



Facultad de Economía y Negocios
Magíster en Dirección y Planificación Tributaria

Análisis ley 21.210 Impuestos Digitales.

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

Alumno: Felipe Muena Morales

Profesor Guía: Hugo Nuñez DelaFuente

Profesor Informante: Alejandra Ubilla Ubilla

Talca - Chile

Año 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

© Felipe Muena Morales

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 economía actual tiene una serie de desafíos que van en directa relación de la vanguardia y nuevas tecnologías. La existencia de una serie múltiple de diferentes empresas de plataformas online, ha generado para los procesos de tributación de servicios, un desafío con escalada acelerada, debido a estas nuevas formas de generar comunicación e ingresos. Cada país se ha ido adaptando y creando mecanismos de control en cuanto a la recaudación y forma de recabar ingresos por medio de la tributación que les corresponde, sin embargo, la gran dificultad se genera cuando las empresas no comparten necesariamente un espacio físico, sino más bien otorgan servicios desde diferentes distribuciones geográficas.

El escenario nacional no ha estado ajeno a esta nueva forma de economía, para lo cual el 13 de febrero de 2020 se promulgo la Ley 21.210 “Moderniza la Ley tributaria”, la cual se ha ido actualizando en la medida que los avances así lo requieren. Para efectos de este trabajo, se realizó una revisión en profundidad de dicha Ley y su circular aclaratorio N°42 del SII, a fin de explicar cómo se ha llevado a cabo la aplicación de la misma, las dificultades que ha enfrentado y cómo el SII ha actuado como ente regulador. Así también, se ha contrastado las experiencias recabadas de diferentes países pertenecientes a la OCDE, revisando sus indicaciones legislativas.

Si bien las empresas relacionadas a la entrega de servicios online es múltiple y variada, en esta ocasión el foco principal fue dado a las Apps de comida y transporte, servicios publicitarios, servicios de intercambio y servicios de streaming.

Los principales resultados del estudio, arrojaron que el crecimiento de las empresas de servicios online, muestra un crecimiento exponencial, quedando demostrado que la nueva normativa, es sin duda positiva para el país, logrando ingresos superiores a los MM\$150.000. (Periodo Junio 2020 - Marzo 2021). Así además, si bien la recaudación ha sido importante, existen rubros y sectores que no se encuentran cubiertos por la Ley 21.210, por tanto, será necesario generar modificaciones para lograr recaudaciones más eficiente, como por ejemplo; los Influencers, Casinos online y los sitios de donación (Only Fans, Patreon, etc.).

Las principales dificultades están orientadas a la escasa información que existe respecto a los usuarios de los servicios analizados, por cuanto, sólo se presentan proyecciones en base a los flujos de datos, dando a conocer una aproximación para conocer cómo se comporta el mercado y sus posibles flujos respecto a los ingresos futuros para el país en esta área.

ABSTRACT

Today's economy has a series of challenges that are directly related to the avant-garde and new technologies. The existence of a multiple series of different online platform companies has generated a challenge with accelerated escalation for the taxation processes of services, due to these new ways of generating communication and income. Each country has been adapting and creating control mechanisms regarding the collection and way of collecting income through the corresponding taxation, however, the great difficulty is generated when companies do not necessarily share a physical space, but more they either provide services from different geographic distributions.

The national scene has not been alien to this new form of economy, for which on February 13, 2020 Law 21,210 "Modernize the Tax Law" was enacted, which has been updated as progress so requires. . For the purposes of this work, an in-depth review of said Law and its explanatory circular No. 42 of the SII was carried out, in order to explain how the application of the same has been carried out, the difficulties it has faced and how the SII it has acted as a regulatory entity. Likewise, the experiences gathered from different countries belonging to the OECD have been contrasted, reviewing their legislative indications.

Although the companies related to the delivery of online services are multiple and varied, this time the main focus was given to food and transportation Apps, advertising services, exchange services and streaming services.

The main results of the study showed that the growth of online service companies shows exponential growth, demonstrating that the new regulations are undoubtedly positive for the country, achieving revenues of over \$ 150,000 million. (period June 2020 - March 2021). Thus, in addition, although the collection has been important, there are items and sectors that are not covered by Law 21,210, therefore, it will be necessary to generate modifications to achieve more efficient collections, such as; Influencers, Online Casinos and donation sites (Only Fans, Patreon, etc).

The main difficulties are oriented to the scarce information that exists regarding the users of the analyzed services, since only projections are presented based on data flows, giving an approximation to know how the market behaves and its possible flows with respect to future income for the country in this area.

TABLA DE CONTENIDO

1	Justificación	9
1.1	Objetivos	11
1.1.1	Objetivos Específicos	11
1.1.2	Contenido.	11
2	Marco Teorico	12
2.1	Marco de Referencia	12
2.2	Experiencia en otras partes del mundo. (Bernal, 2019)	12
2.2.1	OCDE:	12
2.2.1.1	BEPS	13
2.2.2	Unión Europea	14
2.2.3	Experiencias en el mundo:	15
2.2.4	India:	16
2.2.5	México:	16
2.2.6	Francia:	17
2.2.7	Italia:	17
2.2.8	Noruega:	17
2.2.9	Australia:	17
2.2.10	Nueva Zelanda:	17
2.2.11	Reino unido:	17
2.2.12	Latinoamérica.	18
2.3	Aplicación de impuesto a las plataformas en Chile.	18
2.4	LEY 21.210	19
2.5	Análisis Circular N°42 del 11 de Junio de 2020.	20
2.5.1	CIRCULAR 42.	21
2.7.2	Territorialidad del Impuesto	26
2.7.3	Ordinario N°642 del 9 de marzo de 2021.	29
3.	METODOLOGÍA	30
3.1.	Tipo de Investigación	30
3.2	Hipótesis o Interrogantes	30

3.3.	Instrumentos y/o Técnicas.	30
3.4.	Aportes y Limitaciones	30
4.	Casos analizados.....	31
4.1	Análisis de Datos.	31
4.2	Empresas No Registradas.	34
4.3	Comportamiento Del Mercado Con La Nueva Ley	35
4.4	Publicidad Online en Chile.	37
4.5	Influencers (Laboral, 2021)	38
4.6	Casinos Online	40
4.6.1	Tributación de casinos online en Chile	40
4.6.2	Impuestos a ganancias en Europa y Estados Unidos	41
4.7	CriptoMonedas. (Infogate.cl, s.f.)	41
4.8	Sitios de Sponsors directos.....	42
5	Conclusiones y Recomendaciones	43
6	Bibliografía	45
7	ANEXOS	46

Índice de Cuadros y/o Tablas

Tabla 1: Recaudacion Mensual estimada por Streaming351

Tabla 2: Top 10 Chile Instagram235

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Intermediación servicios financieros prestados en Chile.	23
Ilustración 2: Intermediación servicios de alojamiento prestados en Chile	23
Ilustración 3: Intermediación de ventas de productos en Chile	24
Ilustración 4: Intermediación de ventas de servicios de Restaurant.	24
Ilustración 5: Cuadro resumen IVA e IA.....	20
Ilustración 6 : Detalle empresas, país de residencia y tipo.....	32
Ilustración 7: Rubro empresas no registradas.	34
Ilustración 8: Participación en el mercado.....	35
Ilustración 9: Recaudación por Publicidad Online	359

1 Justificación

En los últimos años, la economía digital ha experimentado a nivel mundial un crecimiento exponencial, basado en productos intangibles y el uso de datos de las personas, trayendo consigo múltiples beneficios a los usuarios, relacionados a la cercanía, lo inmediato, la multiplicidad de capacidades, entre muchos otros. Sin embargo esta nueva forma de hacer economía no ha estado ajena a dificultades y nuevos desafíos.

El rápido avance de la economía digital ha implicado que las normas de control hayan sido creadas de forma paralela al crecimiento que ha tenido la industria en general, se han presentando dificultades en el poder anticiparse a los cambios acelerados.

Al ser estas empresas digitales un “nuevo” sistema, han generado problemas en su control y la forma de realizar esta de una manera eficiente. Varios países han generado normas que apunten al control, sin embargo uno de las principales dificultades, está ligada a la diversidad de áreas en torno a lo digital, por ejemplo: Publicidad, Aplicaciones de Delivery, Aplicaciones de Streaming, Venta de Intangibles, etc.

Empresas como Amazon, Facebook, Google, Uber, Netflix, Airbnb, etc. se han hecho cargo de tareas que actualmente no estaban cubiertas de manera cabal. Se han generado mejoras, pero también externalidades negativas como la precarización del empleo, problemas con los gremios de taxis, cambios en los canales publicitarios, etc. Han dejado en claro, que los gobiernos no estaban preparados para la llegada de estos servicios, en cuanto al control de impuestos. Servicios que por lo demás, tuvieron un crecimiento acelerado durante la pandemia, y por ende, el control hacia los mismos.

La tributación de estas plataformas se ha vuelto un desafío enorme para los gobiernos que aún no tiene una solución consensuada. El problema principal que se observa, es que la gran mayoría de estas empresas no están ubicadas donde se genera el ingreso (negocio, servicio, etc.). Además, sus plataformas permite obtener información privada de los usuarios, conociendo gustos, necesidades, etc. Que si bien puede ser beneficioso al momento de querer acceder a un producto/servicio, genera un dilema moral, en cuanto a los límites de la privacidad de cada persona.

El presente trabajo de investigación, pretende describir las diferentes experiencias implementadas en algunos países, en cuanto a la tributación de aplicaciones y plataformas digitales. Se considerarán para esto, las definiciones que guardan relación con la temática principal, así como además de la Ley que actualmente está implementando Chile.

El foco principal se pondrá en la economía digital, las redes sociales y aplicaciones, ya que en los primeros análisis muestran que existe un vacío en cuanto al control de estas. La creación de

normativas que apunten a estos vacíos, podría ser una oportunidad de crecimiento y recaudación fiscal, pudiendo de esta forma, financiar y apoyar políticas de Estado que garanticen el desarrollo.

1.1 Objetivos

Analizar los efectos en la recaudación fiscal derivada de la promulgación de la ley 21.210.

1.1.1 Objetivos Específicos

- a. Analizar la normativa tributaria en Chile relacionada con impuestos Digitales.
- b. Describir experiencias de otros países relacionadas con tributación de actividades derivadas de economía digital.
- c. Determinar si es factible mejorar la recaudación de IVA a las plataformas digitales.
- d. Analizar mercados no explorados por la legislación vigente.

1.1.2 Contenido.

El mundo ha girado rápidamente a las ventas por internet, la pandemia ha acelerado aún más este tema, por lo tanto, es necesario generar el marco legal para que el país logre una recaudación fiscal acorde a estos tiempos.

En esta ocasión nos limitaremos al análisis de la forma en que la autoridad ha dispuesto los controles a las actividades relacionadas con la economía digital.

2 Marco Teorico

Análisis de la Ley N° 21.210 de 24 de febrero de 2020, en lo que se refiere a la Ley del IVA, para incorporar la tributación a los servicios digitales, enfatizando el análisis en la publicidad en internet.

2.1 Marco de Referencia.

Economía Digital.

La Economía Digital corresponde a un facilitador y creador de un ecosistema donde conviven e interactúan la gran mayoría de las tecnologías de comunicación que tenemos disponibles actualmente. **Redes, internet, telefonía, fijas o móviles**, hardware para estas redes, la nube, tecnologías web, etc. La OCDE (Organización para Cooperación y desarrollo económicos), en el su estudio **“Cómo abordar los desafíos de la Economía Digital”** (OCDE, 2014)¹ Indica que la economía digital va de la mano con la constante transformación digital y que las empresas que participan en la misma se basan en tres principios básicos.

- Magnitud y similitud, operación de diversas jurisdicciones sin la necesidad de una presencia física significativa.
- Dependencia de activos intangibles.
- Uso masivo de datos (Personales) y participación de los usuarios.

2.2 Experiencia en otras partes del mundo. (Bernal, 2019)²

2.2.1 OCDE:

La OCDE reconoce que la digitalización de algunos servicios no solo brinda oportunidades para los países de mayor recaudación fiscal y de exportación de productos no tradicionales (software, servicios web, etc), sino que también plantea grandes desafíos políticos y legislativos, sobre todo en materia tributaria (2018). La OCDE desde el año 2013 ya planteo en su informe BEPS (Plan de acción contra la erosión de la base imponible y el traslado de los beneficios), los

¹ “Cómo abordar los desafíos de la Economía Digital”

²

https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27629/1/BCN_Impuesto_a_las_plataformas_digitales_final_edPM.pdf

importantes desafíos que tendrían los gobiernos en materia de economía digital. En el 2015 ya recomendó opciones transitorias con respecto al gravamen de las transacciones digitales, aplicación de impuestos de igualación (impuesto que equipare a los proveedores nacionales y extranjeros cuando presten servicios similares). En 2018 elaboraron el “Interim Report on the Tax Challenges Arising from Digitalization” ante la irrupción de la economía digital y las arcaicas reglas tributarias en la materia que no han sido capaces de sobrellevar el escenario actual. En este reporte se buscó avanzar en la definición de cómo grabar los ingresos por los servicios digitales de toda índole, ya que muchos de los servicios prestados en un lugar, pagan impuestos en otro. Las multinacionales se han aprovechado bastante de esta situación generando grandes utilidades para las empresas, en desmedro de la recaudación fiscal.

