

QUE EXPIDE LA LEY DEL IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS PROCEDENTES DE SERVICIOS DIGITALES, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PRD

El suscrito, diputado Javier Salinas Narváez, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, en la LXIV Legislatura del Congreso de la Unión, con fundamento en los artículos 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 6, numeral 1, fracción I; 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a la consideración del pleno de la Cámara de Diputados, la siguiente **iniciativa con proyecto de decreto por el que se expide la Ley del Impuesto sobre los Ingresos Procedentes de Servicios Digitales**, con base en la siguiente:

Planteamiento del Problema

De acuerdo con el Consejo de la Comisión Europea,¹ la economía mundial está adquiriendo rápidamente carácter digital y, como consecuencia de ello, han surgido nuevas maneras de hacer negocios.

Las empresas digitales se caracterizan por el hecho de que sus operaciones están estrechamente vinculadas a internet. En particular, los modelos de negocio digitales se basan en gran medida en la capacidad para llevar a cabo actividades a distancia y con escasa o nula presencia física, en la contribución de los usuarios finales a la creación de valor, así como en la importancia de los activos intangibles.

Desafortunadamente, las normas actuales sobre tributación sobre la renta de las personas morales (sociedades) desarrolladas durante el siglo XX se basan en la idea de que la imposición debe tener lugar allí donde se crea el valor. Sin embargo, la aplicación de las normas actuales a la economía digital ha llevado a un desajuste entre el lugar donde se gravan los beneficios y el lugar donde se crea valor, en particular en el caso de los modelos de negocio que dependen en gran medida de la participación de los usuarios.

Por tanto, ha quedado patente que las actuales normas relativas al impuesto sobre la renta de las sociedades destinadas a gravar los beneficios generados por la economía digital son inapropiadas y requieren una revisión.

Habida cuenta de la dimensión mundial del problema que plantea la imposición de la economía digital, la mejor estrategia consistiría en encontrar una solución internacional y multilateral al respecto. Sin embargo, es difícil realizar progresos a nivel internacional.

A la espera de estas medidas, cuya adopción e implementación podría llevar tiempo, los Estados se ven sometidos a presiones para que actúen al respecto, habida cuenta del riesgo existente de que la base imponible de su impuesto sobre sociedades sufra una erosión considerable a lo largo del tiempo.

Para tal efecto, es preciso definir los siguientes elementos del impuesto:

I. Los ingresos gravables (qué se grava),

II. El sujeto pasivo (quién tributa),

III. El lugar de imposición (qué proporción de los ingresos gravables se considera obtenida en un estado miembro y en qué momento),

IV. La exigibilidad,

V. El cálculo del impuesto,

VI. El tipo impositivo y

VII. Las obligaciones formales, incluido el mecanismo de recaudación.

Dado el caso, resulta recomendable limitar la aplicación del impuesto a los ingresos procedentes de la prestación de determinados servicios digitales. Estos servicios digitales deben ser los que dependan en gran medida de la creación de valor por parte de los usuarios y en los que suela observarse un mayor desajuste entre el lugar en que se gravan los beneficios y el lugar donde están establecidos los usuarios. Son los ingresos obtenidos de la transformación de la contribución de los usuarios los que deberían ser objeto de gravamen, y no la propia participación de los usuarios.

En el caso de México, la reforma constitucional en telecomunicaciones permitió que México se haya convertido en un referente internacional en materia de servicios digitales y de participación digital en línea.

Somos un punto de referencia internacional en materia de servicios digitales y de participación digital en línea.

Euromonitor Internacional, empresa especializada en la realización de estudios de mercado, publicó que para el año 2015, el volumen de ventas *online* en América Latina alcanzó los 59 mil millones de dólares; siendo el más importante el de Brasil (42 por ciento), seguido por México (18 por ciento), Argentina (12 por ciento), Chile (9 por ciento) y Colombia (5 por ciento).²

El comercio electrónico en México ha crecido más de 400 por ciento en los últimos seis años, cifra que resulta atractiva para inversionistas a nivel mundial. Este crecimiento ha logrado posicionar a México como uno de los principales mercados de este tipo en Latinoamérica.

