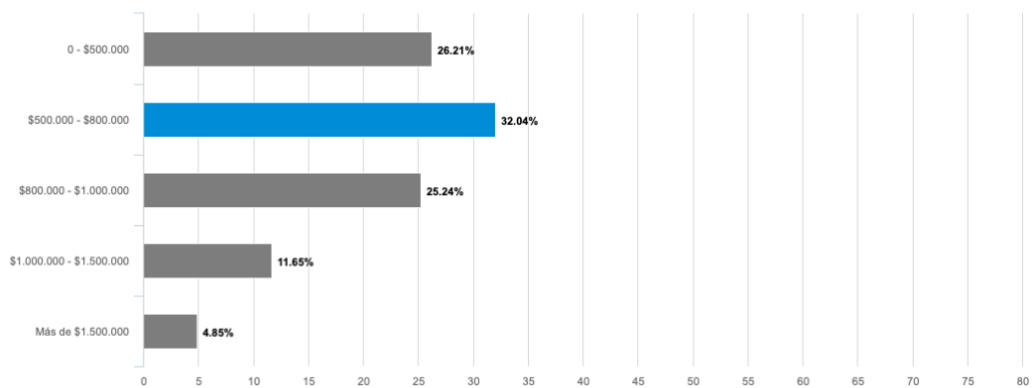


Ilustración 14. PREGUNTA N°9 ENCUESTA PROPIA

¿Piensa iniciar actividades por este emprendimiento?

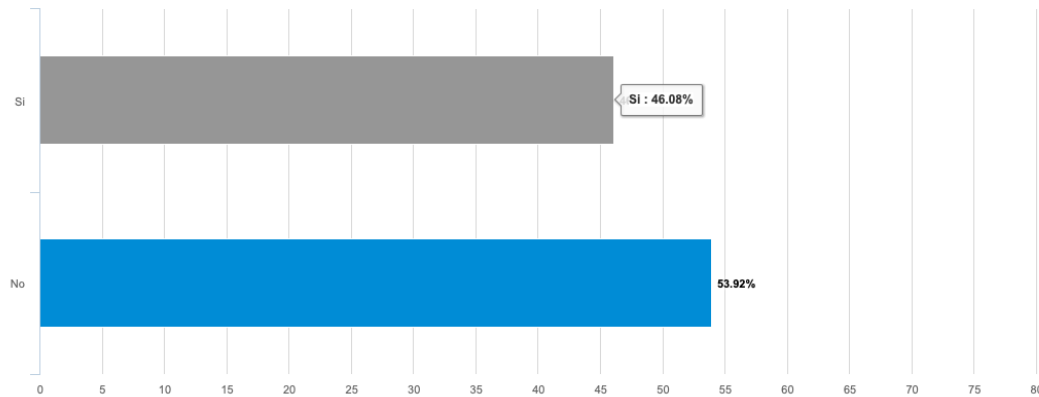


Ilustración 15. PREGUNTA N°10 ENCUESTA PROPIA

Elaboración propia de encuesta y aplicada mediante la página questionspro.

3. Datos de SUBTEL: Antes del estallido el tráfico de datos fijo, a diferencia del móvil, tenía un crecimiento más lento. En el mes del estallido (octubre 2019) se observa un leve crecimiento seguido de 4 meses con valores menores. Sin embargo, el efecto de la pandemia es muy notorio (marzo hasta junio 2020), donde crece fuertemente el tráfico mensual y el tráfico mensual en GB por conexión.

