L

a lucha de egos, de poderes supuestos, las posiciones donde la victoria de uno implica la derrota del otro, la necesidad de imponer la teoría propia o morir en el intento incluso si ello implica llevarse a millones por delante, no es solo algo aplicable a las discusiones en la profesión contable colombiana. También ocurre a nivel macro - político, por ejemplo, entre los Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea –CEE.

El Florero de Llorente es la [tributación de economía digital](https://taxfoundation.org/oecd-beps-digital-tax/). Por una parte, Francia, Inglaterra, España e Italia representan los intereses de la CEE buscando la imposición de un impuesto a pagar por quienes presten servicios a través de canales digitales. De la otra el gobierno de EE. UU., que es a su vez la sede (comercial, no necesariamente fiscal) de las compañías que justamente prestan ese tipo de servicios.

Aún con lo antagónicas que resultan esas dos posiciones, se han adelantado negociaciones serias entre las partes (¡cuánto por aprender acá!) para determinar de qué manera puede existir este impuesto, aun cuando en este momento atraviesen un “[impasse](https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report/insight-the-anatomy-of-an-impasse-taxation-of-the-digital-economy-60?context=search&index=28)”. Tres propuestas han surgido: la primera (de UK) dice que deberían pagar todas las plataformas digitales y motores de búsqueda (luego, afecta principalmente a Google); la segunda (de EE. UU.) dice que deberían pagar todas las multinacionales que tengan intangibles de mercadeo (lo que afecta a empresas holandesas); y una tercera según la cual aún no hay manera de determinar claramente las reglas aplicables lo que, en la práctica, significa dejar las cosas como están ahora.

Mientras los grandes bloques se ponen de acuerdo, algunos países van tomando su propia iniciativa. Indonesia, el cuarto país más poblado del mundo, un mercado de 260 millones de habitantes de los cuales más de 150 millones son usuarios de internet, [tomó la decisión](https://www.reuters.com/article/us-indonesia-tax-digital/indonesia-imposes-10-vat-on-amazon-google-netflix-and-spotify-idUSKBN2481A5) que a partir del 1º de agosto Amazon (especialmente AWS), Spotify, Google y Netflix deberán tributar. El impuesto es un IVA del 10% por tener más de US$40.000 de ingresos o un tráfico dirigido a más de 12.000 usuarios.

Aparte de la perspicacia que genera el hecho que ninguna de las aplicaciones de Facebook así como ninguna compañía de Microsoft fuera incluida en el selecto grupo, lo cierto es que la autoridad tributaria le asignó unilateralmente números de identificación tributaria a las compañías objeto del tributo y sabiendo cuanto gastan sus ciudadanos en los servicios respectivos simplemente hace un cálculo del tributo a recaudar. Espera que se lo paguen, y lo cobrará.

Este tipo de situaciones pueden verse geográficamente lejanas, pero sus efectos nos resultan cercanos. Lo que entendemos por establecimiento permanente (art. 20-1, ET) que pasa de ser físico a digital, así como la manera en que se recauda IVA a plataformas digitales, entre otros, deberán cambiar, y pronto, si queremos mantenernos a la par de la realidad global en materia tributaria (con los respectivos efectos y relaciones en lo contable).

*Donny Donosso Leal*