En servicios digitales, México pasó del lugar 35 al 19 dentro del ranking mundial y que en cuanto a participación digital en línea éramos el lugar séptimo en 2012 en América Latina y el Caribe, somos el primero de la región y pasamos del lugar 45 al lugar 14 del mundo.

México se perfila como el país con mayor potencial en cuanto al consumo de servicios por internet en la región, seguido de Brasil y Argentina, y en cuanto al uso de plataformas de terceros para realizar alguna transacción, como es la reventa legal de boletos, según mostró un reciente informe de StubHub.³

Según la Asociación Mexicana de Venta Online, la estimación del valor de Mercado del comercio electrónico en México 2016 fue de 329 mil millones de pesos en 2016.⁴

Argumentos

De lo anteriormente expuesto, se aprecia la necesidad de gravar los crecientes ingresos provenientes de los servicios digitales prestados por las empresas globales más importantes del mundo, las cuales no tributan en nuestro país, a pesar de contar con ingresos ingentes por la venta de servicios en México.

En particular, los ingresos gravables deben ser aquellos derivados de la prestación de los siguientes servicios:

- I. La inclusión en una interfaz digital de publicidad dirigida a los usuarios de dicha interfaz;
- II. La puesta a disposición de interfaces digitales multifacéticas que permitan a los usuarios localizar a otros usuarios e interactuar con ellos, y que puedan facilitar asimismo las entregas de bienes o las prestaciones de servicios subyacentes directamente entre los usuarios (servicios de intermediación); y
- III. La transmisión de los datos recopilados acerca de los usuarios que hayan sido generados por actividades desarrolladas por estos últimos en las interfaces digitales. Si la prestación de dichos servicios no genera ingresos, no debe poder aplicarse el impuesto. Los demás ingresos obtenidos por la persona moral que presta dichos servicios pero que no se deriven directamente de tales prestaciones deberían quedar también fuera del ámbito de aplicación del impuesto.

Los servicios consistentes en la inclusión en una interfaz digital de publicidad de un cliente dirigido a los usuarios de dicha interfaz no deben definirse por referencia al propietario de la interfaz digital a través de la cual la publicidad aparece en el dispositivo de un usuario, sino más bien por referencia a la persona moral responsable de facilitar que la publicidad aparezca en dicha interfaz.

Ello se debe a que para una empresa que incluye publicidad de un cliente en una interfaz digital el valor reside en el tráfico de usuarios y en los datos de los usuarios que suelen tenerse en cuenta a efectos de la inclusión, con independencia de que la interfaz pertenezca a la propia empresa o a un tercero que alquile el espacio digital donde va a aparecer el anuncio publicitario.

No obstante, es preciso aclarar que, en los casos en que el proveedor del servicio publicitario y el propietario de la interfaz digital sean personas morales diferentes, no se considerará que este último ha prestado un servicio cuyos ingresos son gravables a efectos de aplicación del impuesto. De este modo, se evitarán posibles efectos en cadena y la doble imposición.

Los servicios prestados por las interfaces digitales multifacéticas deben definirse por referencia a su capacidad para permitir a los usuarios localizar a otros usuarios e interactuar con ellos. El aspecto que diferencia a las interfaces digitales multifacéticas es que estas últimas permiten una interacción de los usuarios que no podría darse si las interfaces no pusieran en relación a los usuarios. Dicho de otro modo, la interfaz permite a los usuarios ponerse en contacto con otros usuarios.

