

## Compromiso organizacional y bienestar laboral para la empresa segura y saludable en época de COVID-19

**Pérez-Rendón; Lizbeth**

Tecnológico Nacional de México/ITS Purísima del Rincón  
*Lizbeth.pr@purisima.tecnm.mx*

### Resumen

La pandemia de COVID-19 ha puesto en una situación crítica a las empresas y su capital humano, que implica hacer cambios y establecer empresas seguras y saludables. Este artículo tiene por objetivo determinar si las condiciones laborales, el compromiso organizacional, y bienestar laboral, influyen para ser una empresa segura y saludable en la industria del calzado en México, desde la perspectiva del capital humano, sobre una

muestra de 49 colaboradores. Se realizaron análisis descriptivo, factorial exploratorio, correlacional y de regresión lineal múltiple. Los resultados determinan que el personal está ligeramente en desacuerdo que su empresa no es segura y saludable y que son regulares sus condiciones laborales. Estableciendo que hay evidencia estadística suficiente para aceptar el modelo econométrico propuesto.

**Palabras clave:** COVID-19, Empresa segura y saludable, compromiso organizacional, bienestar laboral, condiciones laborales en tiempo de pandemia.

**JEL:** JEL: J28, M12

## Tax Treatment of Digital Platforms in Mexico and their behavior in times of COVID 19

The COVID-19 pandemic has put companies and their human capital in a critical situation, which involves making changes and establishing safe and healthy companies. This article aims to determine if working conditions, organizational commitment, and job well-being influence to be a safe and healthy company in the footwear industry in Mexico, from the perspective of human

capital, on a sample of 49 employees. Descriptive, exploratory factorial, correlational and multiple linear regression analyzes were performed. The results determine that staff slightly disagree that their company is not safe and healthy and that their working conditions are fair. Establishing that there is sufficient statistical evidence to accept the proposed econometric model.

**Palabras clave:** COVID-19, Safe and healthy company, organizational commitment, labor well-being, working conditions in times of pandemic..

**JEL:** JEL: J28, M12

## 1. Introducción

La pandemia de Covid 19 sorprendió al mundo en los primeros meses del año 2020; el confinamiento, el trabajo en casa, la educación a distancia, el comercio, las relaciones humanas cambiaron, un ejemplo de adaptación es el comercio electrónico (e-commerce) que en México ha cerrado 2020 con su mayor e histórico valor de mercado de 316,000 millones de pesos, un importante aumento del 81% con respecto al 2019 (AMVO, 2021:1), antes de la pandemia ya tenía una representación importante “en 2019 se informaba que 7.68 mil millones de dólares se generaban en México por viajes incluyendo alojamiento, 4.52 mil millones por moda y belleza, 5.89 mil millones por medios electrónicos, 1.93 millones por comida y cuidado personal 3.02 mil millones por mobiliario y electrodomésticos” (Alvino,2021).

Es en el año 2015 que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) manifestó su preocupación por la erosión fiscal de las grandes corporaciones tecnológicas y se elabora el PLAN “Base Erosion and Profit Shifting” (BEPS) que contiene 15 Acciones, las cuales incorporan estándares internacionales y recomendaciones a seguir por los países en el que un grupo de expertos estableció principios fiscales aplicables al comercio electrónico, entre ellos el Principio de Neutralidad, que se basa en el principio de equidad “tratar igual a los iguales y desigual a los desiguales” entre las distintas formas de comercio electrónico contra el convencional o tradicional.

A decir de Faúndez, Vidal, Olguín & Molina (2021) la conferencia de Ottawa de 1998 promueve la neutralidad y equidad que como ya se ha mencionado busca un trato similar entre el comercio convencional y el electrónico, sin embargo, para el señalado autor no precisa igualdad en la carga impositiva ya que el tratamiento tributario asimétrico en las operaciones de la economía digital resulta indispensable para evitar distorsiones entre los distintos agentes económicos.

Por lo indicado en los párrafos anteriores la OCDE emitió las “Reglas Modelo” para que las plataformas digitales presenten informes sobre aquellos usuarios que generan

ingresos a través de éstas. “Se requiere que las plataformas digitales obtengan la información de los ingresos obtenidos por quienes ofrecen alojamiento, transporte y servicios personales a través de ellas, e informen a la autoridad fiscal” (PRODECOM, 2020), se refiere a plataformas como Uber Eats, Cabify, Airbnb, Mercado Libre y similares, las cuales se prestan para que usuarios renten diferentes servicios a través de ellas y generen ingresos, por ello la pregunta de investigación se plantea de la siguiente forma: ¿La entrada en vigor del nuevo esquema de tributación por servicios digitales en México influye en la recaudación de ISR e IVA?.

