



UNIVERSIDAD DE CHILE

UNIVERSIDAD DE CHILE FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA DE POSTGRADO

Análisis de un régimen tributario para el sector informal

**ACTIVIDAD FORMATIVA EQUIVALENTE
PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN
TRIBUTACIÓN**

PARTE II

**Alumno: Ignacio Leiva Quiroz
Profesor Guía: José Yáñez Henríquez**

**Santiago, Chile
2022**



UNIVERSIDAD DE CHILE

	AGRADECIMIENTOS	4
1	RESUMEN EJECUTIVO	5
2	INTRODUCCIÓN	7
3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
3.1	HIPÓTESIS	9
3.2	OBJETIVO GENERAL	10
3.3	METODOLOGÍA	11
4	MARCO TEÓRICO	12
5	ESTADO DEL ARTE	14
6	MARCO NORMATIVO	15
7	DESARROLLO Y RESULTADOS	16
8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	25
9	BIBLIOGRAFÍA	32



UNIVERSIDAD DE CHILE

*... palabras, palabras-
un poco de aire movido por los labios-
palabras para ocultar quizás lo único verdadero:
que respiramos y dejamos de respirar.
(Jorge Tellier)*

*Para mi familia, mis amigos,
mi pareja.*

*A mi mano, por permitir
plasmear lo que la mente me entrego en días y
noches, radiantes y sombrías.*

*En especial a mis padres,
gracias por confiar en mí y por estar siempre, de
todo corazón.*



UNIVERSIDAD DE CHILE

Agradecimientos

Agradezco tanto a mis compañeros/as, profesores/as, funcionarios/as de la Universidad por hacer posible el Magister, entregando conocimiento, coordinación, amor y cariño en cada una de las acciones realizadas para su viabilidad.

En especial a mi profesor Don José Yáñez Henríquez, por tan amablemente entregar su experiencia y conocimientos para poder realizar este trabajo.

A mis compañeros Alexandra y David, por estar siempre.

Y a mis padres, por su amor infinito, los amo eternamente.



I. Resumen Ejecutivo

El presente trabajo aborda una dificultad que se viene gestando hace un tiempo en nuestra época actual.

La tecnología digital avanza exponencialmente en un mundo posiblemente que aún no está preparado, tanto a niveles de acceso a la tecnología como también debido a el manejo de parte de generaciones no acostumbradas a la utilización de éstas, y nos invitó a satisfacer nuestras necesidades de una manera distinta a la arraigada en la población en un pasado no muy lejano, donde la totalidad del comercio era realizado de manera presencial.

Hoy, con las nuevas tecnologías digitales, nuestras necesidades; tanto a niveles de servicios como de productos, en gran parte las podemos satisfacer a través de internet sin la necesidad de asistir al comercio establecido en algún lugar físico, sea negocio, retail, etcétera.

En tiempos de pandemia junto a la disminución de las restricciones han incentivado a decenas de miles de familias a constituir en la informalidad pequeñas unidades económicas dedicadas a la compra y venta a través del comercio electrónico (E-commerce) para poder generar recursos para asegurar el sustento al grupo familiar que se vio mermado debido al gran porcentaje de desocupación que ha existido en estos últimos años posterior a la pandemia que deja rezagos hasta el día de hoy.

En ese sentido, es que la creación de PYMES juega un papel fundamental en el desarrollo económico del país, no solo para la supervivencia de él o los trabajadores y trabajadoras, sino también una potencial creación de empleos por parte de éstas.

Existen muchos negocios que trabajan entre la informalidad y la formalidad; es decir, pueden ser formales, pero trabajan con personas informales, es por esto que, se debe pensar en todos los eslabones de la cadena para una transición completa a la formalización ya sea tanto para las empresas como para sus empleados.



UNIVERSIDAD DE CHILE

El objetivo del plan es realizar un catastro de las potenciales PYMES, hoy trabajando de manera informal en el país, que comercializan sus productos a través de plataformas digitales (E-commerce) de fácil acceso (Market place, Linio, Instagram, etc), el nivel de informalidad que existe en la venta de productos en estas plataformas, y a la vez, los escasos requisitos que mantienen las empresas; o redes sociales, que mantienen plataformas digitales para la comercialización de productos.

Executive Summary

The present work tries to tackle a difficulty that has been brewing for some time in our present time.

Digital technology advances exponentially in a world possibly not yet prepared, both at levels of access to technology and the management by generations not accustomed to its use, and invited us to meet our needs in a way other than that rooted in the population in the not too distant past, where it was entirely face-to-face.

Today, with the new digital technologies, our needs; Both in terms of services and products, to a large extent we can satisfy them through the internet without the need to attend a physical place, be it business, retail, etc.

In times of pandemic, together with the reduction of restrictions, they have encouraged tens of thousands of families to establish small economic units in the informal sector dedicated to buying and selling through electronic commerce (E-commerce) in order to generate resources to ensure the support to the family group.

In this sense, it is that the creation of SMEs plays a fundamental role in the economic development of the country, not only for the survival of it or the workers, but also a potential job creation by them.

The objective of the plan is to carry out a registry of potential SMEs, today working informally in the country, that market their products through easily accessible digital



platforms (E-commerce) (Market place, Linio, Instagram, etc.), the level of informality that exists in the sale of products on these platforms, and at the same time, the few requirements that companies maintain digital platforms for the commercialization of products.

2. Introducción

Una de las problemáticas que influye en la vulnerabilidad de la estabilidad económica en Chile es la informalidad, y lejos de pensar que el sector informal puede ser hallado exclusivamente en las actividades ilegales de la economía sumergida (tales como el tráfico de drogas o de armas), se encuentra también en actividades tan cotidianas como el trabajo doméstico no remunerado ni declarado, impartir clases particulares, la venta ambulante espontánea, ventas y servicios a través de plataformas digitales, entre otras.