La OCDE pretende generar conceptos claves para el sistema tributario internacional referente a la economía digital. Se propusieron abordar un programa de trabajo a largo plazo donde todos los países sean beneficiados. Los dos pilares fundamentales de esta propuesta son.

- “Definir si las obligaciones tributarias las tiene la compañía en donde tiene su sede o donde residen sus cliente o usuarios” (Test de presencia física)
- “Definir fórmula de reparto global de los beneficios generados por las multinacionales digitales sobre criterios predefinidos” (Ejemplo: Número de trabajadores, Nivel de ventas, etc.)

En estas definiciones, si bien no existe acuerdo entre los países, la principal propuesta apunta a un IVA bajo el principio de destino, es decir, que sea grabado en el lugar donde se consume finalmente, es decir, dentro del país donde finalmente se utiliza el servicio. Además, debe estar alineado con las obligaciones internacionales vigentes (Minimizar los impuestos, minimizar el impacto en pymes, minimizar el costo y la complejidad, etc.)

2.2.1.1 BEPS

La base de esta ley y la mayoría de los marcos regulatorios del mundo están en el Plan de Acción BEPS (*Base Erosion and Profit Shifting*), proyecto OCDE que pone en valor la importancia de la integración de las políticas fiscales internacionales. Las principales acciones que propone el Plan BEPS son los siguientes: (OCDE, 2014).³

1. Abordar los retos de la economía digital para la imposición.
2. Neutralizar los efectos de los instrumentos híbridos.

³OCDE. (2014). *Cómo abordar los desafíos fiscales de la economía Digital*. Ocde

3. Refuerzo de la normativa sobre la CFC.
4. Limitar la erosión de la base imponible por vía de deducciones en el interés y otros pagos financieros.
5. Combatir las prácticas tributarias perniciosas, teniendo en cuenta la transparencia y la sustancia.
6. Impedir la utilización abusiva de convenio.
8. Poner freno al traslado del beneficio mediante el movimiento de activos intangibles entre miembros del grupo.
9. Que una empresa del grupo acumule un capital que no sea parejo a su nivel de riesgo, por lo que será necesaria la adopción de una normativa especial de precios de transferencia.
10. Asegurar que los resultados de los precios de transferencia están en línea con la creación de valor.
11. Establecer metodologías para la recopilación y el análisis de datos sobre la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios, y sobre las acciones para enfrentarse a ella.
12. Exigir a los contribuyentes que revelen sus mecanismos de planificación fiscal agresiva.
13. Reexaminar la documentación sobre precios de transferencia.
14. Hacer más efectivos los mecanismos de resolución de controversias.
15. Desarrollar un instrumento multilateral.

2.2.2 Unión Europea

La zona EURO durante una reunión realizada el 21 de marzo de 2018 propuso un comité de expertos con el fin de aplicar un sistema común de impuestos para los servicios digitales. El sistema propuesto tiene los siguientes lineamientos.

1. “Las normas fiscales internacionales actuales de las empresas no se ajustan a la realidad de economía global y no capturan modelos de negocios que puedan obtener beneficios de los servicios digitales en un país sin estar físicamente presentes”.
2. “Las reglas fiscales actuales no reconocen las nuevas formas en que se generan las ganancias en el mundo digital, en particular el papel que los usuarios desempeñan en la generación de valor para las empresas digitales”.

3. Existe una desconexión, o “desajuste”, entre el lugar donde se crea el valor y el lugar donde se pagan los impuestos.

En base a estos lineamientos, la Unión Europea ha dispuesto aplicar impuestos corporativos para que las ganancias se registren y graven en los lugares donde se realiza el servicio.

Esta medida permitiría generar ingresos por impuestos en cada uno de los países donde se realiza el servicio. Incluso si la empresa no tiene presencia física ahí, esta medida garantizaría ingresos a las finanzas públicas de cada país, de la misma forma que las empresas tradicionales.

Se busca gravar con un 3% provisional sobre los ingresos a los siguientes servicios digitales.

1. Publicidad Online
2. Servicios de compra y venta (Mercado Libre, Uber, Airbnb, etc.).
3. Servicios digitales de transmisión de datos. (Streaming)

Un punto para considerar es que este impuesto se aplicará solo a empresas que ventas anuales entre 50 y 750 millones de euros, con el fin de proteger a los más pequeños.

Sería una medida provisional, mientras se toma la decisión final de cuál será la carga impositiva para estas empresas.

2.2.3 Experiencias en el mundo:

Algunos países han preferido, a la espera de un acuerdo mundial, medidas provisionales. La gran mayoría piensa que las empresas deben pagar sus impuestos en el lugar donde se realiza el servicio, ya que, en caso contrario, podría poner en entredicho, la equidad, sostenibilidad y aceptación del sistema.

Aunque muchas de estas acciones están descoordinadas, todas tienen el mismo fin, proteger la base impositiva de los países donde el servicio **se realiza o se consume**. La mayoría de estas acciones buscan que las empresas tengan en cuenta los ingresos por ventas, además del lugar de uso y consumo.

Por lo tanto, estas acciones (coordinadas) se pueden agrupar en los siguientes grupos.

1. Aplicaciones alternativas de establecimiento permanente. Para que la presencia física no sea un tema.
2. Retención de impuestos a las empresas en cuestión (Para lograr recaudación)
3. Impuestos sobre el volumen de negocios. (Tramos de impuestos)

4. Regímenes específicos dirigidos a grandes empresas multinacionales. (Depende del sector, se verá la forma en que se cobrarán los impuestos).

2.2.4 India:

Para dejar de considerar la presencia física como punto fundamental de los impuestos, se tomará el concepto de presencia económica significativa. Informe OCDE 2015.

“Se entenderá que una empresa dedicada a una actividad totalmente desmaterializada cuenta con una presencia económica significativa en un determinado país cuando, por ejemplo:

- Se firme a distancia un número significativo de contratos de suministro de bienes o servicios digitales totalmente desmaterializados entre la empresa y un cliente residente en ese país a efectos fiscales.
- Los bienes o servicios digitales de la empresa se utilicen o consuman, en gran medida, en dicho país.
- Los clientes situados en ese país efectúen pagos sustanciales en favor de la empresa como contraprestación por las obligaciones contractuales derivadas del suministro de bienes o servicios digitales en cuanto parte de la actividad principal de la empresa en cuestión.
- Una sucursal de la empresa ubicada en dicho país desarrolle actividades secundarias, como es el caso de funciones de asesoramiento y comercialización dirigidas a los clientes residentes del país en cuestión.”

También se buscará gravar según ingresos locales o número de usuarios locales, lo cual permitirá evaluar los beneficios que tenga la empresa sobre una base, independiente del nivel de presencia física de esa empresa en la jurisdicción fiscal.

Se aplica también una tasa variable sobre el volumen del negocio y específicamente según los ingresos de los servicios de publicidad en línea. Se considera la residencia de quien paga el servicio.

2.2.5 México:

Este país buscará que las plataformas retengan el impuesto a la renta y el IVA. Se aplicará retención entre un 3 % y un 9% lo cual dependerá de los ingresos del trabajador e IVA reducido del 8%.

2.2.6 Francia:

Implementó un impuesto sobre el volumen total de negocios, toma todas las transacciones en función de la ubicación de la audiencia pública o espectadores del streaming, lo mismo para las app de compras o de movilidad.

2.2.7 Italia:

Las empresas residentes y no residentes pagan un impuesto por el solo hecho de participar en el mercado del país. Además grava transacciones no digitales, las cuales no estaban capturadas

2.2.8 Noruega:

Es el país que comenzó con este tipo de recaudaciones, lo hizo de manera simplificada. Desde Julio de 2011, se está aplicando un impuesto del 25% que se caracteriza por ser un modelo de registro simplificado para operadores no residentes de servicios electrónicos.

Incluye todos los servicios, streaming, publicidad, aplicaciones de transporte, aplicaciones de reparto, etc.

2.2.9 Australia:

Comenzó en el año 2017, aplica un IVA del 10% a todos los servicios digitales de todos los servicios que no estén en el país, con ventas que superen los 55.000 dólares aproximadamente. El impuesto se aplica a todos los servicios digitales disponibles en la actualidad.

2.2.10 Nueva Zelanda:

En el 2016 se implementó un impuesto sobre el consumo de bienes y servicios a los proveedores de servicios electrónicos que no tienen residencia en Nueva Zelanda. Las empresas están obligadas a registrarse en el ente recaudador del país, y si sus ventas, en un año fiscal, superan los 45.000 dólares americanos aproximadamente, pagan impuestos. Las inscripciones se pueden enviar directamente a las autoridades, no se considera necesario abrir una filial en el país.

2.2.11 Reino unido:

Impuesto sobre las utilidades, se aplica un 25% de carga impositiva sobre las mismas.

En el futuro se busca introducir un impuesto sobre los servicios digitales que será aplicada sobre los ingresos en lugar de las utilidades, ya que, al realizarlo sobre los beneficios es muy difícil de fiscalizar si la empresa no esta en el territorio. La tasa es de un 2% a partir de abril del 2020. Gran Bretaña no se considera las ventas por internet para esta tasa impositiva, solo los servicios de streaming o intermediación de servicios tendrán que pagar este gravamen. Además, solo es aplicado a empresas que tienen ingresos superiores a 500 millones de libras.

2.2.12 Latinoamérica.

Algunos países están realizando la recaudación a través de las tarjetas de crédito, se genera un cobro adicional al usuario al momento de que el servicio es pagado. Estas tasas varían entre 19% y 20% respectivamente. Uruguay es quien a adoptado un modelo similar al chileno, ha aplicado una modalidad de registro simplificado de las empresas, lo que implica que deban presentar una declaración de IVA.

2.3 Aplicación de impuesto a las plataformas en Chile.

En un informe emitido por la Comisión nacional de productividad el año 2018 (CNP, 2018)⁴, sostiene que toda actividad económica en Chile debe pagar impuestos de primera categoría, para lo cual se requiere que la empresa deba tener establecimiento permanente en el país. Analizando este informe se puede ver que las empresas digitales que no están constituidas legalmente en el país no pueden pagar dicho impuesto y tampoco el impuesto adicional ni el IVA. Ante esto la Comisión nacional de Productividad recomendó aplicar el principio de “traslado del beneficio” mediante un “establecimiento permanente digital” (presencia económica con oficina digital) y otra forma para lograr generar estos cobros. Es decir, un registro simplificado de las empresas, con lo cual declaran IVA

La ley de modernización tributaria, incluyó la creación de un impuesto de servicios digitales con tasa correspondiente al 10% con cargo los usuarios. Posteriormente se modificó y fue propuesto que estos servicios pagaran IVA con tasa 19%, cuando el servicio sea utilizado en Chile o en el extranjero. (Bernal, 2019)

⁴ CNP, 2018.

2.4 LEY 21.210

La ley 21.210 promulgada el 13 de febrero de 2020 y publicada el 20 de febrero de 2020, será el marco legal de la investigación propuesta. Esta ley otorga todas las facultades necesarias para la recaudación de impuestos en la economía digital de Chile.

El Servicio de Impuestos internos con fecha 11 de junio de 2020 publicó la circular N°42, la cual imparte instrucciones sobre la tramitación y régimen de administración del IVA por servicios realizados por prestadores domiciliados o residentes en el extranjero. Esta circular analiza los detalles de la puesta en marcha de la ley.

Explica en detalle que los impuestos se recaudan en el territorio donde se realizó el servicio, de acuerdo al principio de destinación que la OCDE define para los miembros de la organización. Este documento también será analizado en profundidad para el desarrollo de esta investigación.

Otro documento a considerar es la resolución exenta de N° 77 del Servicio de Impuestos Internos, donde establece el procedimiento de pago de los impuestos para los no residentes en Chile, es aclaratoria en muchos aspectos que se detallaran en el análisis posterior.

Con respecto al detalle de la ley, los servicios digitales que son analizados y que estarán afectas a este impuesto son los siguientes.