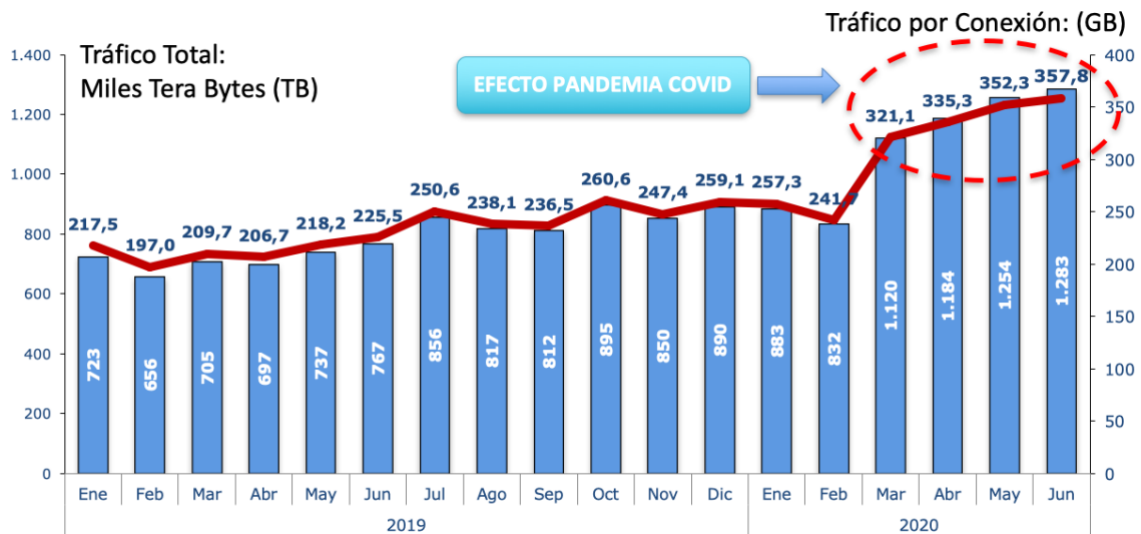


Ilustración 16. Evolución de Tráficos Fijos

(Telecomunicaciones, 2020) Tráficos de Internet Fijos

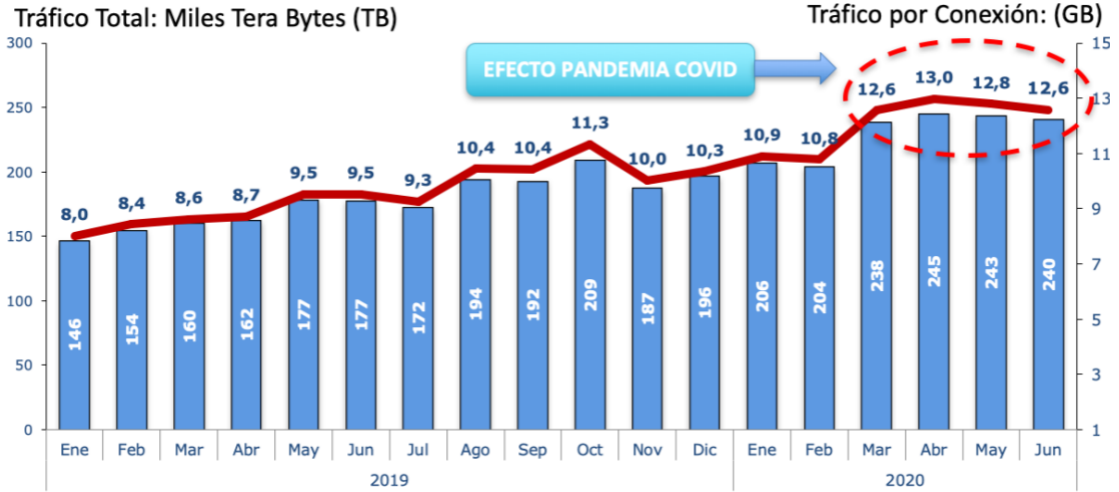


Ilustración 17. Evolución de Tráficos Móviles

(Telecomunicaciones, 2020) Tráficos de Internet Móviles

Tráfico total mensual antes y después Crisis Covid-19 (PB)

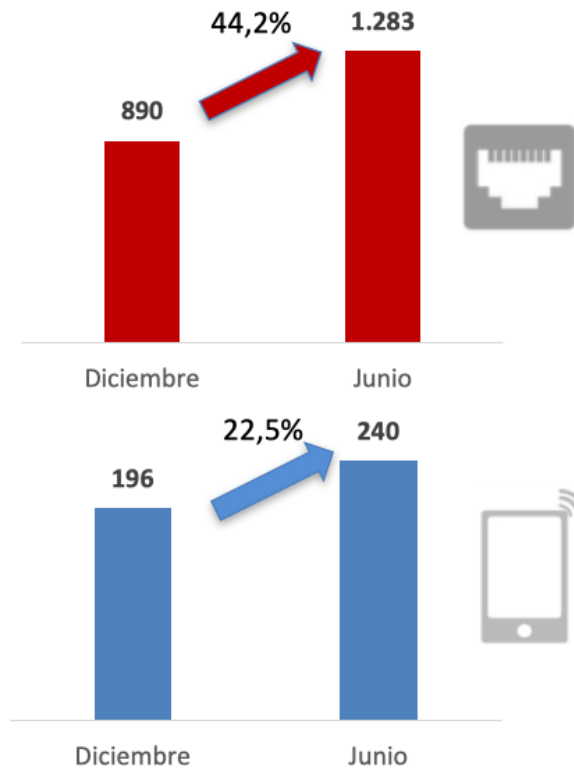


Ilustración 18. Evolución de Tráficos Fijos y Móviles. Efecto Pandemia

(Telecomunicaciones, 2020)