Al existir un sector informal, las personas que obtienen ingresos desde este segmento influyen negativamente en la economía nacional al ser cadenas de difícil y nula fiscalización dado que los contribuyentes al no presentar formalización no se encuentran registrados en ningún tipo de base del Servicio de Impuestos Internos (S.I.I), lo cual provoca que no se vea reflejado de forma correcta el crecimiento económico, ya que presenta asimetrías producto de la falta de información, a su vez la informalidad produce falta de equidad en relación al sector formal, afectando la recaudación fiscal, el cumplimiento tributario y la eficiencia a nivel país.

3. Planteamiento del problema

El comercio a nivel nacional está compuesto por un universo de distintas actividades, las cuales van desde labores por supervivencia a tareas sofisticadas, donde es necesario tener conocimientos técnicos de alto y bajo nivel.

En este contexto, el país ha evidenciado un aumento sustantivo de comercialización, debido al confinamiento y la pandemia, vía plataformas digitales (E-commerce), a nivel nacional como internacional, la cual consiste en comprar y vender productos o servicios



UNIVERSIDAD DE CHILE

a través de páginas de internet o Redes Sociales.

En este contexto es que la informalidad se vuelve un factor importante, ya sea por conceptos tanto para el vendedor, como son impositivos y laborales, como también por parte del comprador, como son los derechos del consumidor.

Las ventas vía plataformas digitales son por parte de personas naturales como empresas tanto formales como informales, constituyendo o no un hecho gravado, en plataformas como, por ejemplo:

- I. Mercado Libre
- II. Linio
- III. Yapo
- IV. Sumar
- V. Facebook Marketplace
- VI. Rappi
- VII. Instagram
- VIII. Etcétera

Solo algunas de estas plataformas digitales mantienen requisitos para realizar la comercialización de productos vía internet de empresas legalmente formalizadas. A modo de ejemplo, para poder mostrar el catálogo de ventas a través de la plataforma digital Linio Chile, uno de sus requisitos copulativos es que la empresa debe estar formalizada para poder exhibir el catálogo digital y comenzar la comercialización, no así en la plataforma digital de Facebook Market place, donde cualquier contribuyente, sea persona natural o empresa, ya sea formal o informal, puede proceder a vender a través de un catálogo digital.

En consecuencia, las plataformas digitales para la comercialización de productos por parte de empresas digitales (E-commerce), generan las siguientes limitaciones:

- I. Incertidumbre en el cumplimiento tributario al comercializar productos o servicios



sin la documentación tributaria correspondiente dando como consecuencia el no pago de los siguientes Impuestos: Impuesto al Valor Agregado (IVA), Pago Provisional Mensual (PPM), aranceles aduaneros, ni un eventual Impuesto de Primera Categoría (o asignación a contribuyentes de Impuestos Finales si es una empresa acogida al régimen Pro Pyme Transparente del artículo 14 D N°8 de la LIR), generando una menor recaudación por parte del fisco en cuanto a IVA e Impuesto a la Renta.

- II. No generación de estrategias por parte del Estado; sean enfocados en beneficios tributarios, subsidios o procesos de fiscalización, ya que no se tiene certeza de la cantidad de contribuyentes no formalizados existen ejerciendo la actividad a través de plataformas digitales.

3.1 Hipótesis

El crecimiento exponencial del comercio vía plataformas (E-commerce), debido en gran parte a la pandemia a nivel mundial de la mano de las necesidades propias arrastradas por la crisis sanitaria; y del bajo costo que conlleva realizar este tipo de actividades, pone en perspectiva un cuestionamiento que a la fecha no se ha cuantificado, que tiene relación con la informalidad en la venta de productos online, que se mueve en las distintas redes sociales y plataformas tanto nacionales e internacionales.

En este sentido existen distintas modalidades para la comercialización de bienes, una es la compra completa a través del canal digital, desde la elección del producto a través del catálogo promocionado en la red social o la plataforma digital, hasta el pago que puede ser generado a través de la misma plataforma, o, en su defecto, solo el uso de redes sociales o plataforma digital para promocionar los distintos bienes, para luego pactar personalmente con el vendedor la compra, generando un comercio desleal con las empresas que cumplen con la exigencias legales vigentes en nuestro país, además la venta de productos sin ser “ilegales” se comercializan sin pagar ningún tipo de impuesto, generando una considerable cuantía de tributos que deja de percibir el estado en relación al pago de los distintos tributos involucrados.



UNIVERSIDAD DE CHILE

Es por esto que, la siguiente investigación se centrará en el comercio informal vía plataformas digitales (E-commerce) y los requisitos que estas plataformas mantienen para la comercialización de productos tanto para empresas (formales o informales), y personas naturales.

A la vez, de como se aborda, por parte de la entidad fiscal; en este caso el Servicio de Impuestos Internos, la informalidad en plataformas digitales.

3.2 Objetivo general

Los objetivos de la investigación se centrarán en identificar y dimensionar la magnitud de la informalidad de las microempresas en el comercio electrónico, desde las razones por las cuales las personas comienzan un emprendimiento pasando por las razones por las que no se formalizan.

Se deberá determinar también cuando un contribuyente es o no susceptible de realizar una transacción donde se compute un hecho gravado, y, en consecuencia, con el acto propuesto, se fuerza a realizar la formalización del emprendimiento.

También se propondrá contribuir en un análisis de oportunidades de mejora teniendo el ejemplo de cómo el Servicio de Impuestos Internos se hizo cargo de las plataformas de servicios digitales, generando un sistema para dar cumplimiento a las obligaciones tributarias en la empresa generadora del servicio y no en el contribuyente final para así facilitar la fiscalización, también se propondrá un mecanismo adecuado para que las empresas de plataformas digitales (E-commerce), que permiten la comercialización de productos o servicios; siempre y cuando constituyan un hecho gravado básico de venta o servicio, tengan mayores requisitos para poder registrarse y proceder a comercializar a través de estas, a la vez, dar a conocer los distintos beneficios que mantiene la formalización, que no solo va con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, si no que desde el financiamiento hasta la capacitación por parte del Estado.