- a. Intermediación de servicios prestados en Chile, cualquiera sea su naturaleza, o de ventas realizadas en Chile o en el extranjero, siempre y cuando estas den origen a una importación.
- b. El suministro o la entrega de contenido de entrenamiento digital, tal como videos, música, juegos u otros análogos, a través de descarga, streaming u otras tecnologías, incluyendo para estos efectos, textos, revistas, diarios y libros.
- c. Puesta a disposición de software, almacenamiento, plataformas o infraestructura informática.
- d. La publicidad, con independencia del soporte o medio a través del cual sea entregada, materializada o ejecutada.

El factor territorialidad, se presumirá como los servicios que son utilizados en Chile, si al momento de ser contratados o de pagarlos cumplen con lo siguiente.

- a. Dirección IP del dispositivo utilizado por el usuario u otro mecanismo de geolocalización indiquen que se encuentre en Chile.

- b. La tarjeta o medio de pago utilizado, sea registrado en Chile.

Conforme a lo anterior se agregará lo siguiente para los prestadores de servicios digitales.

- a. Podrán eximirse total o parcialmente de las obligaciones de efectuar la declaración de inicio de actividades, inscripción en el rol único tributario y declaración de término de giro o someterse a dicho trámite, pero de carácter simplificado.
- b. No tendrán derecho a crédito fiscal IVA.
- c. Estarán eximidos de emitir documentos tributarios por sus operaciones.
- d. Deberán pagar y declarar IVA correspondiente considerando los periodos tributarios que comprenderán 1 o 3 meses seguidos, a elección del contribuyente.

En la práctica, se creará un registro simplificado para el cumplimiento de las obligaciones de pago de IVA por plataformas extranjeras, manteniendo, el método de retención en base a la institución financiera.

Al gravar con IVA, la estimación de recaudación se estima en 251 millones de dólares al año. Correspondiendo al 0,1% del PIB. Durante los primeros 9 meses de funcionamiento la recaudación fue del orden de 190 millones de dólares (Congreso Nacional de Chile, 2021)

2.5 Análisis Circular N°42 del 11 de Junio de 2020.

Esta circular aclaratoria, está desarrollada en base a la ley 21.210.

La ley introduce cambios a la legislación tributaria, todas estas modificaciones están acorde los cambios que ha tenido la economía mundial, sobretodo con la pandemia que ha hecho cambiar muchos hábitos que como sociedad se tenían, el simple hecho de ir a comprar comida, ver películas, estudiar, etc. Ya están en el marco de la economía digital, por lo tanto era un paso absolutamente necesario.

Bajo esta lógica se introduce un nuevo hecho gravado especial y modificaciones en varios artículos de la LIVS (Ley de impuestos a la venta y servicios), todos estos cambios buscan regular la tributación y administración de Impuesto al Valor Agregado (IVA) que se aplicará a los prestadores de servicios que no están domiciliados en Chile, pero que realizan su operación en el país.

También incorpora a la LIR (Ley de Impuesto a la Renta) un nuevo artículo 59 bis m que exime de impuesto adicional los servicios ya grabados en el artículo 8 en los casos que se señalan en la LIVA.

Considerando los cambios que introduce la ley, la circular aclaratoria busca mostrar la forma que el SII fiscalizará a las empresas, en un lenguaje mucho más amigable que el texto de la ley.

2.5.1 CIRCULAR 42.

Consideraciones generales. (SII, IVA a los servicios digitales, 2021)

En general la ley busca simplificar la recaudación de estos nuevos impuestos surgidos de la economía digital, tomando en cuenta las experiencias extranjeras, que ya tomaron registros simplificados de las empresas que no están en el país o que no son residentes de los mismos. También en caso de ser necesario se harán aclaraciones con respecto al consumidor final. Donde están claros dos casos B2C; Business to Consumer (Mercado minorista) , B2B; Business to Business (Mercado Mayorista).

Servicios prestados desde el extranjero.

La ley introduce un nuevo hecho especial gravado donde agrega en el artículo 8º, el cual es aplicado a algunos servicios realizados por prestadores con residencia en Chile o en el extranjero los cuales sean o no prestados en el país.

Es necesario tener presente que lo agregado en el artículo, presume que los servicios son prestados en forma digital y son utilizados en territorio nacional.

Se entiende que los servicios son prestados en territorio nacional bajo los siguientes conceptos; Si al tiempo de contratar o realizar los pagos correspondientes al prestador del servicio el usuario está en Chile, si la actividad que genera el servicio se realiza en Chile, en ambos casos se grava con IVA. Desde el punto de vista usuario, si el servicio se usa en territorio nacional también se grava con IVA.

Si existía con anterioridad algún resquicio que los liberaba de IVA será objeto de análisis. Cabe señalar que este nuevo hecho gravado no tiene por finalidad gravar extraterritorialmente, solo buscó gravar servicios que sean prestados o utilizados en Chile.

Para los casos B2C y B2B tiene distintas formas de pago y declaración los cuales serán detallados más adelante.

En general, existirán dos tipos de prestadores, extranjeros y chilenos, los cuales su principal diferencia radica en el lugar de residencia.

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.

Inicialmente se grava con IVA los servicios remunerados de “intermediación” realizados por prestadores en el extranjero y prestados en Chile, dichos servicios análogos al corretaje, sin importar el medio por el cual se realicen.

Por otro lado, se aclara que estos servicios son realizados finalmente fuera del país por lo tanto están fuera del ámbito de territorialidad de LIVA.

Por lo tanto no se grava la comisión que la plataforma extranjera cobra, por la intermediación con desarrolladores extranjeros, solo se cobra IVA por el producto final utilizado y la importación correspondiente.

Si la intermediación se cobra por un prestador de servicios en Chile, ocurren las situaciones descritas en la ley, por lo tanto, este hecho estará gravado de igual forma y no corresponderá cobrar IVA. Lo anterior se observa en la ilustración 1.

Ilustración 1: Intermediación servicios financieros prestados en Chile.



Fuente: Circular 42 SII, Elaboración propia

Operaciones objeto de intermediación gravada

Servicios prestados en Chile Ejemplo arriendo alojamiento, AIRBNB.

En este caso, si se grava con IVA este servicio. Esta caso esta reflejado en la ilustración 2.

Ilustración 2: Intermediación servicios de alojamiento prestados en Chile



Fuente: Circular 42 SII, Elaboración Propia

Intermediación de ventas, ya sea que estas se realicen en el extranjero, siempre que estas últimas den origen a una importación.

Lo principal es la destinación, si la venta da origen a una importación se grava. El detalle de este tipo de intermediacion se observa en la ilustración 3.

Ilustración 3: Intermediación de ventas de productos en Chile



Fuente: Circular 42 SII, Elaboración Propia

Un ejemplo de este tipo de intermediación se puede observar en la ilustración 4.

Ilustración 4: Intermediación de ventas de servicios de Restaurant.



Fuente: Circular 42 SII, Elaboración Propia.

Si el repartidor paga comisión a la aplicación, también se graba con IVA, ya que se configura uno de los hechos gravados del artículo 8 letra n) de la LIVS.

Este hecho gravado se aplica igualmente tratándose de operaciones B2B, el prestador del servicio estará liberado de pagar IVA si el beneficiario del servicio le informe que es

contribuyente de IVA, y el mismo es el beneficiario del servicio, conforme a los dispuestos en el artículo 11 letra e) de la LIVS.

Plataformas De Suministro O La Entrega De Contenido De Entretenimiento Digital, Videos, Musica, Juegos U Otros, A Traves De Descarga, Streaming U Otra Tecnologia, Incluyendo , Textos, Diarios Y Revistas.

El entretenimiento digital se entiende como una forma de satisfacer necesidades de diversión y ocio, utilizando la combinación entres contenidos y dispositivos digitales, (Netflix, Amazon Prime, Spotify, etc.)

La ley es clara en este tema y define un listado taxativo para los mismos. Ya sea videos, música, juegos, además define la forma en que se encuentran, Video-juegos, mapping, hologramas, realidad virtual, realidad aumentada, etc.

Es importante señalar que se agregan expresamente los contenidos digitales como textos, revistas, diarios y libros.

Otro punto a considerar es que el suministro de estos contenidos puede ser a través de descarga, streaming u otra tecnología. Principalmente transmitido por internet.

Considerando las hipótesis que propone la ley debe cargarse de IVA a la remuneración obtenida por los servicios de entretenimientos, además de incluir los servicios de apuestas online. La legalidad o ilegalidad no le compete al SII.

Puesta A Disposicion De Software, Almacenamiento, Plataformas O Infraestructura Informatica.

El numeral 3 e la letra n) del artículo 8º de la LIVS señalan que todos estos servicios son gravados con IVA

(Google one, Dropbox, Icloud).

Considera las distintas formas de operar de estos servicios, principalmente existen tres tipos; SaaS (Software como servicio que funcionana en la nube), PaaS (Servicios de hosting para la utilización de plataformas), IaaS (Infraestructura de servicio) firewalls y servidores en el extranjero.

Publicidad, Con Dependencia Del Soporte O Medio A Traves Del Cual Sea Entregada O Materializada O Ejecutada.

El numeral 4 e la letra n) del artículo 8º de la LIVS, grava con IVA todos estos servicios Sin importar el medio en cuestión.

2.7.2 Territorialidad del Impuesto.

El artículo 5 inciso primero de la LIVS, deja claro que el impuesto de esa ley gravará los servicios prestados y los utilizados en el territorio nacional, si la remuneración se paga en Chile o en el extranjero.

En el segundo inciso, indica que el servicio se entenderá como prestado en Chile cuando la actividad que genera el servicio es desarrollada en el país, independientemente del lugar donde este se utilice.

Considerando ambos incisos del artículo 5, en cuanto a territorialidad, la aplicación del IVA tiene 2 visiones

- 1) Desde el punto de vista del prestador del servicio; si la actividad que genera el servicio se realiza en Chile, la prestación estará gravada con IVA.
- 2) Desde el punto de vista del usuario, se grava con IVA los servicios que se utilicen en el territorio nacional.

Para los servicios utilizados en el territorio nacional, pueden existir algunas discrepancias para definir si es utilizado o no en el país, para esto la ley expone 5 puntos de los cuales cumpliéndose 2, el servicio se considera prestado en el territorio.

Estos son:

- 1) Que la IP del dispositivo utilizado por el usuario u otros mecanismos de geolocalización indiquen que se encuentra en Chile
- 2) Que la tarjeta, cuenta corriente, o medio de pago, sea emitido o registrado en Chile.
- 3) Que el domicilio registrado, sea en Chile.
- 4) Que la tarjeta SIM de Teléfono Móvil mediante el cual se recibe el servicio tenga como código de país, +56 Chile.

También la ley establece la Ley es si ambos (prestador y usuario) del servicio son extranjeros, podría ser considerarse como un hecho no gravado, pero dichas situaciones deben ser analizadas al tiempo de contratar el servicio o cuando se realice el pago de los mismos.

En el caso de las aplicaciones de comida (Rappi, Uber eats), el usuario será el restaurant, no el consumidor final.

Devengo del impuesto

De acuerdo al artículo 9^a letra a) de la LIVS, la regla general del devengo, es que el IVA que grava las prestaciones de servicios se devengará en la fecha en que la remuneración se perciba o se ponga, en cualquier forma a disposición del prestador del servicio, en caso que no hubieren emitido facturas y boletas, según corresponda o no correspondiere emitirlas.

En términos prácticos no hay muchos cambios respecto a cómo funciona el Devengo de impuestos a para servicios en general.

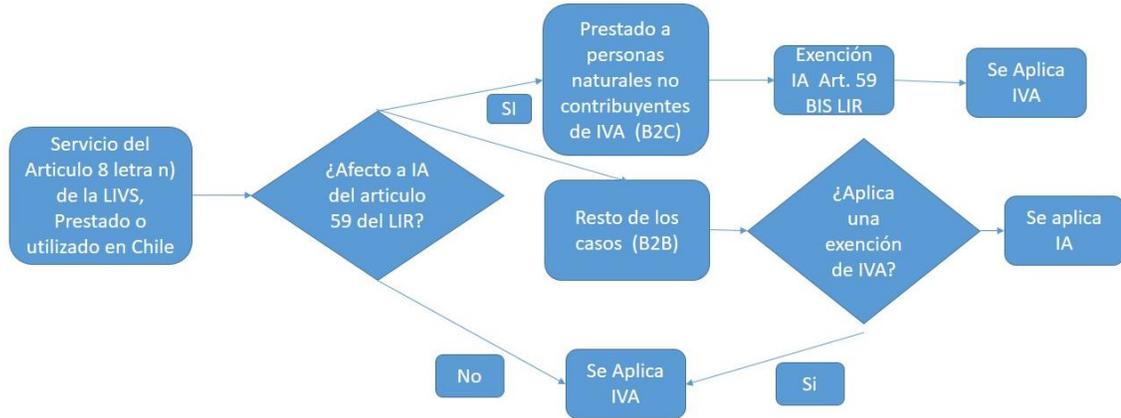
Responsable del pago del impuesto

El artículo 10^o inciso segundo de la LIVS, establece que el pago del impuesto corre por cuenta de quien presta el servicio.