- A junio 2020 los accesos a internet (fijos + móvil 3G y 4G) alcanzaron los 22,71 millones con un crecimiento interanual de 3,1% (686.296 nuevos accesos).
- La penetración total, fijo y móvil (3G+4G), pasa de 115,3 accesos cada 100 hab. en junio 2019 a 116,7 accesos cada 100 hab. a junio 2020 (con un crecimiento interanual de +1,4 pp).
- El 84,2% de los accesos a Internet son móviles y, del total de accesos móviles, un 94,5% corresponde a navegación por smartphones (79,6% del total de accesos).
- Los accesos 4G a junio 2020 alcanzan los 16,8 millones de conexiones, de los cuales 0,93 millones corresponden a nuevos accesos del último año. Actualmente representan el 87,9% de los accesos de internet móvil.
- La internet fija crece un 5,5% en los últimos 12 meses. A junio 2020, las principales tecnologías son: HFC (52,2%), Fibra Óptica (32,8%) y ADSL (8,4%). (Telecomunicaciones, 2020)

4. Análisis de los datos: de la encuesta aplicada podemos dar las siguientes afirmaciones.

- De la totalidad de encuestados, un 25,24% comenzó estas ventas hace menos de 6 meses, lo que se explica con el aumento del consumo de servicios digitales ocasionado por la pandemia. Por otra parte, solo el 15,53% se ha dedicado a esta actividad por más de 2 años, esto según comentan los mismos participantes se debe a que la mantención de los servicios para generar las cuentas es inestable en ocasiones y difíciles de conseguir.

- Según la lista de aplicaciones presentadas los participantes muestran que Spotify, Netflix y Amazon Prime Video son las plataformas más elegidas para el desarrollo de esta actividad.
- Según la encuesta aplicada, se observa que en 2019 las ventas de estas cuentas oscilaron de las 0 a las 5.000 cuentas, en cambio el periodo 2020 muestra un aumento considerable, llegando al rango de ventas de 5.000 a 10.000, tal como muestra la primera pregunta, este fenómeno se explica por la pandemia.
- Los participantes dejan ver, que dentro de este periodo han optado por incorporar más plataformas para el desarrollo de sus ventas, esto ya que sus clientes siempre requieren nuevas aplicaciones de entretenimiento, en conclusión, se observa que la mayoría de ellos ha preferido incorporar al menos una nueva plataforma.
- Netflix ha sido considerada como la plataforma más solicitada, seguida por Disney+ y Spotify.
- De las últimas tres preguntas observamos que el 68,93% de los participantes aun cuando obtienen ingresos considerables, mayormente en el rango de \$500.000 a \$800.000, no realizan un pago de impuestos por la obtención de estos ingresos y tampoco considera en el corto plazo realizar inicio de actividades para regularizar su situación tributaria.

Conclusiones

Finalmente, para determinar si la recaudación fiscal sufrirá variaciones al incorporar el Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales en tiempos de pandemia, se abordarán los objetivos específicos relacionados con este tema, lo que indicará, si los hechos informados por las distintas entidades permiten concluir a favor del objetivo general:

- Analizar la recaudación fiscal esperada antes de la pandemia.

Primeramente, según la última actualización de Proyecciones Fiscales de la Dirección de Presupuestos del Gobierno de Chile, se esperaba una recaudación tributaria neta de US\$37.992.359. Esto debido a que ya se conocía que las condiciones del mercado no eran favorables para llegar a la recaudación estimada en la modernización tributaria, la que indicaba aproximadamente US\$380 millones. Según lo anterior, el gobierno ha impulsado una serie de medidas de apoyo a las personas y a las empresas, que fueron plasmadas a través de decretos y leyes tramitados durante el año 2020, y que se tradujeron en menores ingresos para el Fisco del orden de \$2.341.874 millones. Entre estas medidas, las que tuvieron un mayor impacto en la caída de la recaudación corresponden a la suspensión de los Pagos Provisionales Mensuales (PPM), que restó \$1.583.942 millones, junto con la postergación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que disminuyó los ingresos fiscales en \$726.630 millones. En el Cuadro R.2.1 se entregan detalles sobre todas las medidas tomadas por el gobierno contenidas en el Plan Económico de Emergencia (PEE) y posteriormente en el Acuerdo COVID-19, con su respectivo impacto en la recaudación fiscal. Es importante mencionar que algunas de estas medidas que afectan los ingresos tributarios corresponden a medidas tributarias transitorias de reversión automática, y que, dada la metodología de cálculo del Balance Estructural, estas se corrigen de la estimación, ya que corresponden solo a un desfase de recursos, de modo que no afectan los ingresos estructurales del Gobierno Central. (Dirección de Presupuestos, 2020)