Fue el 1 de junio de 2020 que entró en vigor el nuevo esquema de tributación por el que las empresas extranjeras que prestan servicios digitales a usuarios en México por medio de aplicaciones, están obligadas al pago del Impuesto Sobre la Renta e Impuesto al Valor Agregado (IVA) por sus servicios.

De igual forma, si las plataformas tecnológicas nacionales o extranjeras, además de prestar servicios digitales prestan servicios de intermediación, tienen la obligación de retener tanto el Impuesto sobre la Renta (ISR) como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) a las personas físicas que enajenen bienes o presten servicios incluidos los servicios de hospedaje, así como enterar estas retenciones al Sistema de Administración Tributaria (SAT, 2020).

Frente al panorama planteado el objetivo general del presente documento es realizar un análisis de la tributación de las plataformas digitales en México.

### **Hipótesis de investigación:**

México tendrá un aumento en la recaudación del Impuesto Sobre la Renta e Impuesto al Valor Agregado a partir de la entrada en vigor del nuevo esquema de tributación por servicios digitales.

Toda vez que las empresas aceptan la carga fiscal de ISR que antes no pagaban así como el control administrativo del IVA que cobran por la prestación directa de servicios digitales y por las retenciones de los servicios de intermediación.

## **2. Comercio Electrónico**

Oropeza (2018) afirma que existen dos elementos esenciales del comercio electrónico: el uso de la tecnología y el intercambio comercial. Por lo que para tener una teoría jurídica del mismo es importante distinguir entre el comercio tradicional y el comercio electrónico, esto es importante porque todo acto de comercio constituye un acto jurídico que tiene elementos de existencia y elementos de validez; respecto de los primeros debe existir: consentimiento (expreso o tácito) y objeto (física y jurídicamente posible), de los elementos de validez debe tener forma, capacidad, objeto motivo o fin lícito, ausencia de vicios de la voluntad (error, dolo, mala fe, lesión). Lo que se modifica en el comercio electrónico es el uso de la tecnología para realizar el acto jurídico.

La primera vez que se reguló el comercio electrónico en México fue el 29 de mayo de 2000, con la publicación en el Diario Oficial de la Federación de reformas a algunos ordenamientos que tuvieron como objetivo regularizar la celebración de contratos por medios electrónicos y su fundamento jurídico fue la Ley Modelo del Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Mercantil Internacional y se modificaron el Código de Comercio, el Código Civil, el Código Federal de Procedimientos Civiles, la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como el Código Penal Federal. (Cámara de Diputados, 2019:1)

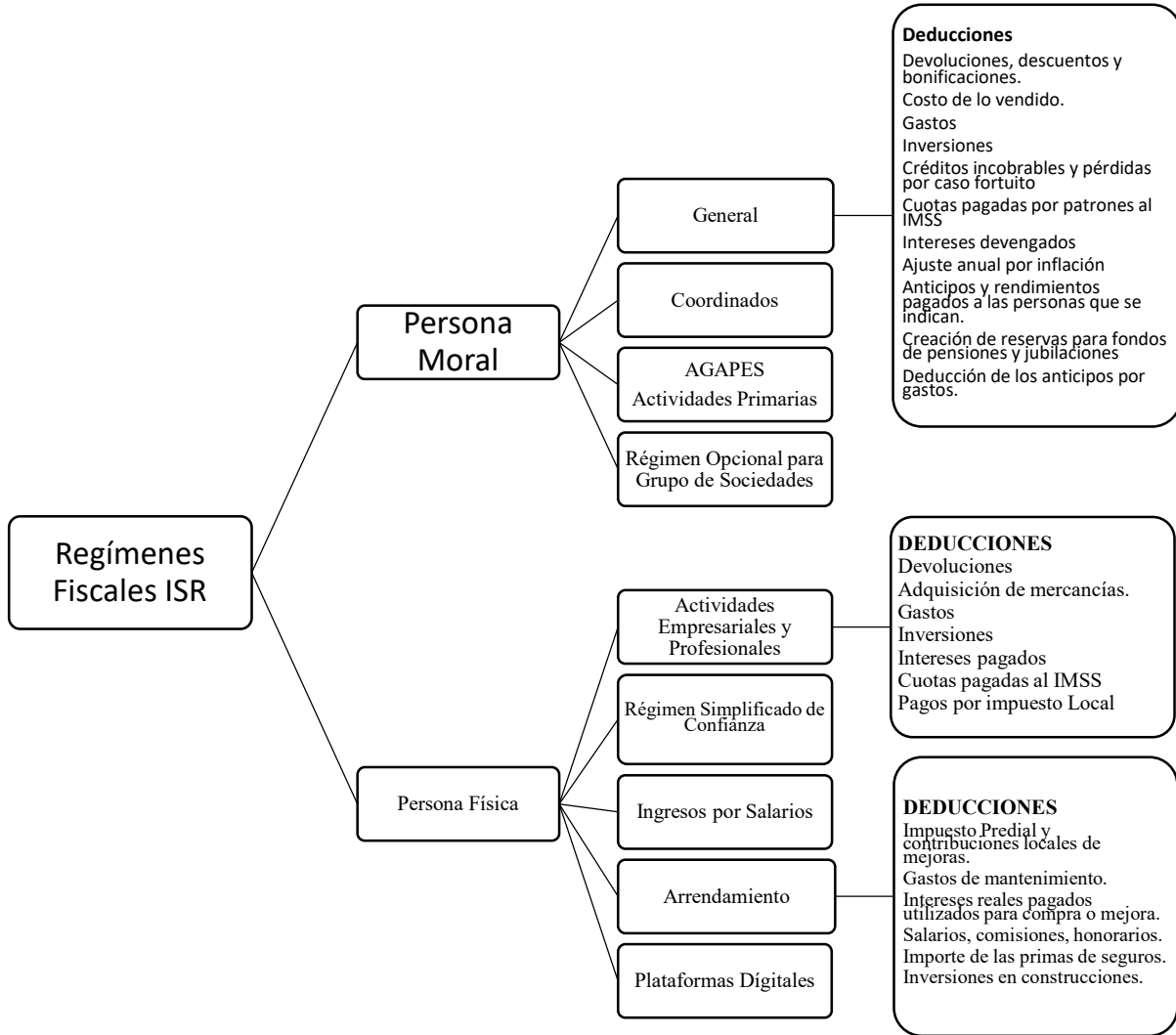
García (2015), Khurana, Goel, Singh, & Bhutani (2011) y Perdigón LI., Viltres S. & Madrigal L. (2018) coinciden en que el comercio electrónico o e-Commerce se relaciona por lo general con la compra y venta a través de Internet, o la realización de cualquier transacción que implique la transferencia de la propiedad o derechos de uso de bienes o servicios a través de una red informática, así como el proceso de automatizar la comercialización de bienes y servicios.