En el caso de que exista un intermediario, (Mercado Libre, Alibaba, etc.) que recaude el total de del valor del servicio o producto, el intermediario debe retener y pagar el impuesto, en el caso que se cumplan las condiciones para que su servicio se encuentre gravado en Chile.

Cuadro Resumen de explicación de cómo y cuándo aplican IVA e IA de los hechos gravados del artículo 8^o lera n) de la LIVS.

Ilustración 5: Cuadro resumen IVA e IA



Fuente: Circular 42 SII, Elaboración Propia

En resumen, la mayoría de los servicios de intermediación, suministro y entrega de entretenimiento digital, software o plataformas, publicidad, en caso de ser utilizados por personas naturales, serán gravados con IVA, en el caso de contribuyentes de IVA y que no tenga alguna exención de IA, pagara IA correspondiente al 35%, pero son muy pocos casos.

Régimen simplificado para contribuyentes no domiciliados ni residentes en Chile.

Conforme al artículo 35 A, el régimen simplificado, puede ser aplicado a contribuyentes no domiciliados y no residentes en Chile, que presten servicios gravados conforme al artículo 8 letra n) de la LIVS, para ser utilizados por personas naturales que no son contribuyentes de los impuestos establecidos en la LEY.

En términos prácticos, es aplicable a todas las operaciones efectuadas con personas naturales y jurídicas que no tengan la calidad de contribuyentes de IVA.

Otro punto importante, es que los contribuyentes no domiciliados ni residentes en Chile se podrán aplicar todas las exenciones de IVA contempladas en la legislación.

Tampoco impide que los contribuyentes no domiciliados ni residentes en el país puedan inscribirse en el régimen general de IVA.

2.7.3 Ordinario N°642 del 9 de marzo de 2021.

Tratamiento tributario de los “influencers”

Se le consultó al SII sobre el tratamiento tributario de los influencers, fueron 4 puntos los consultados. (SII, Oficio Ordinario 642 , 2021)

- 1) ¿Estas actividades pueden ser realizadas por personas que tributen en segunda categoría o también puede ser realizada por personas jurídicas que tributen en primera categoría que contratan a personas para esta actividad?
- 2) ¿Frente a la LIVA, es un hecho gravado con IVA o Exento de este impuesto?
- 3) ¿Frente a la LIR, en qué categoría deben tributar?
- 4) ¿Qué tipo de documentos deben emitir los influencers una vez realizada la actividad?

La respuesta del servicio frente a estas preguntas fue la que se describe a continuación.

El servicio expuso que no compete al servicio determinar si esa actividad debe ser ejercida por personas naturales o jurídicas. Además considerando que la actividad es ejecutada fundamentalmente por personas naturales, sus servicios se clasifican en segunda categoría y exentos de IVA. El documento a emitir por los “influencer” es boleta de honorarios.⁵

⁵ <http://tributariaaldia.cl/wp-content/uploads/2021/03/Ord.-N%C2%B0-642-de-9.03.2021.pdf>

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación se realizara será del tipo descriptiva. El objetivo es describir la naturaleza de los datos a analizar, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre. (Question Pro, 2012)⁶

3.2 Hipótesis o Interrogantes

La hipótesis que se quiere constatar es: Esta ley logra hacerse cargo de todas las areas que actualmente afectan a la economía digital

La interrogante analizada en este estudio arrojará como respuesta como se afectan con impuesto en Chile las actividades derivadas de la economía digital.

3.3. Instrumentos y/o Técnicas.

Se realizará un análisis de la ley 21,210 y como el servicio de impuestos internos interpreta la aplicación de la misma a través de la circular 42. Una vez que estos análisis estén realizados, se propondrán mejoras.

Los datos analizados y la información obtenida, serán en base a las publicaciones que el mismo SII a publicado y diversos estudios que han sido encontrados en la red.

3.4. Aportes y Limitaciones

Los aportes que busca entregar este estudio van en concordancia con la ley, y los campos que aún no ha explorado la misma, la idea es traspasar esta investigación a un legislador para que se puedan hacer los cambios adecuados a la misma.

⁶ <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

4. Casos analizados

El junio del año 2018, el ministro de hacienda de la época Felipe Larraín anuncia el proyecto de ley, el que finalmente se transformó en la ley N°21.210, publicada en el diario oficial el 24 de febrero de 2020. (SII, Servicio Impuestos Internos, 2021)

Esta ley busca gravar el comercio digital en general, debido a la expansión y crecimiento acelerado, resulta primordial la correcta regulación de un mercado, que hasta la fecha no paga ningún tipo de impuesto.

Esta disposición legal pone a Chile a la vanguardia, en materia legislativa, en América Latina. Esto permitirá recaudar importantes recursos, además de sentar las bases para la tributación de este tipo de servicios que proyectan un rápido crecimiento.

4.1 Análisis de Datos.

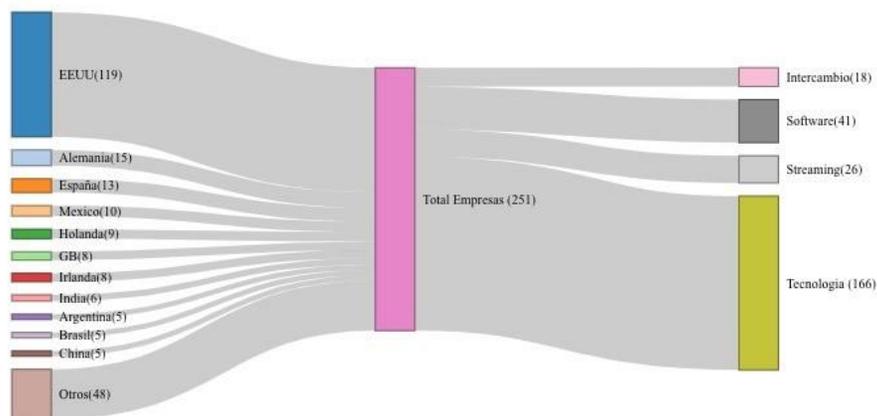
Se observan 251 empresas provenientes de 39 países. Un 48% de ellas con residencia en Estados Unidos. (VAT on Digital Service, 2020)

El detalle de esta información puede observarse en la ilustración 6

Estas empresas fueron clasificadas en 4 grandes grupos

- Intercambio; Corresponden a las empresas que apoyan el intercambio de algún tipo de servicios, por ejemplo, aplicaciones de comida (Rappi, Uber eats), aplicaciones de Movilidad (Uber, Didi, Cabify), Aplicaciones de hotelería (AirBNB), etc.
- Streaming, ya sea de audio o video que cobran por la membresía. (Netflix, Amazon Prime, Disney, Etc.)
- Software, Venta de software o reventa de software de otros desarrolladores.
- Tecnología; Empresas de desarrollo de plataformas, Hosting, servicios en la Nube, y de redes sociales (publicidad).

Ilustración 6 : Detalle empresas, país de residencia y tipo.



Fuente: SII, Elaboración Propia.

El Servicio publicó el 23 de Junio de 2021, un balance de los primeros 9 meses de puesta en marcha de esta ley. La recaudación en el periodo Junio 2020 a Marzo 2021 fue de \$153.093.536.727. Haciendo un paralelo con la región, El presupuesto que tienen el ministerio de Obras Públicas Durante el año 2021 es de \$128.000.000.000 CLP .Sin duda es un monto importante, ya que permitirá ir en apoyo a la recaudación tan necesaria en estos tiempos. Sin embargo, si comparamos con la recaudación vía IVA normal solo el primer trimestre 2021 fue de \$2.500.000.000.000. 2,5 Billones de pesos.

También fue publicado el ranking de las 10 empresas que más pagaron este nuevo ítem de recaudación en el periodo en cuestión. Las empresas son las siguientes:

- Google.

Los ingresos de Google están asociados principalmente a la publicidad online, Rubro que en el país, solo en 2020 movió más de \$164.000.000.000 CLP.

- Netflix

La cantidad cuentas de esta plataforma en Latinoamérica es de más de 33.000.000 de suscripciones el año 2020, en Chile es la plataforma que mayor cantidad de usuarios tiene.

- Apple

Los ingresos de Apple en el país son por servicios de Icloud, Streaming (cuarta en el mercado), software y reventa de apps por Apple store.

- Sony

El play store de Play Station, es quien genera la mayor cantidad de ingresos vía membresías.

- Facebook

Principalmente por uso de Facebook, instagram, Whatsapp, etc. Ligados a la publicidad online.

- Spotify

Streaming de Audio, más utilizado en Chile, se estima que tienen más de 1 millón de cuentas Premium activas.

- Microsoft

Venta de software, sistemas operáticos, herramientas de ofimática, membresías de sus consolas Xbox.

- Amazon

Principalmente por las ventas de su plataforma de intercambio, plataformas de Streaming, etc.

- Valve

Venta de juegos, Software y membresías.

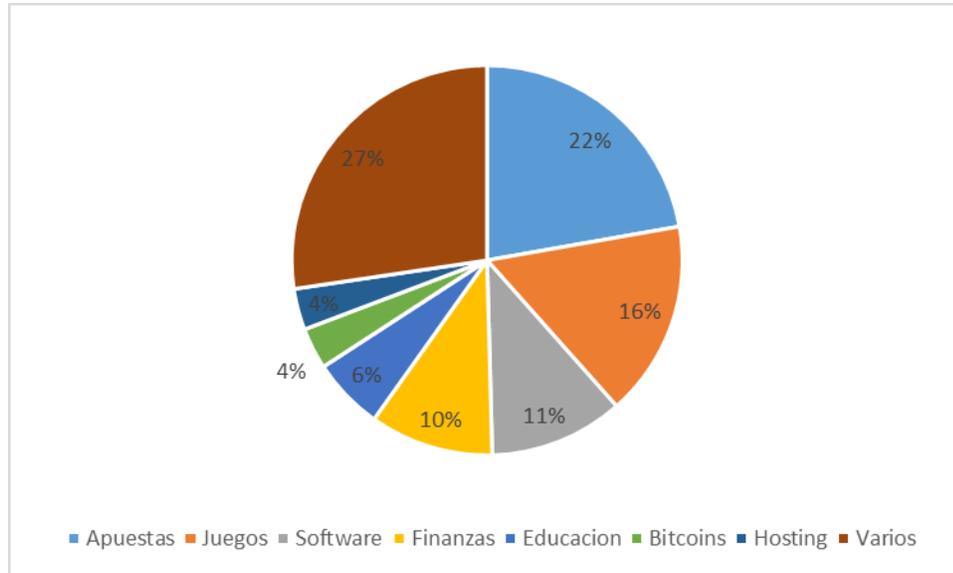
- MSLI

Venta de software, principalmente licencias.

4.2 Empresas No Registradas.

El servicio también publica periódicamente una lista de las empresas internacionales que tienen algún tipo de interacción y podrían estar sujetos a los alcances de la ley, pero no están registrados en este régimen simplificado. El detalle de este análisis puede observarse en la ilustración 7.

Ilustración 7: Rubro empresas no registradas.



Fuente: SII, Elaboración propia.

Si bien es sabido que la mayoría de estas empresas se dedican al rubro tecnológico, también resulta complejo poder determinar efectivamente en qué área se desempeñan, puesto que muchas no generan registros. Como por ejemplo aquellas dedicadas a las apuestas, juegos que por su nivel de ventas no se registran, software (APPS) con bajo flujo y empresas que se dedican intercambio de Criptomonedas.

El detalle y participación es el siguiente.

Después de revisar las empresas y los rubros, se observan 3 actividades no contempladas en la Ley, pudiendo generar una mayor recaudación.

- Sitios de apuestas ubicados en paraísos fiscales:
- Traders de Criptomonedas.
- Sitios de donación, (Patreon, only fans, etc.)

Estos casos serán revisados más adelante.