Puede considerarse que algunos de los servicios denominados habitualmente servicios de comunicación o de pago, tales como los servicios de mensajería instantánea, de correo electrónico y de pago electrónico, también facilitan la interacción de los usuarios a través de una interfaz digital, pero los usuarios no suelen poder ponerse en contacto entre sí a menos que ya hayan establecido relación por otros medios. Los ingresos procedentes de la prestación de servicios de comunicación y de pago estarán exentos del impuesto, ya que sus proveedores no operan como un mercado, sino que fabrican más bien programas informáticos de apoyo u otros instrumentos de tecnologías de la

información que permiten a los clientes comunicar con otras personas con las que, en la mayoría de los casos, ya mantienen un contacto.

En el caso de las interfaces digitales multifacéticas que facilitan una entrega de bienes o una prestación de servicios subyacentes directamente entre los usuarios de la interfaz, las operaciones subyacentes y los ingresos conexos obtenidos por los usuarios deben quedar exentos del impuesto.

Los ingresos procedentes de actividades minoristas consistentes en la venta de bienes o servicios que se contratan en línea a través del sitio web del proveedor de esos bienes o servicios y en las que el proveedor no actúa en calidad de intermediario deben quedar exentos del impuesto, ya que, para el minorista, la creación de valor reside en los bienes o servicios suministrados, y la interfaz digital se utiliza únicamente como un medio de comunicación.

A fin de determinar si un proveedor vende bienes o servicios en línea por cuenta propia o presta servicios de intermediación, sería preciso tener en cuenta la naturaleza jurídica y económica de la operación. Por ejemplo, podría considerarse que un proveedor de una interfaz digital en la que se ponen a disposición bienes de terceros presta un servicio de intermediación (es decir, pone a disposición una interfaz digital multifacética) cuando no se asumen riesgos de inventario, o cuando es el tercero quien fija de forma efectiva el precio de dichos bienes.

Los servicios consistentes en el suministro de contenidos digitales por una persona moral a través de una interfaz digital deben quedar exentos del ámbito de aplicación del impuesto, con independencia de que los contenidos digitales sean propiedad de esa persona moral o de que esa persona moral haya adquirido sus derechos de distribución.

Aun cuando pueda admitirse que existe cierta forma de interacción entre los destinatarios de esos contenidos digitales y, por tanto, pueda considerarse que el proveedor de tales servicios pone a disposición una interfaz digital multifacética, no queda tan claro que el usuario desempeñe un papel central en la creación de valor para la empresa que entrega los contenidos digitales. Más bien, desde la perspectiva de la creación de valor, el foco de atención recae en los contenidos digitales suministrados por la persona moral. Por tanto, los ingresos obtenidos por la prestación de esos servicios deben quedar fuera del ámbito de aplicación del impuesto.

Por contenidos digitales debe entenderse los datos suministrados en formato digital, como los programas informáticos, aplicaciones, juegos, música, vídeos o textos, independientemente de que se acceda a ellos mediante descarga o mediante emisión en flujo continuo, y distintos de los datos que figuran en una interfaz digital en sí misma. Esta definición trata de abarcar las diferentes formas que pueden adoptar los contenidos digitales adquiridos por un usuario, lo que no altera el hecho de que, desde la perspectiva del usuario, el propósito único o principal sea la adquisición de los contenidos digitales.

Es preciso establecer una distinción entre los servicios de suministro de contenidos digitales a través de una interfaz digital y los servicios consistentes en la puesta a disposición de una interfaz digital multifacética a través de la cual los usuarios pueden cargar y compartir contenidos digitales con otros usuarios, o la puesta a disposición de una interfaz que facilita un suministro subyacente de contenidos digitales directamente entre los usuarios. Estos últimos servicios constituyen un servicio de intermediación y, por lo tanto, se inscriben en el ámbito de aplicación del impuesto, con independencia de la naturaleza de la operación subyacente.

Los servicios cuyos ingresos se propone gravar consistentes en la transmisión de los datos recopilados acerca de los usuarios deben abarcar exclusivamente los datos que hayan sido generados por las actividades de los propios usuarios en las interfaces digitales, pero no los datos generados por sensores u otros medios y recogidos electrónicamente.