- Determinar si el aporte fiscal de los impuestos a los servicios digitales será el proyectado por el Ministerio de Hacienda.

Se concluye que según las proyecciones del proyecto de ley en que se solicitaba la incorporación del tributo a los servicios digitales se esperaba que estos llegaran a los 251 millones de dólares anuales, en promedio se espera una recaudación de 62.75 MM de dólares, de aquello solo se ha dado a conocer la

recaudación del primer trimestre que consistió en 62 millones de dólares. Por otra parte, es relevante mencionar que, según los participantes encuestados, se indica que no se realiza pago de impuestos por esta actividad y, por ende, al obtener ingresos se está cometiendo una evasión. Con respecto a esto es claro que las empresas desarrolladoras de plataformas, que se encuentran fuera del país, pagan impuesto ya que incrementaron el valor de suscripción en cuanto se dio a conocer la posible aplicación de IVA a ellas.

- Describir los efectos en cuanto a la recaudación de este impuesto en tiempos de pandemia.

En conclusión, esta institución gubernamental (SUBTEL) evidencia que existe un aumento en el consumo de internet, tanto fijo como móvil, en el periodo de Pandemia y que se ha mantenido en crecimiento durante el periodo 2020 en su totalidad. En base a esto se infiere que debió aumentar la recaudación por el concepto de contratación de servicios de conectividad, que si bien no es caso de análisis de este estudio parece relevante de comentar. Por otra parte, según el instrumento de evaluación aplicado para la recolección de datos de los vendedores de plataformas nos indica que durante este mismo periodo ha aumentado considerablemente la venta de servicios como Netflix, Spotify y Amazon Prime Video, los que fueron indicados como los principales en ventas. Con estos datos, se interpreta que existió un aumento de ingresos para las distintas empresas que prestan estos servicios digitales y debido a esto se podría generar una mayor recaudación de impuestos, siempre que estas mismas entidades se encuentren incorporadas en el registro de contribuyentes preparado por el Servicio de Impuestos Internos.

- Conocer cuando se genera el hecho gravado con Impuesto Digital.

En definitiva, “esta obligación tributaria es solo para contribuyentes extranjeros, sin domicilio ni residencia en Chile, que presten servicios remotos para ser utilizados en territorio nacional por personas naturales o jurídicas no contribuyentes de IVA.

1. Los Intermediarios de servicios prestados en Chile, cualquiera sea su naturaleza, o de ventas realizadas en Chile o en el extranjero, siempre que estas últimas den origen a una importación.
2. Quienes suministren o entreguen contenido de entretenimiento digital, como videos, música, juegos u otros análogos, a través de descarga, streaming u otra tecnología, incluyendo para estos efectos, textos, revistas, diarios y libros.
3. Quienes suministren software, almacenamiento, plataformas o infraestructura informática.
4. Quienes realicen publicidad, independiente del soporte o medio a través del cual se entregue, materialice o ejecute”. (Servicio de Impuestos Internos, 2020)