En el siguiente apartado se analizan la incorporación de las plataformas digitales en el Impuesto Sobre la Renta.

### **1. Impuesto Sobre la Renta**

El artículo 31 fracción IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece la obligación de los mexicanos de contribuir al gasto público de manera proporcional y equitativa, el artículo 2 del Código Fiscal de la Federación divide las contribuciones en: Impuestos, Aportaciones de seguridad social, Derechos y Contribuciones del mejora, dentro de los impuestos se encuentran el Impuesto Sobre la Renta que grava los ingresos que se divide en los regímenes de personas morales y de personas físicas y el Impuesto al Valor Agregado que grava el consumo. En la figura 1. Se presenta la estructura del Impuesto Sobre la Renta con los regímenes de personas físicas y morales.

Figura 1. Estructura del Impuesto Sobre la Renta en México 2022



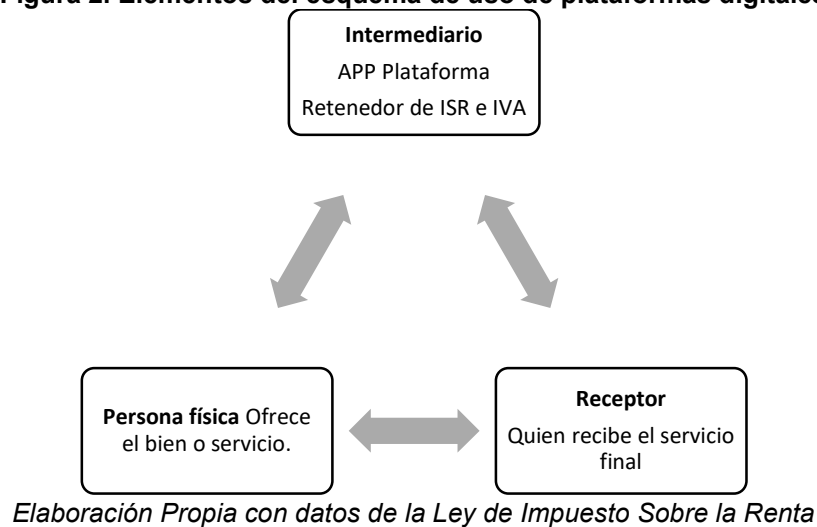
Elaboración Propia con datos de la Ley de Impuesto Sobre la Renta

El artículo 1 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta establece: “Las personas físicas y las morales están obligadas al pago del impuesto sobre la renta en los siguientes casos:

- I. Las residentes en México, respecto de todos sus ingresos, cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan.
- II. Los residentes en el extranjero que tengan un establecimiento permanente en el país, respecto de los ingresos atribuibles a dicho establecimiento permanente.
- III. Los residentes en el extranjero, respecto de los ingresos procedentes de fuentes de riqueza situadas en territorio nacional, cuando no tengan un establecimiento permanente en el país, o cuando teniéndolo, dichos ingresos no sean atribuibles a éste”. (Art. 1 LISR).