Será necesario implementar medidas que faciliten el proceso de formalización y el fisco



como administrador de esta carga impositiva debe demostrar una mayor fiabilidad y calidad para que los beneficios del sector formal sean realmente eficientes.

Como idea principal, queremos abordar la nula legislación que mantiene el sistema tributario chileno en virtud de los requisitos que mantiene las empresas de plataformas digitales (E-commerce), para que tanto pymes formalizadas como no formalizadas y personas naturales tiene para la comercialización de productos a través de estas.

Las plataformas digitales (E-commerce) registran las ventas teniendo una cuantía de contribuyentes que realizan la actividad, no solicitando, en su gran mayoría, como requisito la formalización.

Se utilizará el ejemplo de la empresa Linio Chile, que para poder proceder a la comercialización se debe dar garantía de entrega de la boleta o factura, de que la empresa esté constituida legalmente, inclusive de tener el respaldo operacional de dar devoluciones cuando corresponda, entendiendo que la formalización no solo tiene un tinte de carácter tributario sino también de carácter de los derechos del propio contribuyente, en caso de devoluciones de productos, de fallas o demoras en la entrega, etc.

3.3 Metodología.

El estudio se centrará en la evidencia entregada por las entidades competentes, sea el Ministerio de Economía, el Servicio de Impuestos Internos entre otros, en cuando a las estimaciones de informalidad a nivel de empresas a la fecha por rubro, entendiendo que, en el Plan General de Cumplimiento Tributario del año 2021, el S.I.I. incluye el incentivo a la formalización a través de la moral tributaria, por lo que se utilizará el método empírico para experimentación u observación de evidencia.

También se evaluará las implicancias económicas que mantiene la informalidad según los datos entregados por las entidades competentes para proponer un mecanismo que promueva la formalización de las nuevas empresas que se crean.



4. Marco teórico

Si bien existen variadas definiciones de lo que es el sector informal a nivel general, nos centraremos en las propuestas por las dos organizaciones más reconocidas a nivel mundial que estudian y promueven el cumplimiento de las normas y la formalización en los países que son miembros, siendo uno de estos Chile.

Por una parte, nos encontramos con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la cual es una agencia perteneciente a la ONU que estudia la economía informal poniendo énfasis en las consecuencias laborales que esta trae, dado que comprende más de la mitad de la mano de obra mundial y más del 90 por ciento de las microempresas y pequeñas empresas (MYPE) a escala mundial.

La OIT a la fecha mantiene la siguiente definición del sector informal, en su artículo *sector informal y las formas atípicas de empleo en la sección ámbitos del trabajo* realizado el año (2013), como:

“...un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esta actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca, o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo -en los casos que existan- se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales.” 1

Por otra parte, se encuentra la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), cuya misión es diseñar mejores políticas para una vida mejor, estudia el sector informal desde el punto de vista tributario y las consecuencias que este trae en la recaudación fiscal.



UNIVERSIDAD DE CHILE

En su última cumbre ministerial sobre inclusión social en América Latina y el Caribe realizado en 2020 habló de una informalidad cercano al 30% presente en nuestro país, y define en el sector informal como:

“Toda producción legal de bienes y servicios económicos que se oculta deliberadamente a las autoridades públicas para evitar el pago de impuestos, contribuciones a la seguridad social, cumplir con ciertas normas laborales o procesos administrativos.”

A nivel nacional, los organismos encargados de estudiar el sector informal son el Ministerio de Economía y el Servicio de Impuestos Internos (SII), el primero lo hace desde el punto de vista del desarrollo y crecimiento económico del país, donde en el año 2018 en su Boletín de Informalidad EME 5 define este sector de la misma forma que lo hizo la OIT, y centra sus estudios de la materia en los microemprendimientos.

Por su parte el SII no mantiene una definición específica de informalidad, pero si aborda el concepto en el Plan de Gestión del Cumplimiento Tributario, en base a la moral tributaria, que es definida también por la OCDE como: *“La motivación intrínseca a pagar impuestos, que es un aspecto vital del sistema tributario, ya que muchos de dichos sistemas dependen del cumplimiento voluntario de los contribuyentes para aumentar sus ingresos.”*, Tax Morale: What Drives People and Businesses to Pay Tax?, OECD Publishing, Paris (2019).

Dicho lo anterior, El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo define la Formalización en la guía para formalizar tu emprendimiento (2021) como *“El conjunto de trámites y procedimientos necesarios para que una iniciativa de emprendimiento se constituya como una entidad propia y cumpla con las normativas y regulaciones laborales, sanitarias, municipales, tributarias, entre otras”*.

A través de este proceso, cualquier persona o grupo de personas logra que su emprendimiento adquiera el pleno derecho a funcionar en orden, ajustado a la legalidad vigente, con responsabilidad tributaria, reconocido por la sociedad y con los permisos que el giro de sus actividades requiere.



5. Estado del arte

El comercio es la transferencia de bienes y servicios entre personas o con otras entidades, y proviene desde el periodo neolítico, donde comienza con el intercambio de mercancías por otras mercancías hasta la introducción de la moneda.

Con el avance del comercio a través de la historia, es que, aproximadamente en los años 20 del siglo XX, en EE. UU., nace el comercio electrónico mediante la venta por catálogo, que consistía en poder comprar artículos sin necesidad de observarlos físicamente, sino mediante fotos ilustrativas con las características de los productos. Este avance permitía llegar a lugares de difícil acceso donde no existían el comercio o locales de venta de productos cerca.

