

La Agencia Tributaria contra Youtubers y blablacars

Montoro quiere echar el lazo a todo aquello que sea susceptible de pagar impuestos y que, por una razón u otra, se haya estado librando hasta la fecha.

La Agencia Tributaria ya tiene deberes para sus inspectores a lo largo de este año. Una tarea que, además de todo lo que se les acumula de años anteriores, añade cinco nuevos puntos que afectan directamente a la actividad de nuevas empresas tecnológicas, modelos de pago y actividades profesionales hasta hace unos años desconocidas. Con vistas a cerrar este año con unos niveles de déficit mucho menores, Montoro quiere echar el lazo a todo aquello que sea susceptible de pagar impuestos y que, por una razón u otra, se haya estado librando hasta la fecha.

Como siempre, los grandes patrimonios y la economía sumergida están en el punto de mira del Plan Anual del Control Tributario para 2017. Pero, sobretodo, este año Montoro tiene entre sus planes poner a los inspectores a revisar punto por punto la actividad del sector digital. Y especialmente la de aquellas empresas que actúan "como meros intermediarios" entre usuarios. La entidad tributa como actividad de marketing y los clientes quedan exentos de pagar impuestos por lo que, según la Agencia Tributaria, supone una actividad lucrativa para ambas partes de la cual no está percibiendo nada, o lo está haciendo pero menos de lo que debería.

En este punto, a los inspectores se les viene una pila de trabajo encima bastante grande. Porque a golpe de revisión manual, la AEAT pondrá su punto de mira en las disonancias que existan entre las páginas web de las diferentes plataformas, sus redes sociales, y la información que su actividad económica que en ellas se publica. Todo tomando la referencia de las declaraciones oficiales que se hacen de las mismas.

Lazo a la economía colaborativa

Ha sido hasta ahora colaborativa entre usuarios y lo va a tener que empezar a ser también con la hacienda pública.

En este punto cabría destacar que, primero, desde las instancias públicas deberían dejar claro qué es lo que para ellos entra dentro del saco de la economía colaborativa y qué no. Porque si hay algo claro en esto es que la teoría no la tienen demasiado al día. Sería, por ejemplo, el caso de Uber o Cabify que, pese a no serlo ni de lejos, siguen entrando en el círculo de este nuevo modelo de consumo. En cualquier caso, Montoro también tiene un recado para ellos y similares porque también investigará los resultados financieros de estas entidades que tributan en el extranjero –en Estados Unidos en el caso de estos dos ejemplos–, y los comparará con su actividad dentro del país.

La venta a través de referidos ya tiene todas las atenciones de la Agencia Tributaria

En cualquier caso, esto va directamente por BlaBlaCar y Airbnb que pasan por su propio via crucis al sur de los Pirineos. Los primeros con sus litigios abiertos con la patronal de autobuses y la Comunidad de Madrid; y los segundos por la obligación que, según los diferentes ayuntamientos implicados, deben tener los usuarios a la hora de declarar sus ingresos. Este aviso, además, atañe directamente al

modelo de negocio que maneja la segunda multinacional; la cual sólo declara el IVA por el porcentaje de comisión que se llevan ellos y no por el total de la actividad económica que cubre; a diferencia de sus competidores directos de corte tradicional. Al similar hace BlaBlaCar y compañía. La cuestión es que esta estructura es parte de su éxito y los hombre de Montoro quieren tenerla bien clara y atada aunque eso suponga repercutir a los usuarios directamente.

Comercio electrónico, ese gran desconocido

Durante 2016, España registró un volumen de comercio electrónico de más de 7.000 millones de euros. Poco a poco, el modelo de negocio digital se come al físico, con todo lo que ello implica.

Desde la Agencia Tributaria saben que algo se les está escapando en todo este proceso, y ese algo es dinero por ventas que no aparecen registradas en ningún lugar. Para ello, quieren endurecer los controles de los nuevos modelos de pago vinculados al comercio digital. Y los que no son tan nuevos también, porque ya son casi 11 los años que Paypal lleva operando en España y este sigue siendo un gran desconocido para la instancia pública. Ya va siendo hora de entender su actividad... Ni qué decir tiene que los pagos a través del móvil, o los bitcoins, son el rival a batir para los próximos años.

Mucha atención al negocio de los referidos, más para grandes empresas que para usuarios particulares. Algo se escapa también por ahí, un gran volumen de impuestos concretamente. Una línea de negocio que supone el modelo de subsistencia para muchas empresas y que hasta ahora ha pasado de puntillas a la hora de la declaración.

Bloggers, youtubers, instagramers y una consecución infinita de nuevas profesiones vinculadas con el mundo digital, deberán ponerse al día con el tema de la declaración de impuestos de los productos que venden en sus apariciones en público, si es que no lo han hecho ya. Y en este caso, el rastreo es sencillo: tanto publicitas, tanto vendes, tanto cobras, tanto tributas.

La noticia "Youtubers y blablacars, en el punto de mira de Montoro" fue publicada originalmente en Hipertextual.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Derecho](#) [Finanzas](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>