

ARTÍCULO

OMNIPRESENCIA DIGITAL Y ECONOMÍA: ¿REDUCIR LA EVASIÓN FISCAL O AUMENTAR LA RECAUDACIÓN?

No es un secreto como ha influenciado en la economía mundial el auge de la llamada “Era digital”, fenómeno que nace con el siglo XXI. Los comercios han experimentado un desarrollo vertiginoso, ofreciendo productos y servicios a través de plataformas digitales, lo que ha aumentado su alcance, tanto a nivel nacional como internacional.

Esta época está marcada por una constante innovación lo que conlleva a que nos adaptemos a una sociedad en constante cambio. En ese contexto, los avances legislativos y económicos pasan de sólo centrarse en la protección de datos, a incidir en los beneficios que el uso adecuado de la tecnología digital puede brindar a la sociedad, especialmente en el desarrollo de los negocios a través del comercio electrónico.

Uno de los aspectos emergentes de esta práctica es la “Economía Digital”, la cual plantea el desafío de la regulación de su ámbito de acción, de acuerdo con varios autores. Los nuevos modelos de negocios obligan a una adaptación de normas locales que incidan y tengan impacto directo en las operaciones realizadas desde diferentes partes del mundo, pero afectan el flujo económico a nivel nacional.

Con el objetivo de lograr un equilibrio entre la economía local no tradicional, representada por los comercios físicos, y la economía global digitalizada a través de proveedores en línea, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) ha establecido estándares internacionales que la República Dominicana ha decidido adoptar. Entre sus recomendaciones, la OCDE incluye el registro simplificado de empresas proveedoras extranjeras como contribuyentes, para asegurar que cumplan con las obligaciones fiscales impuestas por la jurisdicción local. Esta medida busca evitar distorsiones en la práctica fiscal del país, controlando la evasión de impuestos al promover una competencia efectiva y sostenible en beneficio de los diversos proveedores de servicios, y garantizando el financiamiento para el desarrollo sostenible, al prevenir la competencia desleal entre los comercios tradicionales y los emergentes.

Considerando que los servicios digitales no están exentos del ITBIS, y basándose en las recomendaciones de la OCDE y en los estándares y principios internacionales fundamentados en el principio de destino –según el cual la jurisdicción encargada de generar los impuestos es aquella donde se realiza el consumo–, el Presidente de la República emitió el Decreto 30-25, y que poco después ha sido derogado por el Decreto 107-25 de fecha 3 de marzo de 2025. El extinto Decreto 30-25 procuraba dar lugar al reglamento para regular la percepción y aplicación del ITBIS en los servicios ofrecidos a través de plataformas digitales consumidos en la República Dominicana, y que son prestados por proveedores extranjeros. Esta medida intentaba formar parte de un conjunto de acciones conforme las recomendaciones internacionales.





Dicho Decreto 30-25 incluye el término comisionistas, aplicable a los proveedores no residentes ni domiciliados en la República Dominicana, tanto directos como indirectos. Estos proveedores son designados como agentes de percepción del 100 % del ITBIS sobre los servicios que ofrezcan a través de plataformas digitales y que sean utilizados, consumidos o captados en la República Dominicana. Su ámbito de aplicación estaba dirigido a todos esos “Comisionistas” que presten servicios localmente gravados con ITBIS, y que sean utilizados, consumidos o captados en el país, así como las comisiones que cobren sobre dichos servicios prestados a través de dichas plataformas digitales.

Están excluidos de forma expresa los servicios que dispone el artículo 344 del Código Tributario, como son los servicios financieros, incluyendo seguros; de planes de pensiones y jubilaciones, de transporte terrestre de personas y de carga, de electricidad, agua y recogida de basura, de alquiler de viviendas, de salud, educativos y culturales funerarios y los de salones de belleza y peluquerías.