En la década de 1980 el método de venta por catálogo empezó a realizarse a través de la televisión lo que permitió visualizar los productos y sus características más distintivas, ofreciendo la posibilidad de realizar la compra mediante un llamado telefónico pagando a través de la tarjeta de crédito y recibir posteriormente el producto.

Otro hito importante en la historia el comercio digital es en el año 1960, donde se inventa la herramienta de “Electronic Data Interchange” o “EDI”, que es una plataforma que le facilitaba a las empresas transmitir datos financieros de manera electrónica lo que permitía procesar con mayor rapidez las operaciones y la llegada a un mayor número de usuarios.

Con la llegada de la World Wide Web, junto con la creación de las páginas web, mejora la accesibilidad de los usuarios para conocer nuevas marcas y realizar compras.

Hoy en día las redes sociales, los smartphones, la web social, que comprende aquellos sitios web que facilitan compartir información junto con el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web, permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí, como creadores de contenido, además los teléfonos inteligentes, que hoy en día tenemos a nuestro alcance están cambiando los hábitos de consumo del mundo.

En Chile, desde el 2010 en adelante, las redes sociales pasan a liderar la web y se



masifican las tiendas online que no requieren de un conocimiento técnico para su elaboración generando la posibilidad de que cualquier persona pueda abrir una tienda o microempresa y comenzar a comercializar sus productos a través de catálogos digitales.

6. Marco normativo

El artículo N°3 del Código del Trabajo define empresa como "*...toda organización de medios personales, materiales e inmateriales, ordenados bajo una dirección, para el logro de fines económicos, sociales, culturales o benéficos, dotada de una individualidad legal determinada*".

Bajo la definición del código del trabajo expuesta, no está contemplado el concepto de formalización, por lo que una empresa se puede generar tácitamente por una organización o familia sin necesidad que esta pase por este proceso.

La formalización de una empresa puede ser a través del régimen general (Diario Oficial) o a través del régimen simplificado (en adelante RES).

La etapa principal, antes de determinar el tipo de régimen que se ocupará para realizar la formalización, es la elección de la figura societaria, la que dependerá de las necesidades propias de la empresa y determinará que normativa observará la sociedad.

Decreto Ley 830, Código Tributario: Regula la potestad del SII como entidad recaudadora, fiscalizadora y administradora de los impuestos internos de Chile para que dé cumplimiento a sus objetivos que apuntan por una parte a disminuir la evasión, maximizar y facilitar el cumplimiento tributario voluntario.

También plantea el deber de inscripción en el Rol Único Tributario y el inicio de actividades para las personas que desarrollen una actividad comercial o profesional de las referidas en los artículos 20°, N°s 1, letras a) y b), 3, 4 y 5, y 42° N° 2 de la Ley de la Renta.



UNIVERSIDAD DE CHILE

Decreto Ley 824, Ley de Impuesto a la Renta: Regula el pago de impuesto a la renta inclusive para las actividades desarrolladas a través de plataformas digitales si estas constituyen un aumento patrimonial “... los ingresos que constituyan utilidades o beneficios que rinda una cosa o actividad y todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciban o devenguen, cualquiera que sea su naturaleza, origen o denominación.”

Decreto Ley 825, Ley de Impuesto al Valor Agregado: El impuesto al valor agregado, debe ser pagado por todos los ciudadanos cada vez que adquieren algún servicio o bien mueble o inmueble y al cual se encuentran afectas las ventas por internet.

Ley 20.416 (2010), Fija normas especiales para las empresas de menor tamaño, define microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas con la finalidad de impulsar la mejor orientación, coordinación y fomento de las empresas de menor tamaño, en el contexto de entender que son las empresas de menor tamaño quienes componen en gran parte el sector informal.

7. Desarrollo y resultados

Para efectos de este informe, se considerará que un emprendimiento es formal si ha iniciado actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII) ya sea como trabajador independiente, persona natural, Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.) o algún otro tipo de sociedad.

Es importante señalar que del proceso de compra de productos a través de plataformas digitales, según la Cámara Nacional de Comercio (2021), durante el segundo trimestre del 2021, proyecta que un (70%) de usuarios de internet realizó al menos una compra vía plataformas (E-commerce) alcanzando USD \$5.324,1 millones considerando compras en canales digitales formalizados como no formalizados, donde se proyecta que las ventas por canales informales son alrededor de USD 692,1 millones equivalente a un (13%) de las compras realizadas.



La venta de productos a través de internet puede ser a través de usuarios de las mismas plataformas, por lo que, para poder realizar un mejor análisis, lo primero que se debe determinar es si la comercialización de productos la genera o no un vendedor, ya que si la venta la realiza una persona natural que no mantiene la calidad de vendedor, dicha venta la puede realizar la persona natural sin necesidad de estar formalizado.

Si la venta de productos mantiene los siguientes elementos, estaríamos frente a un hecho gravado:

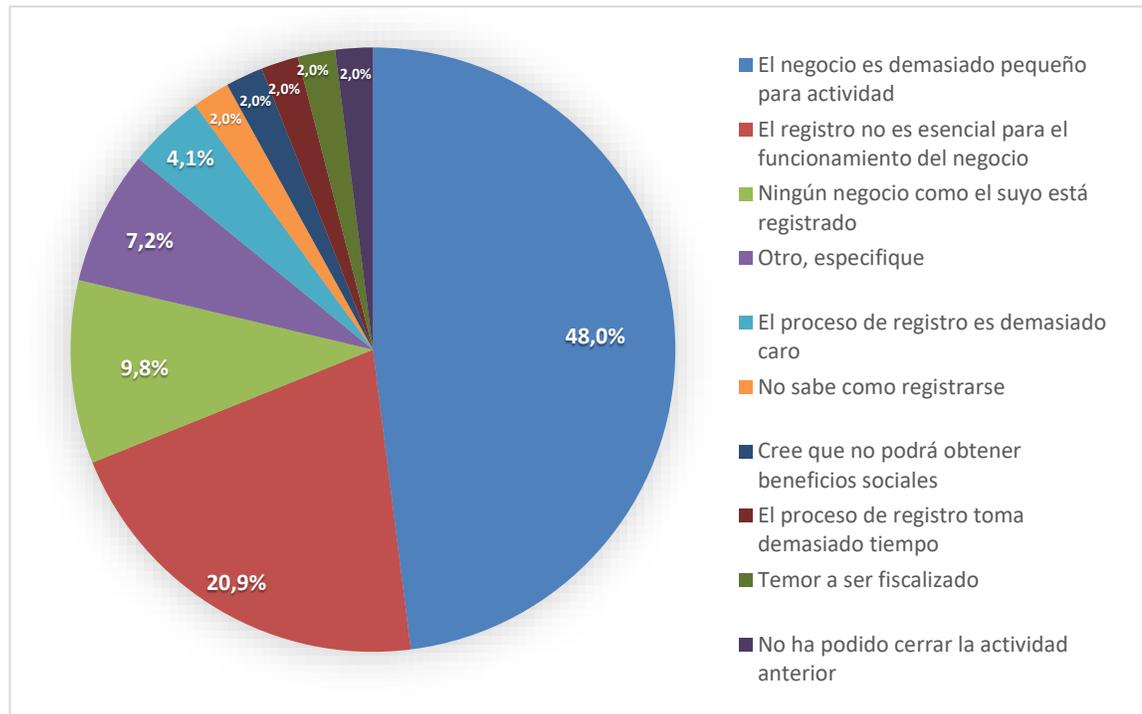
- I. Celebración de una convención o contrato.
- II. La convención o contrato debe servir para transferir el dominio de bienes corporales muebles.
- III. Si la transferencia la efectúa un vendedor, entendiéndose como tal a cualquiera persona natural o jurídica.
- IV. La convención o contrato se realiza a título oneroso o prestaciones recíprocas.
- V. Los bienes están situados en Chile.

Los requisitos copulativos mencionados anteriormente son los que determinan si estamos en frente de un hecho gravado de IVA, y, en consecuencia, la persona natural está obligada a realizar la formalización de su emprendimiento, ya sea como persona natural, en calidad de empresario individual, o como persona jurídica.

Una vez que existe el ánimo de la creación de una microempresa, está la decisión de formalizar o no el microemprendimiento, que según el informe de resultados de informalidad EME 6 (2020), las razones por las cuales las personas no realizan la formalización son las siguientes:



Gráfico N°2: Razones para no formalizar
(% del total de micro emprendedores informales)



Fuente: Elaboración propia en base a la Sexta Encuesta de Microemprendimiento (2020).

En un (48%) es que el negocio es demasiado pequeño para la actividad, no proyectando buenos resultados a futuro y pensando que no generarán un impacto positivo en la economía nacional.

En un (20,9%) que el registro no es esencial para el funcionamiento del negocio, existiendo aquí un desconocimiento de los múltiples beneficios que trae la formalización y no solo las obligaciones.

Según la Cámara Nacional de Comercio del total de transacciones realizadas a través de plataformas digitales un 14% fueron informales, período donde, dado el comienzo de la pandemia y sus cuarentenas, la informalidad se aumentó exponencialmente en las



UNIVERSIDAD DE CHILE

plataformas digitales junto con la fuerte demanda que tuvieron al no poder abrir el comercio presencial.

En cuanto al monto gastado, se evidencia que \$13 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad.

De esta manera, en el segundo trimestre del año 2021 se estima que en el sector comercio se hicieron compras a través de plataformas digitales por un total de US\$5.324,1 millones de los cuales US\$ 692,1 millones fueron destinados a compras informales en el canal digital, acumulando de esta manera un total de US\$1.193,3 en el primer semestre del año, 42% superior a lo reportado en igual periodo del año pasado.

Una vez determinado la proyección de empresas informales en virtud de las ventas realizadas a través de las plataformas digitales, nos enfocaremos en las plataformas por las cuales los contribuyentes generan sus ventas de productos a través de catálogos digitales.

Las empresas como *Mercado Libre, Linio, Yapo, Sumar, Facebook Marketplace, Rappi, Instagram, etcétera*, sirven como plataformas para distintas personas naturales o pymes; formales e informales, para comercializar productos o servicios.

Abordaremos 3 ejemplos claros de como las plataformas digitales (E-commercer), como operan y los requisitos que mantienen para la comercialización de productos.

I. Linio Chile

La plataforma Linio Chile, para la comercialización de productos exigen requisitos copulativos de ingreso para proceder a realizar las ventas a través del portal, los cuales son los siguiente:

- I. Capacidad para aceptar devoluciones y manejar garantías de los productos comercializados.



UNIVERSIDAD DE CHILE

- II. Productos legales y originales.
- III. Empresa legalmente constituida.
- IV. Emitir factura al cliente final.

Lo antes mencionado demuestra que hay plataformas (E-commerce) que exigen la formalización como requisito excluyente para la comercialización de productos a través de catálogos digitales, generando un eventual cumplimiento tributario de las obligaciones que exige el legislador y a la vez poder ejercer acciones de fiscalización estando en el registro de contribuyentes formalizados del Servicio de Impuestos Internos.

II. Facebook Marketplace

La venta de productos y servicios a través de esta plataforma lo realizan personas naturales o Pymes (formales o informales) donde solo hay que ingresar con el usuario y clave de la Red Social Facebook, subir el catálogo o producto, y comenzar con la comercialización.