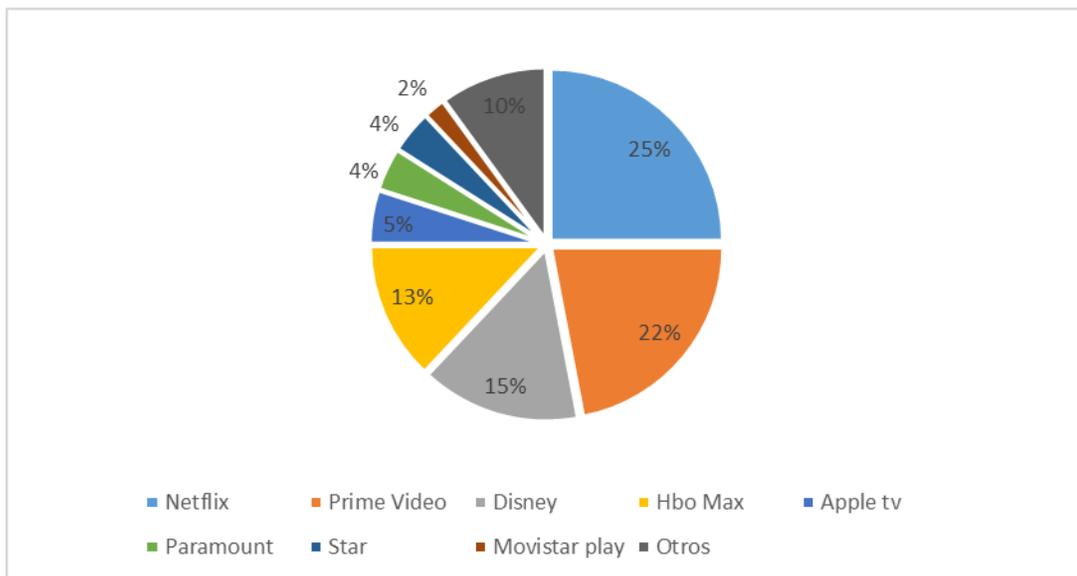
4.3 Comportamiento Del Mercado Con La Nueva Ley

Con el objeto de realizar una proyección, de cuánto se podría recaudar en el futuro con este importante cambio en la ley de LIVS, en el presente trabajo, se realizó un análisis de varios mercados que se vieron impactados con la aplicación de la Ley.

Mercado de los Streaming

Según información obtenida de Justwatch.tv (Justwatch, s.f.), empresa que analiza el comportamiento del mercado de los streaming de los varios países del mundo, ha dado a conocer los datos relacionados a Chile, dando a conocer lo siguiente: (Ramirez, 2021)

Ilustración 8: Participación en el mercado



Fuente: Justwatch.tv Elaboración propia

Si bien hay otras empresas que han realizado estudios de uso de plataformas de streaming, Won 2020, Jelly 2020 y Smart Clip 2021 (SmartClip, 2021), Donde Netflix es la plataforma que más prefieren los Chilenos, esto no se traduce en cuentas contratadas, según lo que Justwatch informa. Según la información obtenida de Statatic.de de un estudio de la cantidad de cuentas en Latinoamérica, estiman que en Chile, hay aproximadamente 4.000.000 de usuarios de cualquier cuenta de streaming.

Ahora bien, si analizamos cuánto se recaudaría mensualmente, considerando los valores del servicio de cada streamer en base al IVA, los resultados serían:

Tabla 1: Recaudación mensual estimada por Streaming.

Streaming	Participación	Valores Standard	IVA	Recaudación mensual
Netflix	25%	\$5.900	\$1.121	\$1.121.000.000
Prime Video	22%	\$4.165	\$791	\$696.388.000
Disney	15%	\$6.500	\$1.235	\$741.000.000
Hbo Max	13%	\$3.250	\$618	\$321.100.000
Apple tv	5%	\$3.500	\$665	\$133.000.000
Paramount	4%	\$3.500	\$665	\$106.400.000
Star	4%	\$8.900	\$1.691	\$270.560.000
Movistar play	2%	\$11.900	\$2.261	\$180.880.000
Otros	10%	\$5.000	\$950	\$380.000.000

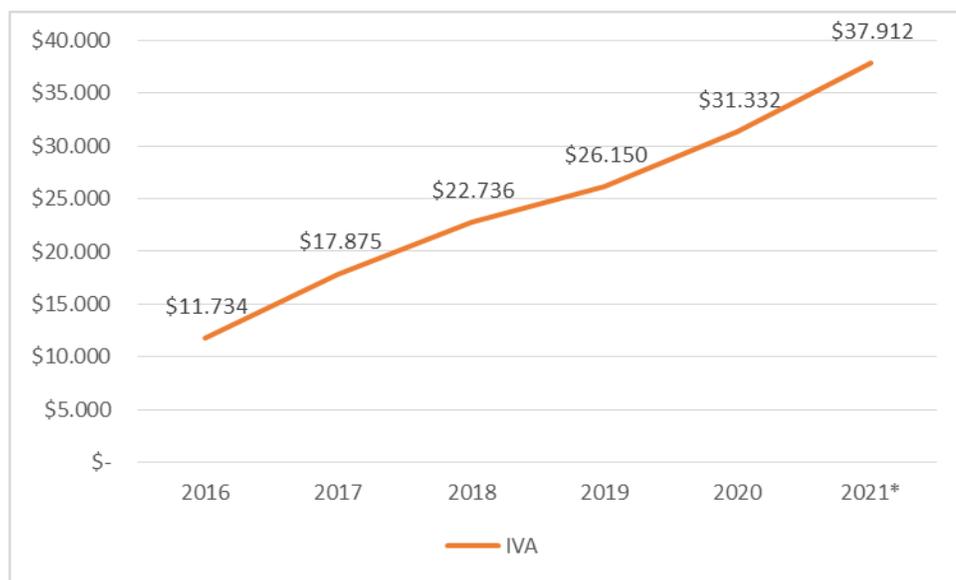
Recaudando aproximadamente \$4.000.000.000, por concepto de Iva de los Streamers.(
Estimacion Propia).

4.4 Publicidad Online en Chile.

Según un estudio encargado por Achap, en el año 2020 donde analizaron toda la inversión en publicidad en el país para el periodo 2016 a 2021* proyectado, Los datos arrojan un crecimiento sostenido de esta forma de hacer publicidad, los medios tradicionales año a año han perdido la fuerza durante los últimos años. Con respecto a la publicidad online los principales proveedores son: Google (Adwords, Adsense y videos de YouTube), Facebook que su principal atributo es la segmentación, llegar directo al cliente que quiero llegar (Instagram, Whatsapp Bussness). (Achap, 2020)⁷

La recaudación anual estimada por concepto IVA en MM\$ se puede observar en la siguiente ilustración.

Ilustración 9: Recaudación por publicidad online.



Fuente: Elaboración propia.

⁷ Achap. (2020). *Estudio Publicidad Online*. Santiago: Achap.

4.5 Influencers (Laboral, 2021)

En la actualidad y para que no quedar atrás de las tendencias mundiales, un Influencer se puede definir como una persona natural en la que se centralizan campañas publicitarias, teniendo un importante número de seguidores fidelizados, por lo tanto, el mensaje que quieren enviar las empresas llega de manera mucho más directa que los canales tradicionales.

Dentro del conjunto de influencers ingresan principalmente: Instagramers, Youtubers, Tiktokers, Streamers y e-sporters.

- Instagramers; Principalmente fotos, videos de estilo de vida.
- Youtubers, Suben videos a la plataforma, YouTube donde muestran videos principalmente editados.
- Tiktokers: Crecimiento explosivo de esta plataforma está radicado en su algoritmo, los videos que suben los influencers tienen un mayor alcance.
- Streamers: principalmente hacen transmisiones online de diferentes tipos de actividades, mostrando cotidianidades o bien, sugerencias de entretenimiento, salud, u otros.
- E-sporters: Profesionales de los video juegos.

En el país, en la plataforma instagram según el sitio web ⁸ starngage.com existen más de 100 personas que tienen más de 1 millón de seguidores, los cuales sin duda son un canal publicitario valido para las empresas, las cuales ya están invirtiendo en ellos.

⁸ <https://starngage.com/app/global/influencer/ranking>

Tabla 2: Top 10 en Chile.

Top 10	Seguidores Millones
Arturo Vidal	16,2
Alexis Sánchez	10,8
Ignacia Hernández	8,6
Myke	7,5
Fernanda	6,9
Claudio Bravo	6,5
Brytiago	5,3
Los Og	4,5
Paloma Mami	4,2
Darkiel	3,8

Esencialmente son deportistas y artistas urbanos los que cuentan con la mayor cantidad de seguidores.

Como en su mayoría, estos influencers realizan los servicios publicitarios orientados a los seguidores Chilenos, el Oficio ordinario 642 del 9 de Marzo de 2021 es muy claro.

La actividad de una persona natural como Influencer, quedara afecto a Impuesto a la Renta, por la retribución en dinero o en especies que reciba a cambio de publicidad por los bienes y servicios que el mismo publicita. Estos serán exentos de IVA y deberá emitir una Boleta de Honorarios por los bienes y servicios obtenidos a cambio los servicios como retribución, o el monto en dinero percibido en pago según corresponda.

Esta forma de recaudar estos servicios puede ser un poco engorrosa y puede prestarse para muchas ilegalidades, quizás la mejor forma de hacer la recaudación, es haciendo una tributación simplificada muy similar a lo que ocurre con los impuestos orientados a la publicidad a las redes sociales, Facebook por ejemplo, los cuales están afectos a IVA.

Los influencers podrían tributar en primera categoría, ya que en muy corto plazo pasaran a ser un nuevo medio publicitario, similar a los que fue un diario o una revista en el pasado.

4.6 Casinos Online

En el análisis de las empresas extranjeras que no estaban en el registro del servicio de impuestos internos. El rubro que más destaca son los sitios de apuestas y casinos online. Si bien la mayoría tienen su domicilio tributario en paraísos fiscales, es muy probable que estos servicios también entren en el marco de la Ley analizada en este estudio.

Está claro que la mayoría de los impuestos a las ganancias de casinos online recae en los operadores (tributan en el país de origen), pero hay muchas dudas sobre la tributación de los jugadores, especialmente ligado a las ganancias de los mismos. (SII, Preguntas SII, 2021)

Actualmente, para jugar en casinos online o sitios de apuestas no se debe pagar ningún tipo de impuesto.

Internacionalmente la legislación permite cargar fondos y apostar, en los casinos licenciados adecuadamente. En el caso de perder, no hay muchos problemas, pero en el caso de ganar, el tema es un poco más difuso.

4.6.1 Tributación de casinos online en Chile

En el caso de Chile; es posible solicitar las ganancias obtenidas en estas empresas sin pagar comisiones ni impuestos directos.

En una pregunta realizada al servicio de impuestos internos;⁹

Cito textual la respuesta.

“Los premios en dinero ganados en casinos internacionales son considerados una renta afecta a Impuesto de Primera Categoría y a los Impuestos Global Complementario o Adicional, por clasificarse en el Artículo 20 N° 5 de la Ley sobre Impuesto a la Renta,¹⁰ al no existir ninguna disposición legal que le dé algún tratamiento específico a este incremento de patrimonio.”

Por lo tanto, según la respuesta del servicio deja explícito que existe un vacío que se debe considerar.

Dentro de la investigación se buscaron referencias en el extranjero.

⁹ https://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/renta/001_002_4697.htm

¹⁰ [Ley sobre Impuesto a la Renta,](#)

4.6.2 Impuestos a ganancias en Europa y Estados Unidos

En ambos países tienen impuestos que pueden llegar a ser de hasta un 24%, sobre las ganancias, tasa que puede subir en el caso que el usuario no pague a tiempo.

Estados Unidos al ser federado, Cada estado define cuanto y como pagarán los usuarios, pero las tasas varían entre el 15% y 24%.

Actualmente, según datos de Statmach.de se estima que en Chile, los jugadores de casinos online mueven alrededor de 100 millones de dólares al año, sin considerar las ganancias, es solo la inversión.

Es conveniente regular este asunto, gravando la inversión y estableciendo una tasa sobre las ganancias, menor al resto del mundo, ya que parte de este cobro, también estará reflejado en la inversión en el mismo.

4.7 CriptoMonedas. (Infogate.cl, s.f.)

La legislación chilena en el artículo 39 de ley 18.840, La ley orgánica constitucional del Banco Central de Chile, dice que las operaciones de intercambio no están afectas a IVA, ya que no se considera una venta propiamente tal, es solo un intercambio.

Actualmente en Chile el intercambio de Criptomonedas no está Afectas a IVA aun cuando no es considerada por la normativa chilena como una moneda legal o divisa.

En los casos donde las Criptomonedas tienen alguna carga impositiva son los siguientes.

- En el caso que el contribuyente sea una persona natural, ira al IGC o Adicional.
- En el caso de ser contribuyente de primera categoría dependerá del caso en cuestión.

El SII se pronunció al respecto en el oficio 963 de 2021 donde explica claramente que no se debe pagar impuestos en el caso que ser tenedores o almacenar las mismas, solo se deberá pagar impuestos en el caso de que se tenga alguna utilidad por la venta de los instrumentos, todo esto en el caso de que el contribuyente no esté en los tramos exentos.