Es importante señalar que el Reglamento incluía definiciones y referencias claras, lo que facilita la identificación precisa del sujeto obligado al momento de aplicar el impuesto. Asimismo, detalla la clasificación y determinación de los servicios sujetos a esta disposición. Además, de aspirar a establecer el procedimiento y los requisitos para la inscripción, así como la forma de declaración y pago.

Cabe destacar que se aspiraba con el Decreto 30-25, que la Base Imponible para la aplicación de la tasa, conforme al artículo 339 del Código Tributario, sería el valor total facturado por los servicios en el caso de los servicios directos provistos a través de plataformas digitales, incluyendo cualquier otro servicio no expresamente descrito en el reglamento. Sin embargo, para los servicios digitales de mediación e intermediación, la base imponible estaría compuesta por el monto de la comisión más el monto del servicio final, cuando este último sea gravado.

En fin, el Decreto 30-25 procuraba acercarnos a la meta de un equilibrio entre los niveles de recaudación y corregir el incorrecto hábito de distorsionar la práctica fiscal local.

Sin embargo, con su reciente derogación es evidente que el Decreto 30-25 tocaba un nervio importante, y es la creciente preocupación en torno al impacto que esta medida podría generar en los sectores productivos y en los consumidores finales, ya que sería a ellos a quienes se trasladaría el costo del impuesto. En este sentido, podría ser útil considerar las prácticas de otros países y cuál es el panorama a nivel global.

La fiscalidad de las plataformas digitales es un tema complejo y dinámico que varía considerablemente entre diferentes países y regiones. Con el auge de la economía digital, muchos gobiernos han buscado formas de gravar a las empresas que operan principalmente en el ámbito digital, como Google, Amazon, Facebook, Apple, y Netflix, entre otras. Aquí hay algunos puntos clave sobre la fiscalidad de las plataformas digitales a nivel mundial:

Tradicionalmente, la tributación internacional se basa en el principio de establecimiento permanente, que significa que una empresa debe tener una presencia física significativa en un país para ser sujeta a impuestos allí. Sin embargo, las plataformas digitales a menudo operan sin una presencia física, lo que ha llevado a desafíos en la aplicación de este principio.

En respuesta a estos desafíos, varios países, especialmente en Europa, han comenzado a implementar lo que se conoce precisamente como Impuestos sobre los Servicios Digitales. Estos impuestos generalmente se aplican a los ingresos generados por servicios digitales ofrecidos en un país, independientemente de la presencia física de la empresa. Por ejemplo, Francia y España han implementado tales impuestos, que gravan ingresos de publicidad en línea, la venta de datos para fines publicitarios y la intermediación en plataformas digitales.



Como mencionamos anteriormente, la OCDE ha estado trabajando en una solución más coordinada y sistemática a través del Proyecto BEPS (Erosión de la Base y Traslado de Beneficios). La OCDE propone reformas para asegurar que los derechos fiscales sobre los ingresos generados por actividades digitales se asignen de manera que reflejen dónde se crea el valor económico, incluso si no hay presencia física.

La OCDE también ha impulsado los informes país por país, que requieren que las multinacionales informen sobre sus actividades en cada jurisdicción, ayudando a las autoridades fiscales a entender mejor dónde se generan los ingresos y los impuestos potencialmente debidos.

Aunque la idea de gravar a las empresas digitales es popular en muchos círculos, su implementación es complicada. Los desafíos incluyen definir qué constituye una presencia digital significativa, determinar los umbrales de ingresos para la tributación, evitar la doble imposición y entender el panorama socio económico completo mundial.

Al efecto, el presidente estadounidense Donald Trump ha tomado una postura pública y firme contra los impuestos a los servicios digitales (DST) impuestos por varios países a las empresas tecnológicas estadounidenses. Trump ha expresado que estos impuestos son discriminatorios y perjudican a las grandes empresas estadounidenses como Google, Apple y Amazon. En respuesta, firmó un memorando que instruyó la aplicación de aranceles a los países que aplican estos impuestos, como una medida para "combatir" lo que él considera una apropiación injusta de la base imponible estadounidense por parte de gobiernos extranjeros. Su enfoque está destinado a proteger a las empresas estadounidenses y asegurar un comercio internacional justo, percibiendo los DST como una amenaza para la competitividad global de las empresas estadounidenses.