Como se ha indicado en 2020 se incorpora la Sección III, del Capítulo II, del Título IV, de la Ley del Impuesto sobre la Renta, denominada “De los ingresos por la enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares.” En el caso del uso de plataformas digitales los elementos que intervienen se observan en la Figura 2.

**Figura 2. Elementos del esquema de uso de plataformas digitales**



El intermediario se constituye como el retenedor de la persona física que ofrece el servicio, dicha retención será realizada por las personas morales residentes en México o residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en el país, así como las entidades o figuras jurídicas extranjeras que proporcionen, de manera directa o indirecta, el uso de las citadas plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares.

En el artículo 113-A de la Ley del ISR, se establecen las tablas correspondientes a las tasas de retención sobre los ingresos mensuales que las plataformas deben retener a los usuarios de acuerdo a los ingresos que perciban a través de éstas.

**Tabla 1 Prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros y de entrega de bienes**

Monto del ingreso mensual	Tasa de retención
Hasta 5,500	2%
Hasta 15,000	3%
Hasta 21,000	4%
Más de 21,000	8%

*Fuente: Elaboración propia con base en la LISR*

**Tabla 2 Prestación de servicios de hospedaje**

Monto del ingreso mensual	Tasa de retención
Hasta 5,000	2%
Hasta 15,000	3%
Hasta 35,000	5%
Más de 35,000	10%

*Fuente: Elaboración propia con base en la LISR*

**Tabla 3 Enajenación de bienes y prestación de servicios**

Monto del ingreso mensual	Tasa de retención
Hasta 1,500	0.40%
Hasta 5,000	0.50%
Hasta 10,00	0.90%
Hasta por 25,000	1.10%
Hasta por 100,000	2.00%
Más de 100,000	5.40%

*Fuente: Elaboración propia con base en la LISR*



## Tratamiento Fiscal de las Plataformas Digitales en México y su comportamiento en tiempos de COVID 19

El requisito para que la plataforma efectúe la retención es que la persona física no exceda en sus ingresos del ejercicio de 300 mil pesos. En caso de exceder no podrá tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal.

La importancia de este nuevo régimen se observa en las arcas de la federación con una recaudación de Impuesto Sobre la Renta de 8,663 millones de pesos en 2020 por servicios de entrega de alimentos preparados a domicilio a través de estas plataformas o las transacciones de comercio electrónico a través, por ejemplo, de Amazon o Mercado Libre (Gobierno de la República, 2020).

### 3. Impuesto al Valor Agregado y Comercio Electrónico en México

El presente apartado se centra en el análisis del Impuesto al Valor Agregado (IVA) que grava al comercio electrónico en México.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021) publicó los resultados del impacto del comercio electrónico en México, tomando como base el periodo de 2013 a 2019. El comercio electrónico tuvo un valor agregado bruto de 1,462,583 millones de pesos durante 2019. El comercio electrónico tiene entonces un 6 % de participación en el Producto Interno Bruto (PIB) de México. De estos resultados el 38.6% correspondió al comercio al por menor de bienes, el 21.6% al comercio al por mayor de bienes y el 39.8% al resto de servicios. Como se observa en la Tabla 4.

**Tabla 4 Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico**  
*En el Producto Interno Bruto (PIB)*

2013	2014	2015	2016	2017	2018 *R	2019 *P
3.0%	3.4%	3.6%	4.1%	4.6%	5.0%	6.0%

\*R. Cifras revisadas

\*P. Cifras Preliminares

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021)*

Hernández (2020) menciona que el comercio electrónico brinda numerosos beneficios a empresas y ciudadanos, así, como el aumento de determinados tipos de actividades digitales que ha venido adquiriendo cada vez más complejidad para los sistemas tributarios existentes.

Desde el mes de junio de 2020 la forma del pago de impuestos por servicios digitales se modificó, se adiciono el régimen “De los servicios digitales de intermediación entre terceros” para el Impuesto al Valor Agregado (LIVA, art. 18-J a 18-M, 2021)

Para los efectos del IVA, se presta un servicio en territorio nacional (México) cuando en el mismo se lleva a cabo, total o parcialmente, por un residente en México.

El servicio se presta cuando el receptor del servicio se encuentre en México (Los servicios digitales, prestados por residentes en el extranjero sin establecimiento en México).

Se consideran únicamente los servicios digitales, cuando: se proporcionen mediante aplicaciones o contenidos en formato digital a través de internet u otra red, automatizados, pudiendo o no requerir una intervención humana mínima, siempre que se cobre una contraprestación.