En septiembre del presente año, el ejecutivo introdujo un proyecto de ley, donde busca que las criptomonedas sean instrumentos financieros que puedan ser regulados por la CMF, además que el banco central pueda emitir estos instrumentos de manera oficial, desde el punto de vista de la tributación, será como cualquier instrumento financiero actualmente transado en el mercado chileno.

4.8 Sitios de Sponsors directos.

Los sitios de donación directa a los generadores de contenidos, como por ejemplo; Patreon u Onlyfans.

En estos casos, la empresa cobra un delta a los dueños de las cuentas, por tanto al ser los usuarios unos intermediarios, serían sujetos de la ley y por ende, las comisiones pactadas, se encontrarían afectas a IVA.

El caso complicado es de los usuarios que suben contenidos a estas plataformas, el tratamiento que tiene actualmente es muy similar al que tienen los influencers.

El tratamiento que se propone es similar al de los influencers, la recaudación puede ser mucho más rápida y mucho más controlada si estos contribuyentes pueden tributar en primera categoría, ya que hay más regulaciones al respecto.

5 Conclusiones y Recomendaciones

Luego de realizar el análisis a la ley 21.210 publicada el 20 de febrero de 2020, donde la interpretación del SII de la misma está hecha en la circular 42 de fecha 11 de junio de 2020 se puede concluir lo siguiente.

Desde la promulgación de la ley hasta hoy, se podría decir que ha sido un éxito. Muchas empresas extranjeras se han acogido a la tributación simplificada, y además, algunas se han establecido en Chile para estos fines, Disney+, Amazon son algunos de estos casos.

Las plataformas publicitarias (Google y Facebook), las empresas desarrolladoras de software, revendedores, apps de intercambio, se han acogido de manera rápida y han cumplido con la tributación a cabalidad. Muestra de esto es la recaudación obtenida en los primeros 9 meses de funcionamiento, cuyo monto supera los 150.000 millones de pesos, muy similar al gasto anual en obras públicas de la región del Maule.

Cualquier tipo de recaudación para el Estado implica aumento de recursos para invertir en proyectos que apunten al desarrollo transversal, al poseer mayores ingresos, resulta a su vez beneficioso no sólo para el gobierno de turno, sino que además para toda la ciudadanía.

Si comparamos lo recaudado por impuestos digitales, con la recaudación IVA en el país, cuyo monto es cercano a 2.5 Billones de pesos en el primer trimestre, pasa a ser un monto poco significativo para la recaudación nacional.

Si bien la ley se hace cargo de muchas áreas de negocio, hay varios ítems que aún están en una nebulosa, por ejemplo Influencers y Sitios de sponsors donde el servicio dice que al ser personas naturales deben emitir boletas y declarar en segunda categoría, lo cual desde el punto de vista de la fiscalización puede ser más engorroso. Si los influencers tributaran en primera categoría a partir de una EIRL o lo que ellos definan, podría hacer más efectiva la revisión de antecedentes.

Hasta el momento no hay regulación alguna para los Casinos Online, aun no se presenta por parte del ejecutivo un proyecto de ley para hacerse cargo de este tema. Es necesario regular este tipo de empresas. La propuesta que se realizó en el estudio es: cobrar IVA por los montos invertidos en la empresa en cuestión y una tasa de 15% sobre las ganancias obtenidas.

Actualmente la legislación vigente no regula la utilización de Criptomonedas, debido a que considera que no posee las características propias de una moneda u otro medio de transacción. Sin embargo, el poder legislativo anuncio en el sitio df.cl el día 21 de noviembre de 2021 indicó que se encuentra trabajando en un marco regulatorio para esta categoría. Hay mucho por desarrollar, estudiar y analizar, sin embargo el país se ha estado haciendo cargo de un proceso inherente de globalización e inversión de nuevas y mejores tecnologías y medios digitales. Las nueva forma de vivir y convivir, serán un desafío contante de adaptación para los marcos regulatorios y las legislaciones tributarias.

6 Bibliografía

- Achap. (2020). *Estudio Publicidad Online*. Santiago: Achap.
- Bernal, N. G. (Agosto de 2019). *Biblioteca del Congreso*. Obtenido de Biblioteca del Congreso: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27629/1/BCN___Impu esto_a las_plataformas_digita les_final_edPM.pdf
- Congreso Nacional de Chile. (20 de febrero de 2021). Ley 21210. *Ley Impuestos digitales*. Valparaiso, Chile: Diario Oficial.
- Infogate.cl. (s.f.). Obtenido de <https://www.infogate.cl/2021/01/30/cual-es-la-regulacion-actual-de-los-juegos-de-azar-y-casino-en-linea-en-chile-y-otros-paises-de-latinoamerica-2/>
- Justwatch. (s.f.). Obtenido de <https://www.justwatch.com/cl>
- Laboral, T. (Agosto de 2021). *Tributario Laboral.cl*. Obtenido de <https://www.tributariolaboral.cl/610/w3-article-152131.html>
- OCDE. (2014). *Cómo abordar los desafíos fiscales de la economía Digital*. Ocde.
- Ramirez, M. j. (27 de Agosto de 2021). *Marketing 4 Ecommerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.cl/chile-online-67-de-los-jovenes-entre-21-y-40-anos-usa-internet-para-ver-contenido-de-streaming-wom/>
- SII. (2021). *Empresas No registradas*. Obtenido de https://www.sii.cl/vat/neni_eng.html
- SII. (2021). *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*. Santiago: SII.
- SII. (Junio de 2021). *IVA a los servicios digitales*. Obtenido de <https://www.sii.cl/noticias/2021/230621noti01er.htm>
- SII. (9 de Marzo de 2021). Oficio Ordinario 642 . *Tratamiento Tributario de los Influencers*. Stgo, Chile: SII.
- SII. (9 de Septiembre de 2021). *Preguntas SII*. Obtenido de https://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/renta/001_002_4697.htm
- SII. (Junio de 2021). *Servicio Impuestos Internos*. Obtenido de <https://www.sii.cl/noticias/2021/230621noti01er.htm>
- SmartClip. (2021). *Perfil De Audiencias*. Santiago.
- VAT on Digital Service. (2020). Obtenido de https://www.sii.cl/vat/dwn_eng.html

7 ANEXOS

Empresas registradas SII, país y tipo.

N	ID	Nombre	Tipo	País	Detalle
1	593066002	2MARKET INFORMATION INC.	Tecnología	EEUU	Sistemas
2	593013103	ACORN MEDIA GROUP, INC.	Streaming	GB	Series UK
3	592937204	ACQUIRE TECHNOLOGY SOLUTIONS PTY LTD	Software	Australia	Big Data
4	592243105	ACTIVECAMPAIGN, LLC	Tecnología	EEUU	Publicidad
5	592928205	ACTIVISION BLIZZARD INTERNATIONAL BV	Software	EEUU	Juegos
6	592925605	ADOBE SYSTEMS SOFTWARE IRELAND LTD	Software	EEUU	Ofimática
7	592945800	AG TECHNOLOGIES, C.A	Tecnología	India	Plataformas
8	592927705	AIRBNB IRELAND UNLIMITED COMPANY	Intercambio	Irlanda	Hospedaje
9	593025403	ALFASYS INFORMATICA LTDA	Software	Brasil	Reseller
10	592961105	ALTIGI GMBH	Software	Alemania	juegos
11	592975300	AMAZON ADVERTISING LLC	Tecnología	EEUU	Publicidad
12	592929805	AMAZON JAPAN G.K.	Intercambio	EEUU	Ventas
13	592929902	AMAZON SERVICES EUROPE S.A.R.L.	Intercambio	EEUU	Ventas
14	592929708	AMAZON SERVICES INTERNATIONAL, INC.	Intercambio	EEUU	Ventas
15	592929309	AMAZON WEB SERVICES, INC.	Intercambio	EEUU	Ventas
16	592924307	AMAZON.COM SERVICES, LLC	Intercambio	EEUU	Ventas
17	592922606	APPLE SERVICES LATAM LLC	Software	EEUU	Apps
18	593072800	ASPIRO AB	Streaming	Noruega	Música
19	593036901	ASSERTIVA S.A.	Tecnología	Argentina	Cyberseguridad
20	592996804	ASYLUM MARKETING LLC	Tecnología	EEUU	Publicidad
21	593082202	ATLASSIAN PTY LTD	Tecnología	EEUU	Plataformas
22	592927101	AUDIBLE GMBH	Streaming	Alemania	Audiolibros
23	592929201	AUDIBLE LIMITED	Streaming	Alemania	Audiolibros
24	592929406	AUDIBLE, INC.	Streaming	Alemania	Audiolibros
25	59292790K	AUTOMATTIC INC.	Tecnología	EEUU	Desarrollo web
26	593045005	AVANAN, INC.	Tecnología	EEUU	Desarrollo web
27	59295740K	AVANGATE BV	Software	Nueva Zelanda	Antivirus
28	593050606	AXESNET S.A.S BIC	Software	Colombia	Desarrollo web
29	592960206	AXON TRAINING S.A:	Software	Argentina	Educación
30	593083209	AXON TRAINING S.A:	Software	Argentina	Educación
31	592974908	BE2 SARL	Intercambio	Luxemburgo	Citas
32	592927500	BITRIX, INC.	Tecnología	EEUU	Plataformas
33	592942909	BLOOMBERG FINANCE LP	Tecnología	EEUU	Información
34	593013707	BLOOMBERG LP	Tecnología	EEUU	Información
35	593072606	BLUEKANGO	Tecnología	Francia	Plataformas
36	592924501	BOLD LLC	Tecnología	EEUU	Publicidad

37	592925303	BOOKING.COM BV	Intercambio	Holanda	Hospedaje
38	59300600K	BRIGHT MARKET LLC	Tecnología	EEUU	Ventas
39	593017109	BROCK SOLUTIONS INC	Tecnología	Canadá	Desarrollo empresas
40	592990601	BROWSERSTACK INC	Tecnología	India	Desarrollo empresas
41	592980703	BULB QUALITY SUPPORT B.V.	Tecnología	Holanda	Logística
42	592241307	BYTRO LABS GMBH	Software	Alemania	Juegos
43	593073904	CAE EXPERT LLC	Software	Austria	Desarrollo
44	593061701	CGTRADER UAB	Tecnología	Ucrania	Plataforma diseño 3d
45	592930005	CHECKLIST FACIL SISTEMA LTDA	Software	Brasil	Logística
46	593039803	CHRONICLE LLC	Software	EEUU	Seguridad
47	593018407	CIPSOFT GMBH	Software	Alemania	Juegos
48	592930102	CLEVERBRIDGE AG	Tecnología	Alemania	Reventa de software
49	592982501	CLIENTIFY, S.L.	Tecnología	España	Plataformas MKT
50	593038203	COGNEX CORPORATION	Tecnología	EEUU	Ventas
51	593084809	COMMERCE LAYER INC.	Tecnología	GB	Ventas
52	592939606	CONTENTSTUFF SERVIÇOS DE INTERNET LTDA	Tecnología	Brasil	Empresas
53	593076008	CONVENE SOCIEDAD LIMITADA (CONVENE S.L)	Tecnología	España	Desarrollo
54	592973707	COPYWRITING DE OTRA GALAXIA S.L.	Tecnología	España	Seguimiento CM
55	592925508	COURSERA, INC.	Tecnología	EEUU	Cursos online
56	593081702	DEEPL GMBH	Tecnología	Alemania	Traducción
57	593052001	DEWESOFT D.O.O.	Tecnología	Eslovenia	Big Data
58	592934205	DICOMSMART MEDICAL SYSTEMS	Software	EEUU	Salud
59	592240009	DIDI MOBILITY INFORMATION TECHNOLOGY PTE.	Intercambio	China	Movilidad
60	59301200K	DIDI TAXI PTE. LTD.	Intercambio	China	Movilidad
61	59292580K	DIGITAL RIVER GMBH	Tecnología	EEUU	Big Data
62	592924102	DIGITAL RIVER IRELAND LIMITED	Tecnología	EEUU	Big Data
63	592240505	DIGITALOCEAN, LLC	Tecnología	EEUU	Cloud
64	593087204	DIGITEX SERVICIOS BPO&O	Tecnología	Colombia	Telefonía virtual
65	592995204	DISCORD, INC.	Tecnología	EEUU	Comunicación
66	59294300K	DOCTORALIA INTERNET, S.L.	Tecnología	España	Salud
67	59224120K	DOG PRODUCTIONS LTD.	Software	Malta	Juegos
68	592959607	DOMESTIKA INC	Tecnología	EEUU	Arte
69	592934108	DOT HOTELS LLC	Intercambio	EEUU	Hospedaje
70	593010201	DOT WORKERS LLC	Intercambio	EEUU	Hospedaje
71	592940108	DROPBOX INTERNATIONAL UNLIMITED COMPANY	Tecnología	EEUU	Cloud
72	592991802	DYSOPSIS LIMITED	Tecnología	EEUU	Finanzas
73	592924005	DYSOPSIS OÜ	Tecnología	EEUU	Finanzas
74	593001601	EA SWISS SARL	Software	Suiza	Juegos
75	593089606	EBSCO INTERNATIONAL	Tecnología	EEUU	Bibliotecas
76	593035301	EDITIONS ENI	Tecnología	Francia	Libros