Esto se debe a que los servicios que se inscriben en el ámbito de aplicación del impuesto deben ser los que utilicen las interfaces digitales como medio para crear contribuciones del usuario que sean monetizables, y no los que utilicen interfaces únicamente como forma de transmitir los datos generados de otro modo.

Así pues, el impuesto no debe ser un impuesto sobre la recopilación de datos, o sobre el uso de los datos recopilados por una empresa para sus fines internos, o la puesta en común de datos recopilados por una empresa con otras partes, de forma gratuita. El impuesto debe aplicarse en cambio a la generación de ingresos a partir de la transmisión de los datos obtenidos de una actividad muy específica (actividades de los usuarios en interfaces digitales).

Los servicios consistentes en facilitar la concesión de préstamos y prestados por proveedores de servicios financieros regulados tampoco deben entrar en el ámbito de aplicación del impuesto.

Las interfaces digitales multifacéticas que permiten a los usuarios recibir o estar informados de la existencia de servicios de ejecución de órdenes, servicios de inversión o servicios de investigación de la inversión, como los facilitados por las persona morales mencionadas anteriormente, a menudo implican la interacción del usuario. No obstante, el usuario no desempeña un papel central en la creación de valor para la persona moral que pone a disposición la interfaz digital. El valor reside, en cambio, en la capacidad de dicha persona moral para reunir a compradores y vendedores de productos financieros bajo unas condiciones específicas y distintivas que no se darían en otras circunstancias (en comparación, por ejemplo, con las operaciones realizadas al margen de dichas interfaces directamente entre las contrapartes).

Un servicio consistente en la puesta a disposición de una interfaz digital por una persona moral de ese tipo va más allá de la mera facilitación de las operaciones en instrumentos financieros entre los usuarios de dicha interfaz.

En particular, los servicios regulados que quedarían exentos del ámbito de aplicación del impuesto serían aquellos que tienen por objeto proporcionar un entorno seguro para las operaciones financieras. La persona moral que presta esos servicios determina por lo tanto las condiciones específicas en las que pueden llevarse a cabo tales operaciones financieras para garantizar elementos esenciales como la calidad de ejecución de las operaciones, el nivel de transparencia en el mercado y un trato equitativo de los inversores. Por último, dichos servicios tienen el objetivo preciso y fundamental de facilitar el financiamiento, la inversión o el ahorro.

Por lo que respecta a las plataformas de servicios financieros quedarían fuera del ámbito de aplicación del impuesto, ya que los proveedores de tales servicios desempeñan la misma función que los centros de negociación y los internalizadores sistemáticos, por lo que los servicios no constituyen una intermediación. Sin embargo, los servicios prestados por plataformas financieras distintos de la inversión y el crédito y que constituyan una intermediación si serían gravados.

Dado que la transmisión de datos por los centros de negociación, los internalizadores sistemáticos y los proveedores de servicios de financiación participativa regulados se limita a la prestación de servicios financieros regulados anteriormente descrita y forma parte ella, y habida cuenta de que

está regulada como tal, la prestación de servicios de transmisión de datos por dichas persona morales debe quedar excluida asimismo del ámbito de aplicación del impuesto.

Solo determinadas personas morales deben ser consideradas sujetos pasivos a efectos del impuesto, independientemente de que estén establecidas en México o en una jurisdicción distinta.

Según la Directiva europea, una persona moral debe considerarse sujeto pasivo únicamente si reúne las dos condiciones siguientes:

I. El importe total de los ingresos mundiales que ha comunicado en relación con el último ejercicio financiero completo del que se dispone de un estado financiero supera 750 millones de euros (mil 606 millones de pesos); y

II. El importe total de los ingresos gravables que ha obtenido en México durante el ejercicio fiscal supera los 50 millones de euros (107 millones de pesos).