Esta plataforma no mantiene ningún requisito de ingreso en virtud de la formalización ni del cumplimiento tributario de las ventas de productos o servicios, quedando por un lado fuera del registro de contribuyente que mantiene el Servicio de Impuestos Internos, generando una dificultad en fiscalización y no generando certeza del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

III. Mercado Libre

El caso de **Mercado Libre** genera requisitos diferenciados; para personas naturales como para contribuyentes formalizados, siendo el único requisito para las personas naturales crear una cuenta en el portal web de Mercado Libre Chile y comenzar a vender el/los productos que se quiere comercializar.



El requisito para empresas es estar formalizado, y consiste en adjuntar en la creación de la cuenta a través del portal, el RUT y la razón social de la empresa, no obstante, no está como requisito secundario el emitir boleta o factura al cliente final, generando incertidumbre en el cumplimiento tributario, pero al menos se puede ejercer planes de fiscalización por parte del Servicio de Impuestos Internos ya que el contribuyente se encuentra en los registros de formalizados que mantiene este servicio.

Los datos mencionados anteriormente fueron extraídos de las propias páginas de las plataformas.

Según lo expuesto, el Servicio de Impuestos Internos al no poder exigir a las plataformas digitales requisitos mínimos de entrada para la comercialización de productos, aborda la informalidad con acciones comunicacionales, como, por ejemplo, la “guía de emprendedores de tiendas online” donde se detallan lo siguiente:

I. Beneficios de cumplir las obligaciones tributarias

La formalización no solo tiene relación con obligaciones tributarias, sino que también se puede acceder a distintos beneficios como, por ejemplo: Obtención de créditos por parte de entidades financieras, Beneficios elaborados por CORFO o SERCOTEC, Acceder a programas de formación y certificación SENCE, Ser beneficiario de subsidios dirigidos a empresas, como, por ejemplo, a causa del COVID-19.

II. Alternativas para generar una empresa

Lo primero es definir si la empresa funcionará como persona natural o persona jurídica.

Las personas naturales pueden ser las siguientes:

- i. Empresarios individuales
- ii. Microempresa familiar



UNIVERSIDAD DE CHILE

Las personas jurídicas pueden ser las siguientes:

- i. Sociedad Anónima
- ii. Sociedad por acciones
- iii. Sociedad de Responsabilidad Limitada
- iv. Sociedad Colectiva
- v. Sociedad en Comandita
- vi. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

De acuerdo con esta elección que debe realizar el contribuyente, que dependerá de las necesidades propias de la empresa, determinará la normativa que observará la sociedad para regirse en el futuro.

III. Requisitos legales – Trámites - Formalización

Una vez realizada la elección, se debe realizar la formalización la cual puede ser en base a los regímenes que se muestran a continuación:

El régimen general contiene varios pasos, los cuales se verán a continuación:

- i. Escritura de constitución de la sociedad
- ii. Otorgamiento de la escritura pública a la notaria
- iii. Inscripción Registro de Comercio en el Conservador de Bienes Raíces
- iv. Publicación en el Diario Oficial
- v. Inicio de actividades ante el S.I.I.

El régimen simplificado que permite realizar la formalización; en base a la Ley 20.659, vía plataforma web, facilita los trámites de constitución, registro y obtención del RUT de la empresa, que se constituyen en línea, en un solo día, y solo se debe completar la siguiente información:



UNIVERSIDAD DE CHILE

- i. Completar el formulario en línea
- ii. Firmar el formulario
- iii. Obtención de RUT e iniciar actividades ante el Servicio de Impuestos Internos

Cabe señalar que el formulario propuesto por el portal “tú empresa en un día” (<https://www.registrodeempresasysociedades.cl>) en que se deberá elegir primero la figura societaria, rellenar con la información personal de los socios, aportes de cada uno, giro que tendrá la empresa, dará como consecuencia, la escritura de la sociedad que se creará automáticamente en base a las cláusulas tipo que contiene el formulario en línea.

IV. Documentos tributarios

Toda persona o contribuyente que efectúa una actividad económica, aunque sea a distancia o a través de Internet por plataformas digitales, tiene como requisito fundamental el de emitir documentos tributarios autorizados o timbrados por el SII, para respaldar sus ventas.

Los principales documentos son: Boletas, Facturas, Facturas de inicio, Guías de despacho, Notas de débito, Notas de crédito, como también debe timbrar los registros obligatorios para respaldar la contabilidad de la empresa.

En relación con el sistema de facturación por parte del contribuyente, puede ser alguno disponible en el mercado o el gratuito del Servicio de Impuestos Internos que permite, sin costo para el contribuyente, emitir y recibir los Documentos Tributarios Electrónicos (DTE), facturas electrónicas, notas de crédito, notas de débito y guías de despacho.

V. Declaración de impuestos

Los microempresarios una vez que han cumplido con sus obligaciones y que se encuentran debidamente formalizados, deben presentar declaraciones de impuestos como parte de sus obligaciones, las cuales son la declaración de impuestos mensuales



UNIVERSIDAD DE CHILE

(Formulario 29) y la declaración de renta (formulario 22).

El propósito de la “guía de emprendedores” es contribuir al cumplimiento de las obligaciones tributarias de quienes venden productos o servicios a través de dichas plataformas, para que puedan acceder a una serie de beneficios que el Estado entrega a emprendedores y así ayudar a que sus emprendimientos se consoliden y crezcan en el tiempo.

También invita a evitar a exponerse a sanciones o multas en la eventualidad que, a través de planes de fiscalización, sea sorprendido comercializando sin los requisitos mínimos jurídicos para la actividad.

Por otra parte, el Servicio de Impuestos Internos realiza capacitaciones o charlas, de manera online, a distintos gremios, municipales, o al público en general, para que tomen conocimiento de los beneficios de la formalización.

También la administración tributaria nacional trabaja coordinadamente con otras administraciones para compartir buenas prácticas en la detección de comercio informal y de modelos de negocio que podrían estar implementándose en los sectores analizados.