Se consideran servicios digitales, la descarga o acceso a: Imágenes, películas, texto, información, video, audio, música, juegos, incluyendo los juegos de azar, así como otros contenidos multimedia, ambientes multijugador, la obtención de tonos de móviles, la visualización de noticias en línea, información sobre el tráfico, pronósticos meteorológicos y estadísticas.

No aplica para la descarga o acceso a libros, periódicos y revistas electrónicos, los de intermediación entre terceros que sean oferentes de bienes o servicios y los

demandantes de los mismos, clubes en línea y páginas de citas, la enseñanza a distancia o de test o ejercicios.

El receptor del servicio se encuentra en México cuando: a) El receptor haya manifestado al prestador del servicio un domicilio ubicado en territorio nacional; b) El receptor del servicio realice el pago al prestador del servicio mediante un intermediario ubicado en territorio nacional; c) Que la dirección IP que utilicen los dispositivos electrónicos del receptor del servicio corresponda al rango de direcciones asignadas a México; d) El receptor haya manifestado al prestador del servicio un número de teléfono, cuyo código de país corresponda a México.

Los residentes en el extranjero sin establecimiento en México que proporcionen servicios digitales a receptores ubicados en México deberán cumplir con las obligaciones siguientes:

1. Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes ante el Servicio de Administración Tributaria.
2. Ofertar y cobrar, conjuntamente con el precio de sus servicios digitales, el impuesto al valor agregado correspondiente en forma expresa y por separado.
3. Proporcionar al Servicio de Administración Tributaria la información sobre el número de servicios u operaciones realizadas en cada mes de calendario con los receptores ubicados en territorio nacional que reciban sus servicios, clasificadas por tipo de servicios u operaciones y su precio, así como el número de los receptores mencionados, y mantener los registros base de la información presentada. Dicha información se deberá presentar en forma trimestral por los periodos comprendidos de enero, febrero y marzo; abril, mayo y junio; julio, agosto y septiembre, y octubre, noviembre y diciembre, de cada año, mediante declaración electrónica a más tardar el día 17 del mes siguiente al que corresponda el trimestre.

4. Calcular en cada mes de calendario el impuesto al valor agregado correspondiente, aplicando la tasa del 16% a las contraprestaciones efectivamente cobradas en dicho mes y efectuar su pago mediante declaración electrónica que presentarán a más tardar el día 17 del mes siguiente de que se trate.
5. Emitir y enviar vía electrónica a los receptores de los servicios digitales en territorio nacional los comprobantes correspondientes al pago de las contraprestaciones con el impuesto trasladado en forma expresa y por separado, cuando lo solicite el receptor de los servicios, mismos que deberán reunir los requisitos que permitan identificar a los prestadores de los servicios y a los receptores de los mismos.
6. Designar ante el Servicio de Administración Tributaria cuando se lleve a cabo el registro un representante legal y proporcionar un domicilio en territorio nacional para efectos de notificación y vigilancia del cumplimiento de las obligaciones fiscales.
7. Tramitar su firma electrónica avanzada.

Los receptores de los servicios podrán acreditar el impuesto que les sea trasladado en forma expresa y por separado.

Con este nuevo régimen se busca que la forma del pago de impuestos sea más sencilla, pues será la Plataforma Digital quien realizará las retenciones de impuestos, Impuesto sobre la Renta e Impuesto al Valor Agregado; y la misma plataforma será quien pague dichas retenciones directamente al Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Las retenciones tienen la naturaleza de pago provisional; sin embargo, en este régimen las retenciones que realice la plataforma pueden ser provisionales o definitivas. Las retenciones se considerarán provisionales automáticamente al inscribirse en este régimen; sin embargo, se puede elegir que se consideren definitivas en el cuestionario de actividades económicas, se debe indicar el tipo de ingreso señalando la opción de actividades empresariales con ingresos por la enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de Internet, plataformas, aplicaciones informáticas y similares. Siempre

## Tratamiento Fiscal de las Plataformas Digitales en México y su comportamiento en tiempos de COVID 19

que los ingresos no excederán de 300 mil pesos anuales y que se opta por el esquema de pagos definitivos.

En caso de optar por que las retenciones se consideren como pagos definitivos no podrán acreditar los gastos e inversiones respecto al IVA calculado con la tasa del 8%. Deberá conservar el comprobante fiscal digital por internet (CFDI) que proporcione la plataforma digital por los ingresos efectivamente cobrados. Expedir comprobantes fiscales que acrediten los ingresos independientes, los que no se realicen por cuenta de plataformas.

Una vez ejercida la opción de considerar como definitivas las retenciones, ésta no podrá variarse durante un período de cinco años contados a partir de la fecha en que se presentó el aviso. Respecto al Impuesto al Valor Agregado (IVA) queda relevado de presentar declaraciones informativas.