En opinión del organismo europeo, el primer umbral (total de ingresos anuales a escala mundial) debería permitir limitar la aplicación del impuesto a las empresas de cierta envergadura, que son aquellas capaces esencialmente de prestar esos servicios digitales en los que la contribución de los usuarios desempeña un papel fundamental, y que se apoyan en gran medida en la existencia de amplias redes de usuarios, en un gran tráfico de usuarios y en la explotación de una sólida posición en el mercado. Sin embargo, en nuestro caso, la adopción de tal umbral podría presentar problemas de interpretación respecto de la posible extraterritorialidad de la legislación que se propone.

Por tal motivo, consideramos que el segundo umbral (total de ingresos gravables anuales en México), estaría apegado a derecho.

Cabe señalar que la razón para establecer un umbral de ingresos importante, se explica en el hecho de que este tipo de negocios solo son viables si los desarrollan empresas de cierta envergadura. De acuerdo con ello, este umbral también permitiría excluir del nuevo impuesto a las pequeñas empresas y las empresas emergentes, para las que las cargas de cumplimiento vinculadas al mismo podrían tener un efecto desproporcionado.

Por otra parte, las empresas más grandes tienen la oportunidad de emprender prácticas de planificación fiscal agresiva.

Asimismo, con este umbral se pretende también aportar seguridad jurídica, dado que permitiría a las empresas y las autoridades fiscales determinar de forma más fácil y menos onerosa si una persona moral está sujeta al impuesto.

Para tal efecto, es posible determinar el lugar en el que ha sido utilizado el dispositivo del usuario y, por ende, el lugar de imposición, mediante la dirección de Protocolo de Internet de dicho dispositivo o mediante otros métodos de geolocalización.

En la determinación del lugar de imposición no debe tenerse en cuenta si los usuarios han contribuido pecuniariamente a la generación de los ingresos, el lugar donde se ha originado el pago por los suministros que han dado lugar al adeudo del impuesto, o el lugar donde se ha efectuado una eventual entrega de bienes o prestación de servicios subyacentes contratados a través de una interfaz digital multifacética.

Al efecto, todo tratamiento de datos personales realizado en el contexto del impuesto deberá efectuarse de conformidad con las Disposiciones Administrativas de Carácter General que al efecto expida la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, incluidos aquellos que puedan ser necesarios en relación con las direcciones IP (protocolo internet) u otros medios de geolocalización.

En particular, deberán establecerse medidas técnicas y organizativas adecuadas para cumplir las normas relativas a la legalidad y seguridad de las actividades de tratamiento, el suministro de información y los derechos de los interesados.

Los ingresos gravables deben ser equivalentes al total de los ingresos brutos obtenidas por un sujeto pasivo.

Los ingresos gravables deben considerarse obtenidos por un sujeto pasivo en el momento en que pasan a ser exigibles, con independencia de que en ese momento ya se haya pagado por ellos o no.

El impuesto debe ser exigible respecto de la proporción de los ingresos gravables obtenidos por un sujeto pasivo durante un período impositivo que se consideren obtenidos, y debe calcularse aplicando la tasa del a dicha proporción.

Al igual que en la Unión Europea, la tasa del impuesto se fijará en un 3 por ciento.

Los sujetos pasivos que presten los servicios gravables deberán estar obligados al pago el impuesto y ser responsables del cumplimiento de una serie de obligaciones formales.

Fundamento Legal

Por lo anteriormente expuesto, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 77, 78 y demás relativos y aplicables del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración del pleno de la Cámara de Diputados, la siguiente **Iniciativa con proyecto de decreto por el que se expide la Ley del Impuesto sobre los Ingresos Procedentes de Servicios Digitales.**

Único. Se expide la **Ley del Impuesto sobre los Ingresos Procedentes de Servicios Digitales** , para quedar como sigue:

Capítulo 1

Disposiciones Generales

Artículo 1. Están obligadas al pago del impuesto sobre los ingresos procedentes de servicios digitales, las personas físicas y morales residentes en territorio nacional, así como los residentes en el extranjero con establecimiento permanente en el país, por los ingresos que obtengan, independientemente del lugar en donde se generen, por la realización de las siguientes actividades:

- I. La inclusión en una interfaz digital de publicidad dirigida a los usuarios de dicha interfaz;
- II. La puesta a disposición de los usuarios de una interfaz digital multifacética que les permita localizar a otros usuarios e interactuar con ellos, y que pueda facilitar asimismo las entregas de bienes o las prestaciones de servicios subyacentes directamente entre los usuarios, y

III. La transmisión de los datos recopilados acerca de los usuarios que hayan sido generados por actividades desarrolladas por estos últimos en las interfaces digitales.

Artículo 2. El impuesto sobre los ingresos procedentes de servicios digitales se calculará aplicando la tasa del 3 por ciento a la cantidad que resulte de disminuir de la totalidad de los ingresos percibidos por las actividades a que se refiere el artículo 1, las deducciones autorizadas en esta Ley.

Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

I. Persona Moral: las que se consideren como tales en la Ley del Impuesto sobre la Renta o en los tratados internacionales para evitar la doble tributación que México tenga en vigor.

II. Régimen Opcional para Grupos de sociedades: las que se consideren como tales en la Ley del Impuesto sobre la Renta.

III. Interfaz Digital: cualquier tipo de programa informático, incluidos los sitios web o parte de los mismos, y las aplicaciones, incluidas las aplicaciones móviles, accesibles a los usuarios.

IV. Usuario: cualquier persona física o moral.

V. Contenidos Digitales: los datos suministrados en formato digital, como programas de ordenador, aplicaciones, música, vídeos, textos, juegos y cualquier otro programa informático, distintos de los datos representados por una interfaz digital.

VI. Dirección de Protocolo Internet (IP): serie de números que se asignan a los dispositivos interconectados para facilitar su comunicación a través de Internet.

Artículo 4. Los residentes en el extranjero con establecimiento permanente en el país están obligados al pago del impuesto por los ingresos atribuibles a dicho establecimiento, derivados de las mencionadas actividades.

Artículo 5. Lo dispuesto en el artículo 1, fracción I, se aplicará independientemente de que la interfaz digital sea o no propiedad de la persona moral responsable de incluir en ella la publicidad. Cuando la persona moral que incluya la publicidad no sea propietaria de la interfaz digital, se considerará a dicha persona moral, y no al propietario de la interfaz, proveedora del servicio contemplado.

Artículo 6. La referencia a los ingresos gravados por la presente Ley abarcará los ingresos brutos totales.

Artículo 7. Los ingresos gravables se reconocerán a efectos de la presente Ley como obtenidos en el momento en que sean exigibles, independientemente de que los importes correspondientes hayan sido efectivamente pagados o no.

Artículo 8. Por lo que respecta a un servicio gravable, un usuario se considerará situado en territorio nacional:

I. En el caso de un servicio comprendido en el artículo 1, fracción I, si la publicidad en cuestión aparece en el dispositivo del usuario en un momento en el que el dispositivo se está utilizando en territorio nacional para acceder a una interfaz digital;

II. En el caso de un servicio comprendido en el artículo 1, fracción I:

a) Si el servicio implica una interfaz digital multifacética que facilita las entregas de bienes o las prestaciones de servicios subyacentes directamente entre los usuarios, el usuario utiliza un dispositivo territorio nacional para acceder a la interfaz digital y concluye una operación subyacente en esa interfaz;

b) Si el servicio implica una interfaz digital multifacética de un tipo no cubierto por el inciso i), el usuario dispone de una cuenta para la totalidad o una parte de ese ejercicio fiscal que le permite acceder a la interfaz digital y esa cuenta se ha abierto utilizando un dispositivo en territorio nacional;

c) En el caso de un servicio comprendido en el artículo 1, fracción III, si los datos generados por el usuario que haya utilizado un dispositivo en territorio nacional para acceder a una interfaz digital, durante dicho ejercicio fiscal u otro anterior, se transmiten en ese ejercicio.