TRABAJOS CITADOS

- Coelho, F. (11 de 12 de 2020). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/hipotesis/>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: Mcgraw-Hill.
- Servicio de Impuestos Internos Chile. (24 de Febrero de 2020). *SII*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2020, de SII: <https://www.sii.cl/vat/index.html>
- Gómez, M. (05 de 08 de 2019). *Pauta*. (F. Rojas, Editor) Recuperado el 20 de 12 de 2020, de Pauta: <https://www.pauta.cl/economia/como-los-consumidores-o-empresas-pagaran-iva-de-servicios-digitales-chile>
- Guerrero, L. C. (1995). *El impuesto: un enfoque integrador*. Madrid: Servicio de publicaciones UCM .
- Observatorio fiscal de Latinoamérica y el Caribe. (2020). *CEPAL*. Obtenido de www.cepal.org: <https://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/ofilac/noticias/paginas/2/42022/P42022.xml&xsl=/ofilac/tpl/p18f.xsl&base=/ofilac/tpl/top-bottom.xsl#:~:text=Los%20ingresos%20fiscales%20son%20aquellos,Estado%20para%20financiar%20sus%20erogaciones>.
- Ministerio de Hacienda. (24 de Febrero de 2020). Moderniza la legislación tributaria. Santiago, Santiago, Chile.
- CEPAL. (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. Santiago.
- Zapata, L. (2016). *Industria de la Comunicación y Economía Digital: Guía básica del Dircom*. Barcelona: Editorial UOC.
- OCDE. (2014). *Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital. Versión Preliminar*.

- Guiachetti, B. (2019). DESAFÍOS TRIBUTARIOS DE LA ECONOMÍA DIGITAL: ANÁLISIS COMPARADO Y SITUACIÓN NACIONAL. Santiago, Chile.
- Comision Nacional de Productividad. (2018). *Tecnologías Disruptivas Regulación de Plataformas Digitales*. Santiago.
- Garcés, M., & Otero, J. (2018). *Carey*. Obtenido de Carey: https://www.carey.cl/download/filebase/noticias/Chiles-approach-to-the-taxation-of-the-digital-economy_IBA-3.pdf
- Ministerio de Hacienda. (31 de Diciembre de 1974). *Código Tributario*. Santiago, Santiago, Chile.
- Sepúlveda, F. (2018). Modernización tributaria: Problemas de constitucionalidad en la tributación de servicios digitales. *diario constitucional*.
- Swet, A. (7 de enero de 2019). Impuestos para Uber, Netflix y plataformas: CPC propone casi doblar la tasa que establece la reforma tributaria. (A. González, Entrevistador)
- Comision Nacional de Productividad. (2018). *comisiondeproductividad*. Obtenido de <http://www.comisiondeproductividad.cl/wp-content/uploads/2018/04/RESUMEN-EJECUTIVO.pdf>
- Bernal, N. G. (2019). *Impuesto a las plataformas digitales Experiencia Internacional*. Santiago.
- Cepal. (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. Informe, Cepal, Santiago.
- Servicio de Impuestos Internos. (2019). *Plan de Gestión de Cumplimiento Tributario*. Santiago.
- Dirección de Presupuestos. (2020). *Informe de finanzas Públicas, Cuarto trimestre 2019*. Santiago.
- Revolución Democrática. (2020). *Tres propuestas claves para una reforma tributaria*. Informe, Revolución Democrática, Santiago.

Gobierno de Chile. (2020). *Informe de Finanza Públicas*. Informe Finanzas, Gobierno de Chile, Dirección de Presupuesto, Santiago.

Telecomunicaciones, M. d. (2020). *Especial Análisis Tráfico Internet Enero-Junio 2020*. Subsecretaría de Telecomunicaciones , SANTIAGO.

Servicio de Impuestos Internos. (2015). *Oficio N° 606*. Santiago.

Magnasco, S. L. (03 de Febrero de 2020). *Biblioteca del Congreso Nacional*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de Biblioteca del Congreso Nacional: <https://www.bcn.cl/historiadelaley/historia-de-la-ley/vista-expandida/7727/>

Dirección de Presupuestos. (2020). *Informe de Finanzas Públicas*. Gobierno de Chile, Dirección de Presupuestos, Santiago.

Servicio de Impuestos Internos. (01 de Junio de 2020). *Servicios de Impuestos Internos, VAT*. Obtenido de Sii: <https://www.sii.cl/vat/index.html>

CAPÍTULO V: ANEXOS

FORMULARIO IVA SERVICIOS DIGITALES (F129)

Declaración por servicios remotos prestados por extranjeros sin domicilio ni residencia en Chile.

Periodo Tributario:		
15	MES	AÑO

Número de usuario	
03	

Folio	
07	

Información de Registro [?](#)

Correo electrónico	Nombre Legal		
11	111		
País de Residencia Tributaria	Dirección		
112	06		
Sitio web	TAX ID	Periodicidad	Moneda
113	114	115	116

Servicios prestados [?](#)

Cantidad de transacciones	101		?
Base Imponible	102	*	?
Impuesto al valor Agregado	103	*	?
Rebajas	104	-	?