Para efectos del IVA, la plataforma digital realizará una retención del 8%, lo cual representa el 50% de la tasa real de dicho impuesto el cual es del 16%.

Si no se opta por que las retenciones sean consideradas como pago definitivo, se deberán presentar declaraciones mensuales a más tardar el día 17 del mes inmediato siguiente al que corresponda el pago. Asimismo, si se opta por considerar las retenciones como pagos definitivos y se obtienen ingresos directos del usuario del servicio (efectivo), se estará obligado a presentar la declaración pudiendo acreditar las retenciones realizadas.

El Impuesto al Valor Agregado es el segundo impuesto más importante del país. En la Tabla 5 se comparan los ingresos por Impuesto al Valor Agregado del primer semestre de 2020 *versus* 2021, se observa un incremento de 66.9 millones de pesos un 11.96% más. Superior al 5.78% de incremento total por los ingresos tributarios.

**Tabla 5 Ingresos de Impuesto al Valor Agregado netos, enero-junio 2020-2021**

Miles de millones de pesos

Concepto	2020	2021		Diferencia 21 vs LIF		Diferencia 21 vs 20	
		LIF	Observado	Absoluta	Relativa (%)	Absoluta	Real anual (%)
<b>Ingresos tributarios</b>	<b>1,748.8</b>	<b>1,851.1</b>	<b>1,856.2</b>	<b>5.1</b>	<b>0.3</b>	<b>107.4</b>	<b>1.1</b>
IVA	489.8	492.2	559.1	66.9	13.6	69.3	8.8

Fuente: Sistema de Administración Tributaria (2021)

Como se observa en la Tabla 6 la recaudación de IVA por contribuciones internas representa el 74.43% de la recaudación de IVA total, el 25.57% restante corresponde al comercio exterior.

**Tabla 6 Contribuciones internas y de comercio exterior, enero-junio, 2020-2021. Millones de pesos**

Impuesto	2020	2021	Var. absoluta	Var. real (%)
<b>Total</b>	<b>1,748,838</b>	<b>1,856,246</b>	<b>107,407</b>	<b>1.1</b>
<b>Contribuciones internas</b>	<b>1,330,088</b>	<b>1,381,636</b>	<b>51,548</b>	<b>-1.0</b>
IVA	204,157	207,880	3,724	-3.0
<b>Comercio exterior<sup>2/</sup></b>	<b>418,750</b>	<b>474,609</b>	<b>55,860</b>	<b>8.0</b>
IVA	285,642	351,265	65,624	17.2

Fuente: Sistema de Administración Tributaria (2021)

Como se observa en la Tabla 7 la recaudación bruta de IVA fue de \$875,946 millones de pesos, por lo que descontando devoluciones, compensaciones y regulaciones la recaudación neta fue de \$559,146 millones de pesos para el primer semestre de 2021, las personas morales enteraron el 96.81% y las personas físicas solo el 3.19%. Es importante mencionar que el 62.8% fue recaudado por las aduanas.

**Tabla 7 Impuesto al Valor Agregado, enero-junio, 2021**

Millones de pesos

Contribuyente / Sector	Recaudación bruta de IVA	Disminuciones			Recaudación neta de IVA
		Devoluciones	Compensaciones	Regularizaciones	
<b>Total IVA</b>	<b>875,946</b>	<b>301,101</b>	<b>11,354</b>	<b>4,345</b>	<b>559,146</b>
Personas morales	854,264	297,705	10,893	4,320	541,346
Personas físicas	21,682	3,396	462	25	17,799

## Tratamiento Fiscal de las Plataformas Digitales en México y su comportamiento en tiempos de COVID 19

Recaudación por las aduanas	351,265	0	0	0	351,265
-----------------------------	---------	---	---	---	---------

Fuente: Sistema de Administración Tributaria (2021)

En la Tabla 8 se muestra el listado de los residentes en el extranjero sin establecimiento en el país que proporcionan servicios digitales a receptores ubicados en territorio nacional y que se encuentren inscritos en el RFC, se observa que antes de 2020 solo cinco prestadores de servicios estaban inscritos al RFC y que a partir de la inclusión del Capítulo III Bis (junio 2020) se han inscrito 115 de 23 diferentes países siendo el más representativo Estados Unidos de América con sesenta prestadores de servicios digitales (50% del total), le sigue Suiza e Irlanda con ocho por país.

