

## Multinacionales en forma de app: ¿Innovación o evasión?

Por Valeria S. Verdolini\*

En ocasión de cumplirse un año del desembarco de la plataforma Uber en nuestro país, resulta interesante poner sobre el tapete y analizar el marco tributario en el que se desenvuelve esta multinacional que, sumada a las ya socialmente instaladas Spotify, Amazon, Netflix y Airbnb, constituyen ejemplares del cambio de paradigma de la economía tradicional. Lo cierto es que, a pesar de las denuncias por evasión tributaria y lavado de activos por la justicia porteña y los diversos pedidos de bloqueo por el sindicato de taxistas, en éstos últimos doce meses la plataforma Uber tuvo un millón de descargas en el país, y continúa operando de manera ininterrumpida, a lo que se le suma que ya abrió cinco sedes de atención en la Provincia de Buenos Aires y dispone de 100 mil conductores inscriptos. El funcionamiento de la plataforma, por si algún lector no está familiarizado con ella, es el siguiente: los pasajeros interesados en contratar el servicio deben descargar una aplicación a su teléfono celular y cargar los datos de su tarjeta de crédito, de la cual se debita el costo de los viajes que realicen. Por su parte, aquellos que se ofrezcan como “conductores”, quienes son identificados por Uber como “socios”, deben cumplir una serie de requisitos, y reciben periódicamente la liquidación de los viajes que realicen. Uber retiene una comisión de ese monto, que representa su beneficio. ¿A qué país va esta comisión?, ¿Quién tributa por ella?

Ahora bien, Uber no es única en su especie. De similares características encontramos a la multinacional Airbnb, cuya razón de ser consiste en “ofrecer” a los viajeros opciones de hospedaje (habitaciones, departamentos, casas), de manera íntegra o compartida, como alternativa a un hotel a través de internet.

Ambas compañías gestionan sus finanzas siguiendo el manual de la perfecta multinacional: utilizan filiales en Irlanda u Holanda para esquivar los impuestos sobre distribuciones de dividendos y/o utilidades del país en el que funcionan; y se canalizan desde allí los beneficios a paraísos fiscales como la isla de Jersey o las Bermudas.

Todos los ingresos que las compañías obtienen en los 190 países donde operan van directamente a una central de pagos situada en Irlanda en el caso de Airbnb y de Holanda en el caso de Uber, ambos territorios de la UE.

Para dimensionar la magnitud de la presencia de la empresa Airbnb, con más de 1.000.000 de cuartos alrededor del mundo, basta referenciar que Hilton, una de las cadenas hoteleras más grandes a nivel global, tiene 721.000 cuartos en solo 94 países.

En cada operación, Airbnb o Uber, retienen un porcentaje del precio pagado por el arrendador/usuario.

La filial local solo actúa como intermediaria y sus únicos ingresos son aquellos que Airbnb Irlanda, por ejemplo, decida entregarle por su “gestión”, y que lógicamente no suelen ser muy abultados.

¿Cómo tributa en Irlanda? Puede hacerse del dinero sin pagar apenas impuestos aprovechándose del mecanismo clásico de inflar sus facturas de gastos, abonando millonarias cantidades por el uso de derechos de propiedad intelectual a una empresa radi-

cada en un paraíso fiscal. De esta forma aminora su base imponible y el dinero escapa a dos subsidiarias que la multinacional tiene en otra isla británica. A esta altura ya logró esquivar los tres impuestos de sociedades que podrían haberle sido de aplicación sucesivamente.

Por su parte, cuando un pasajero realiza un viaje mediante Uber, el pago se procesa en los Países Bajos. Desde allí, se abonan jugosas cantidades por derechos de propiedad intelectual e industrial a una filial en Bermudas.

Lo cierto es que esta “planificación fiscal agresiva” que consiste en buscar los recovecos de las normas para no pagar impuestos o pagar cifras ridículamente bajas, llevaría a discutir si debería tributar en Silicon Valley, donde fueron desarrolladas ambas plataformas, o en Irlanda, lugar donde se gestiona, o incluso en los países donde se presta el servicio. Lo innegable es que el mayor valor es creado en los paraísos fiscales donde las compañías están presentes sólo con empresas pantallas. Tanto es así que la OCDE y el G20 trabajan en un plan de acción contra la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios.

Ahora bien, en el caso particular de Uber, el conductor, al menos en nuestro país, debe estar inscripto en el Impuesto a las Ganancias. Tema que requeriría otro análisis si consideramos que los taxis, a tenor de la jurisprudencia vigente, son considerados sujeto empresa. Pero en cambio, el “socio” de Uber presta servicios en forma no continua. De esta manera, habría que analizar en tal caso la posibilidad de que exista el sujeto empresa temporario e intermitente.

Asimismo cabe preguntarse si el transportista está eximido de emitir facturas y si sus prestaciones están alcanzadas por el IVA; y en otro orden de cosas, dependiendo el lugar, si el viaje está gravado por Ingresos Brutos, atento a que en la Ciudad de Buenos Aires los taxis están exentos.

Otro tema, pero no menos importante, es el contrato de adhesión con cláusulas pre-dispuestas que tiene el usuario del vehículo con Uber, en las cuales no se garantiza ni la calidad ni la seguridad del servicio. En caso de daños durante la utilización del mismo o robo/pérdidas materiales, Uber limita su responsabilidad a 500 dólares como máximo, estableciendo la obligatoriedad de someterse al arbitraje de la American Arbitration Association. Situación que podría soslayarse con un seguro adecuado contratado por el uberista que hasta el presente no existe en la Argentina.

*A contrario sensu*, cuando un pasajero toma un taxi o reserva una habitación de hotel, lo hace subido a una montaña de legislación y normativa que, en teoría, garantiza la prestación del servicio en condiciones de seguridad, salubridad y calidad determinadas. El propietario de un taxi está obligado a una serie de condiciones -que no conozco- pero que previsiblemente incluirá una póliza de seguros especial para pasajeros. Lo mismo se puede decir respecto de los alojamientos en cuanto a requerimientos sanitarios, de seguridad, etc.

Toda esta función regulatoria y normativa del Estado para otorgar confianza al usuario desaparece en el caso de estas multinacionales y hasta resulta innecesaria, siendo que es sustituida por los rankings y las opiniones de los clientes. Aunque el sistema no

sea perfecto, los números ayudan. Se está reemplazando la regulación del Estado por la reputación digital.

Ahora de pronto la economía digital ya no es solo la electrónica y la informática, sino que está todo controlado desde la publicidad. Es el libro de Amazon, es la canción de Spotify, la película de Netflix, y de la misma forma van surgiendo páginas y aplicaciones que ofrecen comidas preparadas para quienes no tienen tiempo ni ganas de elaborarlas, otras que intercambian ropa, las que indican qué cocheros están libres para ser utilizados y puedo seguir nombrando muchas más. Hay ciertos bienes que antes había que comprarlos como productos y estas plataformas comenzaron a dar la posibilidad de comprarlos como experiencias. En Spotify, por ejemplo, ya no se compra el álbum de Fito Páez, sino que se escucha la canción. Estas plataformas están permitiendo este cambio de paradigma. Netflix, Spotify, Amazon, Uber y Airbnb son sólo algunos de los casos más populares de innovación que no sólo están transformando la forma de hacer negocios, sino también han comenzado a presionar por una modernización regulatoria en los distintos países donde se presentan. Necesariamente la industria tradicional reclama un trato igualitario, al menos en el plano tributario.

***\*Abogada UNLP  
Especialista en Derecho Tributario UBA***