Artículo 9. Para cada ejercicio fiscal, la proporción del total de los ingresos gravables de una persona física o moral que, en virtud del artículo 1, se consideran obtenidos en territorio nacional, se determinará de la forma siguiente:

I. Por lo que se refiere a los ingresos gravables procedentes de la prestación de los servicios comprendidos en el artículo 1, fracción I, proporcionalmente al número de veces que haya aparecido un anuncio publicitario en los dispositivos del usuario durante ese período impositivo;

II. Por lo que se refiere a los ingresos gravables procedentes de la prestación de los servicios comprendidos en el artículo 1, fracción II:

a) Si el servicio implica una interfaz digital multifacética que facilita las entregas de bienes o las prestaciones de servicios subyacentes directamente entre los usuarios, proporcionalmente al número de usuarios que hayan concluido operaciones subyacentes en la interfaz digital durante ese ejercicio fiscal;

b) Si el servicio implica una interfaz digital multifacética de un tipo no incluido en el inciso i), proporcionalmente al número de usuarios que dispongan de una cuenta que cubra la totalidad o una parte de ese ejercicio fiscal que les permita acceder a la interfaz digital;

c) Por lo que se refiere a los ingresos gravables procedentes de la prestación de los servicios comprendidos en el artículo 1, fracción III, proporcionalmente al número de usuarios que hayan generado los datos transmitidos en ese ejercicio fiscal, a raíz de la utilización por los mismos de un dispositivo para acceder a una interfaz digital, durante ese ejercicio fiscal u otro anterior.

Artículo 10. A efectos de la determinación del lugar de imposición de los ingresos gravables sujetos al impuesto, no se tendrán en cuenta los elementos siguientes:

I. Si existe una entrega de bienes o una prestación de servicios subyacente directamente entre los usuarios de la interfaz digital multifacética contemplada en el artículo 1, fracción II, el lugar donde dicha entrega o prestación subyacente se lleve a cabo;

II. El lugar a partir del cual se realice cualquier pago por el servicio gravable.

Capítulo 2

Exenciones y Desgravaciones

Artículo 11. No se pagará el impuesto por los siguientes ingresos:

I. Los ingresos hasta por 100 millones de pesos que hayan obtenido las personas físicas y morales residentes en territorio nacional, así como los residentes en el extranjero con establecimiento permanente en el país.

II. Los percibidos por la Federación, las entidades federativas, los municipios, los órganos constitucionales autónomos y las entidades paraestatales que estén considerados como no contribuyentes del impuesto sobre la renta.

III. Los que no estén afectos al pago del impuesto sobre la renta en los términos de la Ley de la materia.

IV. Los obtenidos por personas morales con fines no lucrativos o fideicomisos, autorizados para recibir donativos deducibles en los términos de la Ley del Impuesto sobre la Renta, siempre que los ingresos obtenidos se destinen a los fines propios de su objeto social o fines del fideicomiso y no se otorgue a persona alguna beneficios sobre el remanente distribuible, salvo cuando se trate de alguna persona moral o fideicomiso autorizados para recibir donativos deducibles en los términos del ordenamiento citado.

Artículo 12. No se pagará el impuesto por los siguientes ingresos previstos en el artículo 1, fracción I:

I. La puesta a disposición de una interfaz digital cuando la única o principal finalidad de la persona moral que la lleve a cabo sea suministrar contenidos digitales a los usuarios o prestarles servicios de comunicación o servicios de pago;

II. La prestación de servicios financieros, y

III. En el artículo 1, fracción III, la transmisión de datos por un prestador de servicios financieros.

Artículo 13. Los ingresos procedentes de la prestación de un servicio contemplado en el artículo 1 por una persona moral Del Régimen Opcional para Grupos de sociedades a otra persona moral de ese mismo grupo no se considerarán ingresos gravables a efectos de la presente ley.