**Tabla 8 Residentes en el extranjero sin establecimiento en México**

	País de origen	Prestadores de servicio
	Estados Unidos de América	60
	Confederación Suiza	8
	Irlanda	8
	Reino Unido	7
	Reino de España	6
	Reino de los Países Bajos	5
	República de Singapur	4
	Canadá	3
	Estado de Israel	3
	República de Estonia	2
	República Federativa De Brasil	2
	Australia	1
	Gran Ducado de Luxemburgo	1
	Hong Kong	1
	Islas Caimán	1
	Japón	1
	Reino de Bélgica	1
	Reino de Dinamarca	1
	Reino de Suecia	1
	República Checa	1
	República de Bulgaria	1
	República de Corea	1
	República Federal de Alemania	1
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>

Antes de junio de 2020 solo cinco prestadores de servicio estaban inscritos al RFC en México. En 2020 se inscribieron sesenta y tres y para el 31 de agosto de 2021 se inscribieron cincuenta y tres.

Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Diario Oficial de la Federación: jueves 9 de septiembre de 2021. Fecha de corte de la información 31 de agosto de 2021

La globalización y la pandemia ha incrementado los servicios digitales en México y llevó a cambios en la regulación tributaria, los tributos obligatorios en México para servicios digitales son el ISR e IVA, es importante indicar que las plataformas digitales no pueden prestar servicios si no cumplen con estos impuestos.

En los siguientes párrafos se describe el tratamiento contable de IVA, se inicia con la tabla 9.

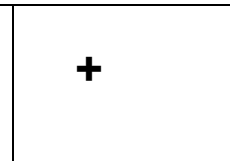
**Tabla 9 Código agrupador de cuentas del Servicio de Administración Tributaria (SAT)**

1	207	Impuestos trasladados
2	207.01	IVA trasladado
1	208	Impuestos trasladados Cobrados
2	208.01	IVA trasladado Cobrado
1	209	Impuestos trasladados no Cobrados
2	209.01	IVA trasladado no cobrado

*Fuente: SAT Código agrupador*

Ingresos por prestación de servicios digitales:

**Figura 2. IVA trasladado cobrado**  
 IVA trasladado cobrado



*Fuente: Elaboración propia*

Cuando se preste el servicio y sea efectivamente cobrado se abona a la cuenta de IVA trasladado cobrado que es una cuenta de estado de situación financiera de pasivo a corto plazo y de naturaleza deudora (Incrementa del lado del abono).

Ejemplo: Se presta un servicio digital por \$1,000 que se cobra con transferencia bancaria. Más IVA de 16% (tasa general).



**Figura 3. Ejemplo**

Bancos	Ingresos por la prestación de servicios	IVA trasladado cobrado
1,160	1,000	160

Fuente: Elaboración propia

El IVA efectivamente cobrado por \$160 se tiene que trasladar al Servicio de Administración Tributaria a más tardar el día 17 del siguiente mes, el impuesto lo paga el consumidor final.

Las plataformas tecnológicas nacionales o extranjeras además de prestar servicios digitales pueden prestar servicios de intermediación, en ese caso tendrán la obligación de retener el Impuesto Sobre la Renta como el Impuesto al Valor Agregado y enterar las retenciones al Servicio de Administración Tributaria a más tardar el día 17 del siguiente mes de efectuar el cobro.

Supuesto contable de la plataforma tecnológica por servicios de intermediación:

Ejemplo: Pago a persona física (servicio digital de intermediación) por \$1,000 con transferencia bancaria. Más IVA de 16% (tasa general).

**Figura 4. Ejemplo pago a persona física**

Intermediación de servicios digitales	IVA acreditable pagado
1,000	160
Bancos	Retención de IVA
1,080	80

Fuente: Elaboración propia

Las personas físicas que conceden el uso o goce temporal de bienes a través de internet por plataformas tecnológicas y similares por la enajenación de bienes o prestación de servicios, para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales pueden optar porque las plataformas tecnológicas les retengan el Impuesto al Valor Agregado y estos

a su nombre enteren al Servicio de Administración Tributaria a más tardar el día 17 del siguiente mes el impuesto retenido.

Con este procedimiento las personas físicas ya no presentarán declaraciones mensuales, ya que las retenciones que realice la plataforma tecnológica se considera como pago definitivo. No tendrán derecho a acreditar o disminuir sus gastos e inversiones respecto del impuesto calculado a la tasa del 8% y quedarán exentos de presentar declaraciones informativas.

En el caso de que las personas físicas cobren de forma directa a sus clientes por las operaciones que realiza a través de plataformas electrónicas de intermediación debe enterar (pagar) directamente al Servicio de Administración Tributaria el Impuesto al Valor Agregado (tasa del 8%)

considerándose como pago definitivo.

Ejemplo: Cobro directo a cliente de persona física (servicio digital de intermediación) por \$1,000 con transferencia bancaria. Más IVA de 8% (tasa por los actos o actividades cobrados directamente).