En base al trabajo realizado por la administración tributaria, es que, según los datos del Informe mensual de constitución de empresas y sociedades a octubre del 2021, suministrado por el Ministerio de Economía Fomento y Turismo durante el año 2021 nos muestra los siguientes datos:



Fecha	RES	Diario Oficial	Total
Enero	13.812	2.136	15.948
Febrero	13.117	1.907	15.024
Marzo	15.994	2.190	18.184
Abril	14.369	2.045	16.414
Mayo	13.517	2.361	15.878
Junio	15.527	2.091	17.618
Julio	14.817	2.286	17.103
Agosto	16.602	2.353	18.955
Septiembre	14.843	2.189	17.032
Octubre	16.039	2.121	18.160
Total	148.637	21.679	170.316

Fuente: MINECON y Diario Oficial

Por lo que, durante el año 2021 se han constituido 148.637 empresas y sociedades entre el Régimen General (Diario Oficial) y el Régimen Simplificado (RES). El (87,3) de estas constituciones se realizó a través del RES, mientras que el (12,7 %) restante se hizo a través del Diario Oficial.

8. Conclusiones y recomendaciones

Las oportunidades de mejora en respuesta a la informalidad en relación a la comercialización vía plataformas digitales, teniendo presente que las ventas a través de estas plataformas seguirán creciendo de manera exponencial, ya que cada vez son más negocios que están optando por los canales digitales debido a la pandemia que estamos atravesando, son los siguientes:

I. El Servicio de Impuestos Internos, según 2 reuniones sostenidas con los siguientes jefes de área:



UNIVERSIDAD DE CHILE

- Jefe de área del Departamento de Análisis de Riesgo y Cumplimiento.
- Jefe de área del Departamento de Estudios Económicos y Tributarios.

funcionarios que mantiene conocimiento del sector informal en plataformas digitales nos indican que dentro de las posibilidades se puede abordar la informalidad para bajar los porcentajes de contribuyentes que no realizan la formalización, puede ser en base a 2 premisas.

- i. Una sanción, ya sea a través de un impuesto u alguna infracción.

En virtud de lo mencionado, castigar a los contribuyentes mediante sanciones o infracciones, es acertado ya que bajaría de manera exponencial la informalidad según el análisis realizado por la entidad fiscalizadora, no obstante, las decisiones deben considerar todas las variables, y hoy socialmente es poco oportuno ejercer una sanción o infracción a contribuyentes informales, ya que, el Servicio de Impuestos Internos está siempre bajo el escrutinio del público general, tanto la institución, como sus funcionarios a diario, debido en gran parte por el conocimiento mediático de la institución y a los acontecimientos conocidos a nivel nacional sobre decisiones, que, si bien están tomadas dentro del ámbito legal, son poco decorosas moralmente para gran parte de la sociedad civil, por lo que, en futuro pueden ser una herramienta útil para disminuir la informalidad.

En este sentido, como fue mencionado, aplicar una sanción o infracción a las personas, sean naturales o jurídicas; o eventuales sociedades no formalizadas, según los funcionarios entrevistados, sería adecuado cuando sean consideradas todas las variables, tanto económicas como sociales imperantes en los momentos en que se necesite aplicar una sanción y/o infracción para abordar la informalidad en la venta de productos a través de plataformas digitales (E-commerce).

- ii. En base a educación fiscal.

Otra manera de poder abordar la informalidad es a través de la educación fiscal.



UNIVERSIDAD DE CHILE

El Servicio de Impuestos Internos trabaja la informalidad a través del Plan de Gestión del Cumplimiento Tributario (PGCT), en virtud de la moral tributaria que a través de un conjunto de valores que determinan un adecuado comportamiento de los ciudadanos respecto a sus obligaciones con el Estado.

II. El Servicio de Impuestos Internos mantiene un catálogo explicativo de forma detallada las diferentes obligaciones tributarias y trámites que deben realizar los eventuales contribuyentes.

La guía trae información básica sobre lo siguiente:

- i. Quién puede y debe formalizar una empresa.
- ii. Requisitos legales.
- iii. Trámites.
- iv. Documentos tributarios.
- v. Declaración de impuesto que se debe presentar tanto sobre Impuesto al Valor Agregado (IVA) o Impuesto a la Renta.

El propósito del catálogo es contribuir al cumplimiento de las obligaciones tributarias de quienes venden productos o servicios a través de plataformas digitales (E-commerce).

Si se pudiera conseguir un avance mayor en la formalización del sector informal, las eventuales empresas no solo tendrían beneficios tributarios si no también la opción de postular a créditos, postular a licitaciones, ser beneficiarios de programas de la Corporación de Fomento (CORFO) y/o el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), acceso a programas y certificación del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).

Se debe, por parte de la entidad fiscalizadora, generar un mayor conocimiento del catálogo informativo en las mismas plataformas, sea por Redes Sociales o a través de las mismas plataformas digitales, incluso, realizar una participación en conjunto con éstas para que los contribuyentes que realizan ventas, que están identificados por parte



de las plataformas, puedan realizar la formalización.

III. Trabajar en conjunto con organismos estatales, como SERCOTEC para apoyar a emprendedores o microempresarios en el conocimiento tanto de sus obligaciones como de los beneficios tributarios, entregando facilidades que ayuden a mejorar su cumplimiento tributario, y a la vez, ayudar a poder postular o recibir beneficios entregados tanto, por el estado, fundaciones como la empresa privada.

Otro dato importante, es que SERCOTEC, no realiza el acompañamiento posterior a la formalización, dejando a los micro empresarios en una suerte de limbo, ya que si bien el Servicio de Impuestos Internos, a través de catálogos informativos y en el portal www.sii.cl elabora las propuestas tanto del formulario 29 de declaración mensual y pago de impuestos, y del formulario 22 de impuesto a la renta, lo tedioso del lenguaje técnico, tanto contable como tributario, hacen que se haga complejo el cumplimiento de los microempresarios recién formalizados, además el costo que conlleva mantener un contador para endosar en él las responsabilidades empresariales, sobre todo en microempresas.