77	592952203	EDITORIAL TIRANT LO BLANCH SL	Tecnología	España	Libros
78	592945703	EL ULTIMO GEEK SA DE CV	Tecnología	México	Desarrollo
79	592936402	ENFRAGEN LLC	Tecnología	Colombia	Desarrollo energético
80	593019004	EPIC GAMES INTERNATIONAL SARL, BERTRANGE, ROOT BRANCH	Software	Alemania	Juegos
81	592968304	EREPUBLIK LABS. LIMITED	Software	Irlanda	Juegos
82	592959402	ETSY, INC.	Intercambio	EEUU	Ventas
83	593041409	EXPENSIFY, INC.	Tecnología	EEUU	Finanzas
84	59295950K	EY GLOBAL SERVICES LIMITED	Tecnología	EEUU	Consultoría
85	592940205	EZVIZ INC	Tecnología	EEUU	Seguridad Hogar
86	592927802	FACEBOOK IRELAND LIMITED	Tecnología	EEUU	Publicidad Online
87	592240106	FACEBOOK PAYMENTS INTERNATIONAL LIMITED	Tecnología	EEUU	Publicidad Online
88	592240203	FACEBOOK TECHNOLOGIES IRELAND LIMITED	Tecnología	EEUU	Publicidad Online
89	592977109	FENIX INTERNATIONAL LIMITED	Tecnología	GB	Energía solar
90	593030008	FIS CAPITAL MARKETS US LLC	Tecnología	EEUU	Finanzas
91	592928302	FREELANCER INTERNATIONAL PTY LTD	Tecnología	Australia	Plataforma Trabajo
92	593080900	FREEPIK COMPANY SL	Tecnología	España	Imágenes y apoyos Gráficos
93	593032906	FUNIMATION GLOBAL GROUP, LLC	Streaming	EEUU	Anime
94	592979209	FUTMARKET N.V.	Tecnología	GB	Apuestas
95	592965100	GAMEFORGE 4D GMBH	Software	Alemania	Juegos
96	593024806	GAV SISTEMAS	Tecnología	México	Empresas
97	593057402	GDC DIFUSION CIENTIFICA SA DE CV	Tecnología	México	Educación
98	593011100	GET ON BOARD HOLDING CORP	Tecnología	Chile	apoyo a empresas
99	592930404	GIGHUB, INC.	Tecnología	EE.UU.	cloud
100	593008908	GLOBAL RATE SET SYSTEMS LTD	Tecnología	Republica checa	Finanzas
101	592959801	GODADDY MEDIA TEMPLE, INC.	Tecnología	EEUU	Cloud
102	592959704	GODADDY.COM, LLC.	Tecnología	EEUU	Cloud
103	592926407	GOG SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	Tecnología	Polonia	Venta juegos
104	592240807	GOOGLE LLC	Tecnología	EEUU	Publicidad Online
105	592240602	GROUNDSPK, INC.	Tecnología	EEUU	Servicios Outdoor
106	59293440K	GYMPASS US, LLC	Tecnología	EEUU	Servicios de GYM
107	592925206	HABITISSIMO S.L	Tecnología	España	Arquitectura
108	592945606	HBO DIGITAL LATIN AMERICA, LLC	Streaming	EEUU	Serías y películas
109	593050505	HIGH MORALE DEVELOPMENTS LIMITED	Tecnología	China	Apps
110	592954907	HOTJAR LIMITED	Tecnología	EEUU	Siguiente Web
111	593048705	HOTMART B.V	Tecnología	Brasil	Seguimiento mkt
112	592930501	HUAWEI SERVICES (HONG KONG) CO., LIMITED	Tecnología	China	Apps
113	592996308	HUBSPOT, INC.	Tecnología	EEUU	Seguimiento BIG Data
114	592926903	HUMBLE BUNDLE INC.	Tecnología	EEUU	Venta juegos
115	592943301	HUMOR RAINBOW INC	Tecnología	EEUU	Comunicación
116	592929503	IMDB.COM, INC.	Tecnología	EEUU	Big Data Cine

117	592926806	INNOGAMES GMBH	Software	Alemania	Juegos
118	592932105	INNOVA CO SARL	Software	Luxemburgo	Juegos
119	593085309	INNOVATIVE INTERFACES INCORPORATED	Tecnología	EEUU	Gestión bibliotecas
120	59302380K	INTELISOFT WS LLC	Software	Perú	Desarrollo empresas
121	592976609	INTERDATE SA	Tecnología	EEUU	Seguimiento negocios
122	59295480K	INTIME DESARROLLOS INFORMATICOS SL	Tecnología	España	desarrollo icloud
123	593024105	ITE SOLUCIONES SA DE CV	Tecnología	México	RRHH
124	593049000	IVAN CAVERO REDONDO	Tecnología	España	Educación
125	592937301	IWS INTERNATIONAL WEB SERVICES	Tecnología	España	Logística
126	592948702	JOHN WILEY & SONS, INC.	Tecnología	EEUU	Educación
127	59298220K	KIZEO SAS	Tecnología	Francia	Empresas
128	59305070K	KREATORHOOD LTD	Tecnología	GB	Software
129	592995603	LA EMPRESA MAIL TRACK S.L	Tecnología	España	Comunicación
130	593027007	LABWARE LATIN AMERICA INC	Software	Argentina	Laboratorio
131	593055604	LASTPASS IRELAND LIMITED	Tecnología	Irlanda	cloud pass
132	592960109	LATAM STREAMCO INC.	Streaming	EEUU	Directv
133	592937506	LEADUCATE SA	Tecnología	Argentina	Educación
134	592999900	LEVEL UP! INTERACTIVE LTDA	Software	EEUU	Videojuegos
135	592969505	LEXUM INFORMATIQUE JURIDIQUE INC.	Tecnología	Francia	Bibliotecas
136	592925400	LINKEDIN IRELAND UNLIMITED COMPANYY	Tecnología	Irlanda	Publicidad
137	592939908	LOGMEIN IRELAND LIMITED	Tecnología	Irlanda	Apoyo tecnológico
138	593049205	MAILBLAST S.A. DE C.V.	Tecnología	México	Mailing
139	593037908	MARIA DEL MAR ROBERT ROMERO	Software	México	Religión
140	592939509	MASSIVE MEDIA MATCH NV	Tecnología	Bélgica	Publicidad
141	592943204	MATCH GROUP LLC	Tecnología	EEUU	Tecnológica
142	592945509	MATCH.COM LATAM LIMITED	Tecnología	EEUU	Noviazgo
143	592925907	MCAFEE LLC	Software	EEUU	Antivirus
144	593048500	MEISTERLABS GMBH	Tecnología	Alemania	Desarrollo
145	592926709	MICROSOFT CORPORATION	Software	EE.UU.	SO
146	59296810K	MILVUS INOVACOES EM SOFTWARE LTDA - EPP	Tecnología	Brasil	Desarrollo
147	592943107	MINTTAK LLC	Tecnología	EEUU	Desarrollo
148	592995409	MOCO STUDIOS PRIVATE LIMITED	Tecnología	India	Diseño arquitectura
149	593028003	MODYO BV	Tecnología	Holanda	Big data
150	592926504	MSLI LATAM, INC.	Intercambio	México	Reventa de software
151	593045609	MTV NETWORKS LATIN AMERICA INC.	Streaming	EEUU	MTV
152	592930307	MYHERITAGE LTD.	Tecnología	Israel	App árbol genealógico
153	592934507	MZ CONSULT NY LLC	Tecnología	EEUU	Finanzas
154	593019306	NASDAQ TECHNOLOGY AB	Tecnología	EEUU	Finanzas
155	592240408	NBA PROPERTIES, INC.	Streaming	EEUU	NBA BASQUEBALL
156	592971208	NETFLIX, INC.	Streaming	EEUU	Películas

157	592934000	NEXWAY SAS	Software	EEUU	Reventa de software
158	592931508	NILTASOFT LIMITED	Tecnología	Chipre	desarrollo
159	592932202	NINTENDO OF AMERICA INC	Tecnología	EEUU	Reventa de software
160	593085708	NOOM, INC.	Tecnología	EEUU	Alimentación saludable
161	593030709	NORDVPN S.A.	Tecnología	Panamá	VPN
162	592961202	NORTONLIFELOCK INC.	Software	EEUU	Antivirus
163	593037703	ODOO INC.	Tecnología	EEUU	CRM
164	592939800	OVERTIER OPERATIONS	Tecnología	Islas Caimán	Finanzas
165	592945401	PADDLE PAYMENTS LIMITED	Tecnología	GB	SaaS
166	592943409	PADDLE.COM MARKET LTD	Tecnología	GB	SaaS
167	593082504	PATREON, INC	Tecnología	EEUU	micromesasngo
168	59299190K	PAYPRO EUROPE LIMITED	Tecnología	Canadá	SaaS
169	592991500	PAYPRO GLOBAL, INC.	Tecnología	Canadá	SaaS
170	592992000	PAYPRO U.S. INC.	Tecnología	Canadá	SaaS
171	593022102	PIPEDRIVE OÜ	Tecnología	Estonia	CRM
172	592241501	PIPEFY INC	Tecnología	EEUU	CRM
173	592931702	PRICEWATERHOUSECOOPERS SERVICES B.V.	Tecnología	Holanda	Finanzas
174	592931907	PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE INC. (PMI)	Tecnología	India	Emprendimiento
175	593085805	PROQUEST LATAM S DE RL DE CV	Tecnología	México	Finanzas
176	59303920K	PROQUEST LLC	Tecnología	México	Finanzas
177	593031608	PROXIMA BETA PTE. LIMITED	Software	EEUU	Apps
178	593021505	PTM EDV SYSTEME GMBH	Tecnología	Austria	Desarrollo IT
179	592923807	PUBLICACIONES DIGITALES SAS	Tecnología	Colombia	Libros
180	592931605	PWC BUSINESS SOLUTIONS B.V.	Tecnología	Japón	Desarrollo
181	593007006	QUERYLOOP INC.	Tecnología	EEUU	Venta libros
182	592922401	RASIER OPERATIONS BV	Intercambio	Holanda	Uber
183	593007308	READSPEAKER WEBSERVICES SL	Tecnología	España	Venta de varios
184	593007103	RIOT GAMES, INC.	Software	EEUU	Juegos
185	592940302	ROKU, INC.	Streaming	EEUU	Video y media
186	592241900	SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD	Tecnología	Japón	Cloud
187	592995506	SANDBOX INTERACTIVE GMBH	Software	Alemania	Juegos
188	592966506	SCRIBD, INC.	Tecnología	EEUU	Compartir documentos
189	592973405	SHUTTERSTOCK INC.	Tecnología	EEUU	Repositorio fotografías
190	593020401	SHUTTERSTOCK IRELAND LTD	Tecnología	EEUU	Repositorio fotografías
191	592988305	SKED24 LLC	Tecnología	Rumania	Salud
192	59299710K	SLACK TECHNOLOGIES LIMITED	Software	Irlanda	SO
193	592955008	SOCIAL ONLINE PAYMENTS LIMITED	Tecnología	Irlanda	Redes sociales
194	592945908	SOFTLAYER DUTCH HOLDINGS B.V.	Software	Holanda	Reventa de software
195	592924609	SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT LLC	Tecnología	EEUU	Juegos
196	592921405	SPOTIFY AB	Streaming	Dinamarca	Música