Lo anterior se aplicará independientemente de que esos usuarios hayan realizado una contribución pecuniaria a la generación de dichos ingresos.

Capítulo 3

Del Impuesto del Ejercicio y Pagos Provisionales

Artículo 14. El impuesto se calculará por ejercicios y se pagará mediante declaración que se presentará ante las oficinas autorizadas en el mismo plazo establecido para la presentación de la declaración anual del impuesto sobre la renta.

Artículo 15. Los contribuyentes efectuarán pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto, mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas en el mismo plazo establecido para la presentación de la declaración de los pagos provisionales del impuesto sobre la renta.

El pago provisional se determinará restando de la totalidad de los ingresos percibidos a que se refiere esta Ley en el periodo comprendido desde el inicio del ejercicio y hasta el último día del mes al que corresponde el pago.

Capítulo 4

De las Obligaciones de los Contribuyentes

Artículo 16. Los contribuyentes obligados al pago del impuesto, además de las obligaciones establecidas en otros artículos de esta Ley, tendrán las siguientes:

I. Llevar la contabilidad de conformidad con el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento y efectuar los registros en la misma.

II. Expedir comprobantes por las actividades que realicen y conservar una copia de los mismos a disposición de las autoridades fiscales, de conformidad con lo dispuesto por la Ley del Impuesto sobre la Renta.

III. Los contribuyentes que celebren operaciones con partes relacionadas deberán determinar sus ingresos, considerando para esas operaciones los precios y montos de contraprestaciones que hubieran utilizado con o entre partes independientes en operaciones comparables.

Artículo 17. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a través del Servicio de Administración Tributaria, mediante Disposiciones Administrativas de Carácter General, establecerá las obligaciones en materia de contabilidad, registros y otros aspectos destinadas a garantizar el pago efectivo del impuesto.

Transitorios

Primero. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Se derogan todas las disposiciones que se opongan al presente Decreto.

Notas

1 Consejo de la Comisión Europea, Ley relativa al sistema común del impuesto sobre los servicios digitales que grava los ingresos procedentes de la prestación de determinados servicios digitales, Bruselas, 21.3.2018, COM (2018) 148 final 2018/0073 (CNS) {SWD(2018) 81} - {SWD(2018) 82}

2 Gemwords, Estudio del Ecommerce en México 2017 Análisis Comparativo de fichas de producto de las principales tiendas online,

<https://cdn2.hubspot.net/hubfs/571740/Estudio%20del%20Ecommerce%20MEXICO%202017%20GENWORDS.pdf>

3 Sánchez, Eduardo, vocero del gobierno de la República, México subió en ranking mundial de servicios digitales

<https://www.excelsior.com.mx/nacional/mexico-subio-en-ranking-mundial-de-servicios-digitales/1239574>

4 Asociación Mexicana de Venta Online, Estudio de Comercio Electrónico en México 2017, file:///F:/INICIATIVA%20IMPUESTO%20DIGITAL/5e9e8f_1783be29f4884b53a6800caff6e0ae3d.pdf

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 6 de septiembre de 2018.

Diputados: Javier Salinas Narváez, Verónica Beatriz Juárez Piña, Abril Alcalá Padilla, Antonio Ortega Martínez, María Guadalupe Almaguer Pardo, Emmanuel Reyes Carmona, Mónica Almeida López, Claudia Reyes Montiel, Mónica Bautista Rodríguez, Norma Azucena Rodríguez Zamora, Frida Alejandra Esparza Márquez, Luz Estefanía Rosas Martínez, José Ricardo Gallardo Cardona, José Guadalupe Aguilera Rojas, Teófilo Manuel García Corpus, Héctor Serrano Cortés, Raymundo García Gutiérrez, Lilia Villafuerte Zavala, Mauricio Antonio Toledo Gutiérrez y Carlos Torres Piña (rúbricas).