No obstante, el Régimen Simplificado de formalización, ha hecho mucho más viable el proceso, ya que, según los datos expuestos, un 87,3% de las empresas creadas durante el año 2021, han sido por este régimen.

En este sentido, se recomienda como oportunidad de mejora que tanto el Servicio de Impuestos Internos, como el Ministerio de Economía, deben realizar acciones que vayan en dirección al acompañamiento posterior a la formalización a los contribuyentes, sea por parte de SERCOTEC o alguna otra entidad de gobierno, que ayude tanto con las obligaciones mensuales como anuales que mantienen, tanto financieras como tributarias, ayudando de manera directa a las microempresas a efectuar el cumplimiento tributario.

IV. La formalización en el contexto actual debe venir acompañada de acciones “potentes” que motiven a los microempresarios a dejar la informalidad.



Una manera importante de motivar la formalización es dando a conocer el detalle de las acciones que realiza el estado con los impuestos recaudados por el fisco (un dashboard del uso del recurso).

El Servicio de Impuestos Internos genera un reporte anual que es una iniciativa para promover la rendición de cuentas del gasto público, de modo que las personas naturales conozcan el aporte que han realizado a través del pago de sus impuestos, y cómo se han invertido dichos recursos para atender las necesidades del país y sus habitantes. El informe lo reciben las personas naturales que realicen su declaración de renta respecto de los ingresos recibidos el año comercial respectivo, y se envía durante abril y mayo a los contribuyentes que declaren renta dentro de plazo y acepten la propuesta que les entregue el SII, los cuales podrán visualizar el documento al finalizar su declaración.

Es importante tener presente cómo el Estado utiliza los impuestos que aportó cada contribuyente, por tipo y área del gasto público, es importante considerar que la recaudación de Impuesto a la Renta e IVA se destina a arcas fiscales, por su parte, la recaudación por contribuciones de bienes raíces se destina a las municipalidades del país.

De manera complementaria, las personas que no realicen una declaración de renta; ya que no mantienen la obligación de realizarla, pero que sí generaron ingresos en 2020, podrán acceder a la misma información.

El contenido del informe contiene lo siguiente:

- i. El monto exacto pagado por los contribuyentes en Impuesto a la Renta informado en la declaración de la Operación Renta del año comercial respectivo.
- ii. Una estimación del Impuesto de Valor Agregado (IVA) que pago el contribuyente según los ingresos declarados en la Operación Renta respectiva.



UNIVERSIDAD DE CHILE

- iii. El monto girado por contribuciones de bienes raíces, respecto de las propiedades que se encuentren a nombre del contribuyente que realiza la declaración.
- iv. Los ingresos y gastos públicos totales del Gobierno durante el 2020.

V. Se propone como oportunidad de mejora generar requisitos copulativos de ingreso a las plataformas digitales para poder realizar ventas a través de catálogos, como son los siguientes:

- i. Capacidad para aceptar devoluciones y manejar garantías de los productos comercializados.
- ii. Productos legales y originales.
- iii. Empresa legalmente constituida.
- iv. Emitir factura al cliente final.

Estos requisitos dan garantías de formalización para los eventuales contribuyentes que quieran empezar a vender productos a través de plataformas digitales, ya que, generando requisitos como el de emitir factura al cliente final, y que la empresa esté legalmente constituida, generan certeza en que cada eventual contribuyente que quiera comenzar a comercializar productos a través de estas plataformas deberá por obligación realizar la formalización.

No solo generara garantías en el proceso de formalización, sino que también dan certeza jurídica en virtud de los derechos del consumidor de los productos enajenados.

VI. Que las plataformas digitales mantengan en sus términos y condiciones la responsabilidad por el efectivo cumplimiento de las obligaciones establecidas por las leyes vigentes, tanto tributarias como comerciales, de las eventuales empresas que quieran comercializar sus productos.

Se propone generar requisitos de cumplimiento de no mantener situaciones pendientes, tanto tributarias como comerciales, para poder comercializar los productos a través de las plataformas.



UNIVERSIDAD DE CHILE

Por último, la formalización de las empresas debe analizarse en el contexto de un proyecto, con temporalidad definida (micro, corto, mediano y largo plazo), alcance y objetivos (definidos, concretos y con compromiso), indicadores de avance (si lo puedo medir lo puedo gestionar), medidas de control (monitorear siempre es clave para ver desviaciones o distorsiones), gestión de riesgos (de manera holística y transversal) y, sobre todo, un adecuado manejo de información y promoción.



9. Bibliografía

- i. Cámara Nacional de Comercio, Índice Informalidad en el E-Commerce segundo trimestre (2021).
- ii. Cámara Nacional de Comercio, Reporte informalidad en el comercio electrónico.
- iii. Cámara Nacional de Comercio, Reporte primer trimestre de este año 2021.
- iv. Centro de Desarrollo OCDE. Informalidad y política fiscal en América Latina (2012).
- v. Ministerio de Economía Fomento y Turismo, Boletín Informalidad en el Microemprendimiento en Chile Resultados de la EME 5 (2018).
- vi. Ministerio de Economía Fomento y Turismo. Boletín La informalidad del microemprendimiento en Chile EME 6 (2020).
- vii. Ministerio de Economía Fomento y Turismo. Guía para formalizar tu emprendimiento (2021).
- viii. Organización Internacional del Trabajo. Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (1993).
- ix. Servicio de Impuestos Internos, Plan de Gestión de Cumplimiento Tributario 2021.
- x. www.ilo.org artículo sector informal y las formas atípicas de empleo en la sección ámbitos del trabajo
- xi. www.oecd.org
- xii. www.sii.cl