197	592963604	STALEX DIGITAL SERVICES	Tecnología	Holanda	Desarrollo
198	593056201	STARZPLAY DIRECT US, LLC	Streaming	EEUU	Películas
199	593003604	STREAMRAY INC.	Streaming	Holanda	Adultos
200	593039005	SURFSHARK B.V.	Tecnología	EEUU	VPN
201	592952106	SURVEYMONKEY EUROPE UC	Tecnología	Irlanda	Encuestas online
202	593085406	SYMPPLICITY CORPORATION	Tecnología	EEUU	Comunicación
203	593039102	TEACHABLE INC	Tecnología	EEUU	Educación
204	592968703	TEAMVIEWER GERMANY GMBH	Tecnología	Alemania	Comunicación
205	59294880K	TECNOLINK S.A.	Tecnología	Uruguay	Reventa de software
206	592931400	TENEDORA DE CINES SA DE CV	Streaming	México	CINE
207	593068404	TERANDES SOCIEDAD ANONIMA	Intercambio	Perú	Viajes
208	593037002	TERAVISTA TECHNOLOGIES SL	Tecnología	España	Desarrollo
209	593065308	THATCLOUD LLC	Tecnología	EEUU	Cloud
210	593018903	THE BIKINI BODY TRAINING COMPANY PTY LTD	Tecnología	Australia	App fitness
211	593069508	THE CONSTANT COMPANY, LLC	Tecnología	EEUU	Servers
212	592948605	THE ECONOMIST NEWSPAPER NA, INC.	Tecnología	EEUU	Diarios y revistas
213	592952408	THE ROCKET SCIENCE GROUP, LLC	Tecnología	EEUU	Mailing
214	59301990K	THEMA AMERICA INC	Streaming	EEUU	Canales de tv
215	59302590K	TICKETPLATE LLC	Tecnología	Panamá	Venta de Tickets
216	593055000	TOOLS SAC	Tecnología	Perú	Emprendimiento
217	593001709	TRAINA INTERACTIVE CORP.	Tecnología	EEUU	Comercio electrónico
218	592977508	TRAVIAN GAMES GMBH	Software	Alemania	Juegos
219	593005402	TRUALIA GLOBAL CLASSIFIEDS OOD	Tecnología	Bulgaria	Viajes
220	59302010K	TWENTY ONE PILOTS, LLC	Streaming	EEUU	Sello discográfico
221	593088200	TWHICH	Streaming	EEUU	Streaming de video
222	592929600	TWITCH INTERACTIVE, INC.	Streaming	EEUU	Streaming de video
223	592923904	UBER PORTIER BV	Intercambio	Holanda	Reparto comida
224	592922703	UDEMY INC	Tecnología	EEUU	Educación
225	59303190K	UPTODATE INC	Tecnología	EEUU	Salud
226	59294040K	VALVE CORPORATION	Software	EEUU	Juegos
227	593013200	VARIOUS, INC.	Tecnología	EEUU	Red Social
228	592937603	VERBOLIA SPRL	Tecnología	EEUU	marketing
229	593009203	VIKI INC	Streaming	Japón	Series Japonesas asiáticas
230	592934302	VIMEO INC.	Streaming	EEUU	Videos Varios
231	593014606	VIRTUNET LLC	Tecnología	EEUU	VM
232	592982803	VTIGER SYSTEMS INDIA PRIVATE LIMITED	Tecnología	India	CRM
233	593033201	WAHOO FITNESS L.L.C.	Tecnología	EEUU	Spinning
234	593037509	WARNER MEDIA DIRECT LATAM LLC	Streaming	EEUU	Series
235	592964805	WEBSYDIAN A/S	Tecnología	Dinamarca	Logística
236	592959909	WILD WEST DOMAINS, LLC.	Tecnología	EEUU	Dominios

237	592997401	WISDOM WAY DEVELOPMENT LIMITED	Software	China	Apps
238	592980304	WIX.COM LTD	Tecnología	EEUU	apps Web
239	592942801	WIZARD OF WEB LTD	Tecnología	GB	Web diseño
240	592932504	WOLFRAM ALPHA LLC	Tecnología	EEUU	Educación
241	592932407	WOLFRAM RESEARCH INC.	Tecnología	EEUU	Educación
242	592984709	WOOCOMMERCE INC.	Tecnología	EE.UU.	Comercio electrónico
243	592928000	WWE NETWORK, LLC	Streaming	EEUU	Lucha libre
244	593023400	X5 SOLUÇÕES TECNOLOGICAS LTDA	Tecnología	EEUU	Redes
245	592921103	XSOLLA (USA) INC	Software	EEUU	Juegos
246	59305280K	YANKA INDUSTRIES, INC.	Tecnología	EEUU	Educación
247	593062309	YNOOX	Intercambio	Italia	Venta ropa
248	592946009	ZAPPING TV INC	Streaming	Chile	Canales de tv
249	592937700	ZOHO CORPORATION PTE	Tecnología	India	Desarrollo software
250	59293020K	ZOOM VIDEO COMMUNICATIONS, INC.	Streaming	EEUU	Video para reuniones
251	59303870K	ZWIFT, INC.	Software	EEUU	Spinning

Empresas No Registradas

Numero	Nombre	Tipo
1	BET365 / Bet365 Group Ltd	Apuestas
2	STARS / Stars Group Inc	Apuestas
3	SHOPIFY.COM / Shopify	Compras
4	BAYTREE LTD / Jackpot City	Apuestas
5	ELECTRAWORKS / Bwin / Party Casino	Apuestas
6	BETWAY / Betway	Apuestas
7	VGLOBAL DSL / 888Casino	Apuestas
8	ATLASSIAN / Atlassian	Apuestas
9	NIANTIC INC / Pokemon Go	Juegos
10	MOON ACTIVE	Software
11	GVC SERVICES LIMITED / Entain Partners	Bitcoins
12	BETSSON.COM / Betsson	Apuestas
13	EX_BROKERIQ / IQOPTION / TradeCore	Apuestas
14	CANVA / Canva	Ofimática
15	ROBLOX / Roblox	Juegos
16	PATREON / Patreon	Red social
17	THELOTTER / TheLotter	Apuestas
18	EAE ONLINE / EAE Business School	Educación
19	DIGIMEDIA LIMITED / EuroPalace Casino	Apuestas
20	MDPI AG / Multidisciplinary Digital Publishing Institute	Educación
21	SUPERCELL	Juegos
22	ESHOP WORLD / eShopWorld	Ventas
23	US PHARMACOPEIAL CONV / U.S. Pharmacopeial	Farmacias
24	KALE ANDERS / Coaching Kale Anders	Educación
25	IMARKETSLIVE / IM Academy	Educación
26	HOSTGATOR / HostGator	Hosting
27	PLAYRIX GAMES	Juegos
28	MONGODBCLOUD / MongoDB Cloud	Cloud
29	TITAN 3PL / Titan 3PL	Juegos
30	STAYCOOL / CoolBet	Apuestas
31	PT ENTERTAINMENT SERVICES / TitanBet.co.uk	Apuestas
32	SASCHA FITNESS / Sascha Fitness	Software
33	HEROKU / Heroku	Juegos
34	CODIGOPETACCIA / Codice Petaccia	Software
35	CPANEL INC / cPanel	Software

36	ENEBA.COM / Eneba.com	Juegos
37	REBTEL / Rebtel.com	Apuestas
38	ESET LLC / ESET	Antivirus
39	WONDERSHARE / Wondershare	Software
40	INVERSOR GLOBAL / Inversor Global	Bitcoins
41	FRESHWORKS INC / FreshWorks	Software
42	LINODE LLC / Linode	Cloud
43	KING.COM / Candy Crush	Juegos
44	IGG MOBILEGAME	Juegos
45	YOOZOO / YOOZOO Games	Juegos
46	TSG GWS GERMANY GMBH / XBGlobal.com	Software
47	CRUNCHYROLL / CrunchyRoll	Streaming
48	GRAMMARLY / Grammarly	Educación
49	STARKEY LABS INC / Starkey Hearing Technologies	Salud
50	EXPRESSVPN.COM / ExpressVPN	Software
51	SPORTINGBET / SportingBet	Apuestas
52	FRONTIERS MEDIA SA / Frontiers Media	Editor
53	JUSTANSWER / JustAnswer	Servicios
54	WORDPRESS / WordPress	Web
55	ZECURE GAMING LIMIT / Guts Casino	Apuestas
56	DDITSERVICES.COM / Duodecad IT Services	Software
57	WHITE HAT GAMING LTD / 21Casino	Apuestas
58	SENDINBLUE / Sendinblue	CRM
59	UPWORK / UpWork	CRM
60	SQUARESPACE INC / Squarespace	Hosting
61	RACKSPACE GMBH / RackSpace	Hosting
62	INTERCOM.IO / Intercom (Business Messenger)	Tecnología
63	ZAPIER.COM / Zapier	Tecnología
64	LIVEU / LiveU	Apuestas
65	ELSEVIER / Elsevier	Hosting
66	ZUMBA.COM / Zumba.com	Fitness
67	GEOCELU.COM / Geocelu.com	GPS
68	MOONFROG LABS / Moonfrog Labs	Juegos
69	YOUNGJOY / YoungJoy	Belleza
70	PEARSON VUE / Pearson Virtual University Enterprises	Software
71	ECHST.NET / ECHST	Software
72	IQOPTION.COM / IQ Option	Bitcoins
73	CGCH CONCEPTS GRO / Global Strategic Marketing	Mrketing
74	NETMARBLE	Apuestas

75	KONAMI / Konami	Juegos
76	LILITH MOBI	Libros
77	DIGICERT INC / DigiCert	Software
78	DIANDIAN / DianDian	Apuestas
79	SWAG MASHA	Juegos
80	TOEFL SERVICES / TOEFL Services	Educación
81	KINGSGROUP	Apuestas
82	PITNEYBOWES / Pitney Bowes	Logística
83	LONG TECH	Juegos
84	LIME / Lime	Software
85	MELESTA GAMES	Juegos
86	TEA EDICIONES S A / TEA Ediciones	Libros
87	YOUR AUSSIE LIFE PTY L / Your Aussie Life	Trabajo
88	PHANTOM EFX	Efectos
89	TRAVELCLICK INC / TravelClick	Viajes
90	QINT / QINT.COM	Donaciones
91	PLUS500.COM / Plus500	Apuestas
92	REVOLUT / Revolut	Apuestas
93	24OPTION.COM / 24Option	Apuestas
94	SCHOLASTIC EDUCATION / Scholastic Education	Educación
95	TOP GAMES INC / Top Games	Apuestas
96	KLAB INC / Klab	Juegos
97	KABAM GAMES	Juegos
98	GRAVITY INT	Juegos
99	SQUARE ENIX / Square Enix	Juegos
100	COINBASE / Coinbase	Apuestas
101	TRIPADVISOR.COM / TripAdvisor	Viajes
102	CRYPTO.COM / Crypto.com	Bitcoins
103	UPHOLD.COM / Uphold.com	Bitcoins
104	GLOBAL.ITRADER / Global.ITRADER	Bitcoins
105	HOLCOMB FINANCE LIMITED / LIBERTEX / Libertex	Bitcoins
106	IC MARKETS / IC Markets	Bitcoins
107	2INVEST.COM / 2Invest	Bitcoins
108	ISTOCK.COM / IStock	Banco fotos
109	WWW.ONTEGA.COM / Ontega	Bitcoins
110	CEX.IO / Cex.IO	Bitcoins
111	XTB / XTB.COM	Bitcoins
112	BINANCE BUY CRYPTO / BINANCE.COM	Bitcoins
113	HOO / HOO.COM	Bitcoins
114	DOMINION FUND MANAGEMENT / Dominion Funds	Bitcoins

115	LIBERTEX.ORG / Libertex	Bitcoins
116	FUTBOL CLUB BARCELONA / Futbol Club Barcelona	Futbol
117	VIAGOGO / ViaGOGO	Tickets

Lista de Influencers

Top 10	Seguidores Millones
Arturo Vidal	16,2
Alexis Sanchez	10,8
Ignacia Hernandez	8,6
Myke	7,5
Fernanda	6,9
Claudio Bravo	6,5
Brytiago	5,3
Los Og	4,5
Paloma Mami	4,2
Darkiel	3,8
Darell	3,5
Francisco Saavedra	3,4
Mon laferte	3,3
Nio Gracia	2,8
Ignacia Michelson	2,7
Gala Caldirola	2,6
Pamela Diaz	2,5
Karol Lucero	2,5
Max Valenzuela	2,4
Joaquín Mendez	2,2
Camila Recabarren	2,2
El meo palo	2,1
Los mágicos	2,1
Lisandra silva	2
Eduardo Vargas	1,9
Claudia	1,9
Conchetuchile	1,8
Jhe Nuñez	1,8
Kel Calderón	1,8
Káiser	1,7

Jaidefinition	1,6
Diana Bolocco	1,6
Jose viñuela	1,6
Eladio Carrión	1,6
Kendo Kaponi	1,5
Selección de chile	1,5
Geri Hoops	1,5
Jorge Zabaleta	1,5
Maria Jose Quintanilla	1,5
Tu problemática	1,5
Piola Memes	1,5
Fran Undurraga	1,5
Pablo chile	1,4
Tatti Fernandez	1,4
Itay	1,4
Maura Rivera	1,4
Teorema	1,4
Nicole luli	1,4
Tonka	1,4
Disischile	1,3
Lucila Vit	1,3
Augusto Schuster	1,3
Michelle Carvalho	1,2
Barbie rican	1,2