Remanentes [?](#)

Arrastre periodos anteriores	Remanente periodo siguiente
201	202

Total Impuesto Determinado 547

Total a pagar en plazo legal	91	-
Reajustes	92	*
Más multas e intereses	93	*
Total a pagar con recargo	94	- ?

Deuda periodos anteriores [?](#)

Puedes revisar el detalle del monto adeudado del código [300] y pagar el recargo en esta declaración.

Monto pendiente mes anterior	300	-	Ver detalle
Total a pagar del formulario	301	-	



Declaración Mensual y Pago Simultáneo de Impuestos Formulario 29

DEBE USAR CALCO

PERIODO TRIBUTARIO: Mes, Año

ROL ÚNICO TRIBUTARIO: 83

FOLIO: 07

Table with columns for IMPUESTO AL VALOR AGREGADO D.L. 825/74, IMPUESTO AL VALOR AGREGADO D.L. 825/74, and IMPUESTO AL VALOR AGREGADO D.L. 825/74. Rows include various tax items like Exportaciones, Ventas y Servicios, and Compras y Servicios.

Diferencia Total Débitos (línea 22, código 538) menos Total Créditos (línea 47, código 537), resultado es el código 68. Si el resultado es positivo el código 68, si es negativo el código 77 sin signo.

Table with 3 columns: 48, IVA determinado, 89. Row 48: Remanente de crédito fiscal para el período siguiente: 77. Row 89: IVA determinado: 89.

Table with 3 columns: 49, 780, 51. Row 49: Restitución de devolución por concepto de Art. 27 Ley D.L. 825 Ley 1974, inc. 2° (Ley N° 20.720): 780. Row 51: Retención Impuesto Preterrito Categoría por retiro de asientos mobiliarios del Art. 20 N°2, según Art. 73 LIR: 51.

Table with 3 columns: 52, 48, 51. Row 52: Retención Impuesto Único a los Trabajadores según Art. 74 N° 1 LIR: 48. Row 51: Retención de Impuesto con tasa según Ley 21.129 sobre las rentas del Art. 42 N°2, según Art. 74 N°2 LIR: 51.

Table with 3 columns: 53, 54, 56. Row 53: Retención de Impuesto con tasa según Ley 21.129 sobre las rentas del Art. 48, según Art. 74 N°3 LIR: 53. Row 54: Retención a Suplementos, según Art. 74 N°5 (tasa 0,5%) LIR: 54. Row 56: Retención por compra de producción minera, según Art. 74 N°6 LIR: 56.

Table with 3 columns: 57, 58, 59. Row 57: Retención sobre capitales pagados en cumplimiento de Seguros Dotales del Art. 17, N°3 (tasa 15%): 57. Row 58: Retención sobre retrocesos de Aportes Voluntarios del Art. 42 bis LIR (tasa 15%): 58. Row 59: Tasa Categoría Art. 84 a) (75%): 59.

Table with 3 columns: 60, 61, 62. Row 60: Mineros Art. 84 b) (55%): 60. Row 61: Explotador Minero Art. 84 h) (70%): 61. Row 62: Transportistas acogidos a Renta Presunta, Art. 84, a) y f) (tasa de 0,3%): 62.

Table with 3 columns: 63, 64, 65. Row 63: Crédito Capacitación, Ley 19.618/97: 63. Row 64: Tasa Categoría Art. 84, b) (tasa según Ley 21.133): 64. Row 65: Taller artesanal Art. 84, c) (tasa de 1,5% o 3%): 65.

Table with 3 columns: 66, 67, 68. Row 66: SUB TOTAL IMPUESTO DETERMINADO ANTERIO (suma de las líneas 48 a 64, retiene impuesto y/o PPM determinado): 66. Row 67: Tasa Categoría Art. 84, a) (75%): 67. Row 68: Mineros Art. 84 b) (55%): 68.

Table with 3 columns: 01, 02, 05. Row 01: Apellido Paterno o Razón Social: 01. Row 02: Apellido Materno: 02. Row 05: Nombre: 05.

Table with 3 columns: 122, 123, 124, 125. Row 122: TOTAL A PAGAR EN PLAZO LEGAL: 122. Row 123: Más IPC: 123. Row 124: Más Intercases y multas: 124. Row 125: TOTAL A PAGAR CON RECARGO: 125.

Declaro bajo juramento que los datos suministrados en esta declaración son la expresión fiel de la realidad, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente.

En circulación desde el 1 de febrero de 2020 EJEMPLAR GRATUITO