**Figura 5. Ejemplo cobro directo a cliente de persona física**

Bancos	Ingresos por la prestación de servicios	IVA trasladado cobrado
1,080	1,000	80

*Fuente: Elaboración propia*

#### 4. Conclusiones

La adaptación de los negocios a las nuevas realidades es contundente así como la adaptación del sistema fiscal que debe evolucionar a la par de sus contribuyentes, por lo que, partiendo del objeto general de Impuesto Sobre la Renta de gravar el ingreso de personas morales y físicas atendiendo a un principio de Neutralidad y Equidad que

## Tratamiento Fiscal de las Plataformas Digitales en México y su comportamiento en tiempos de COVID 19

consiste en tratar igual a los iguales y desigual a los desiguales, en este caso a los comerciantes convencionales y a los actos de comercio realizados a través de plataformas tecnológicas con la finalidad de igualar sus condiciones.

Sin embargo, también es cierto que ha existido cierta presión de la OCDE por la incorporación de las BEPS en los sistemas impositivos de los países con la finalidad de evitar la erosión fiscal. México incorpora estos cambios en el año 2020 en la Ley del Impuesto Sobre la Renta y en la Ley del Impuesto al Valor Agregado y se observa un aumento en la recaudación de una actividad cada vez más generalizada y normalizada en la vida de los mexicanos.

El traslado del IVA al consumidor final por parte de las plataformas digitales sigue el mismo tratamiento de acreditación con la diferencia de que le retiene a las personas físicas el 50% de la tasa de impuesto general, las personas físicas pueden optar por aceptar esta retención y considerarla como pago definitivo sin poder acreditar la tasa del 8% como gasto.

## 5. Referencias

- Alvino, C. (2021). Estadísticas de la situación digital de México en el 2020-2021. Branch. Consultado en: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-mexico-en-el-2020-2021/> el día 03 de agosto de 2021.
- Asociación Mexicana de Venta Online (2021). Libro Blanco de plataformas de e commerce 202. AMVO. Consultado en: <https://www.amvo.org.mx/publicaciones/> el día 6 de mayo de 2021.
- Cámara de Diputados (2019). Iniciativa que Reforma y Adiciona Diversas Disposiciones de la Ley Del Impuesto al Valor Agregado y del Código Fiscal de la Federación

Faúndez U., Vidal O., Olgúin R. & Molina M. (2021). Tributación en la economía digital: Propuestas impulsadas por la OCDE y el impacto frente a los principios rectores de todo sistema tributario. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 10(1), 9-28.

García, F. (2015). Aspectos de las nuevas tecnologías en materia documental: especial consideración en la función notarial. Aspectos de las nuevas tecnologías en materia documental: especial consideración en la función notarial, 187-243.

Gobierno de la República, (2020). Cuenta Pública 2020. Consultado en: <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/es/CP/2020>, el día 2 de agosto de 2021.

Khurana, H. Goel, M., Singh, H & Bhutani L. (2011) E-Commerce: Role of E-Commerce in Today's Business. *International Journal of Business Management Research VSRD-IJBMR*, 1 (7), 2011, 454-461.

Ley del Impuesto Sobre la Renta DOF 12-11-2021

Ley del Impuesto al Valor Agregado DOF 12-11-2021

Moneo, Í H. (2020). Análisis del proyecto de ley del impuesto sobre determinados servicios digitales. *Estudios Financieros. Revista De Contabilidad Y Tributación: Comentarios, Casos Prácticos*, (445), 8.

Oropeza D. (2018). *La Competencia Económica en el Comercio Electrónico y su Protección en el Sistema Jurídico Mexicano*. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM

Tratamiento Fiscal de las Plataformas Digitales en México y su comportamiento en tiempos de COVID 19

Perdigón LI., Viltres S. & Madrigal L. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3).

Procuraduría de la Defensa del Consumidor (2020). OCDE lanza un marco global de informes fiscales para plataformas digitales en la economía temporal y compartida. PRODECOM. Consultado en:

[https://www.prodecon.gob.mx/Documentos/boletines-internacionales/2020/julio/boletin\\_de\\_noticias\\_fiscales\\_internacionales\\_del\\_6\\_al\\_10\\_de\\_julio\\_2020.pdf](https://www.prodecon.gob.mx/Documentos/boletines-internacionales/2020/julio/boletin_de_noticias_fiscales_internacionales_del_6_al_10_de_julio_2020.pdf) el día 05 de agosto de 2021

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2021). Diario Oficial de la Federación: jueves 9 de septiembre de 2021.

Sistema de Administración Tributaria (2020). Plataformas Tecnológica. SAT. Consultado: [http://omawww.sat.gob.mx/plataformastecnologicas/Paginas/PersonasFisicas/personasfisicas\\_inicio.html](http://omawww.sat.gob.mx/plataformastecnologicas/Paginas/PersonasFisicas/personasfisicas_inicio.html) el día 05 de agosto de 2021

INEGI. (2021). *El INEGI da a conocer resultados del valor agregado bruto del comercio electrónico 2019. México*. Tomado desde:

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/vabce2019Pliminar.pdf>