Los tratados comerciales y los acuerdos de libre comercio también pueden impactar cómo se grava a las plataformas digitales, especialmente con cláusulas que tratan sobre la no discriminación en la tributación de empresas extranjeras.

Las plataformas digitales, por su parte, han respondido de diversas maneras, desde la reestructuración de sus operaciones hasta el cabildeo en contra de tales impuestos, argumentando que podrían obstaculizar la innovación y el crecimiento económico.

En resumen, la fiscalidad de las plataformas digitales sigue evolucionando, con un impulso significativo hacia la creación de sistemas fiscales que puedan gestionar efectivamente la naturaleza única de la economía digital global. La ocasión es propicia para buscar soluciones efectivas.

Por un lado, tenemos los lineamientos de la OCDE, que muchos gobiernos han empezado a implementar, incluyendo este reciente y aparentemente fallido intento de parte del gobierno dominicano, al menos en esta ocasión. En otro aspecto, vemos como grandes potencias pueden rechazar este tipo de fiscalidad. No obstante, para la República Dominicana la aplicación de un impuesto a los servicios digitales en la República Dominicana podría tener un impacto significativo en la recaudación de impuestos del país, dependiendo de cómo se implemente y regule.

El impacto específico en la recaudación de impuestos dependerá de varios factores, incluyendo la tasa del impuesto que se aplique, las exenciones permitidas, y la eficacia de la administración tributaria para hacer cumplir estos nuevos requerimientos.

Estableciendo un impuesto del 18% sobre los servicios digitales en la República Dominicana podría generar ingresos significativos para el gobierno, teniendo en cuenta el crecimiento continuo de la economía digital. Aunque no se proporcionan cifras exactas de recaudación esperada para la República Dominicana, podemos hacer algunas extrapolaciones basadas en ejemplos de otros países.

Por ejemplo, iniciativas similares en países europeos han proyectado recaudaciones en millones de euros. Austria esperaba recaudar hasta 34 millones de euros en 2023 de su impuesto sobre servicios digitales, principalmente a través de la publicidad digital. Francia estimó ingresos de 500 millones de euros en un año fiscal con un impuesto similar, y el Reino Unido proyectó alrededor de 275 millones de libras en el primer año fiscal del impuesto a servicios digitales (fuente: taxfoundation.org).

Aplicando estos ejemplos al contexto dominicano, aunque ajustados a la escala económica y al volumen del mercado digital del país, es razonable esperar que la introducción de un impuesto sobre los servicios digitales podría ayudar a aumentar la recaudación fiscal de manera notable. La tasa del 18% aplicada en la República Dominicana es comparativa a las tasas aplicadas en estos países, lo que sugiere que podría tener un impacto fiscal positivo significativo, especialmente considerando el creciente uso de plataformas digitales en el país.

Las discusiones y análisis preliminares sugieren que esta medida podría aumentar los ingresos fiscales al capturar una parte de los ingresos generados por la economía digital, que hasta ahora ha sido difícil de gravar debido a la naturaleza transfronteriza de los servicios. Sin embargo, es crucial que este proceso se maneje con transparencia y en consulta con las partes interesadas para evitar cualquier impacto negativo sobre el crecimiento del sector tecnológico en la nación.

Sin embargo, por el momento el Decreto 30-25 ha quedado sin efecto, dejando nuevamente abierta la conversación de cómo y cuándo volver a abordar la problemática.

Este resumen contiene únicamente información general sobre los asuntos tratados y no constituye una opinión legal. Recomendamos buscar asistencia legal específica para cada caso.

Para obtener más información y asistencia, comuníquese con nosotros en info@ulisesabrera.com / 809.566.7111

Autor:



KETY ABIKARAN

Asociada Senior

kety.abikaran@ulisesabrera.com