

## **ECONOMIA NARANJA: UN ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS TRIBUTARIOS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES PRESTADORAS DE SERVICIOS<sup>1</sup>**

Jaime Alberto Loaiza Arcila<sup>2</sup>

Juan David Gil Londoño<sup>3</sup>

### **RESUMEN**

Este trabajo busca analizar los impactos tributarios de la implementación de plataformas digitales en Colombia, que no se encuentran actualmente regidas por una normativa tributaria y fiscal sobre las actividades de las plataformas digitales prestadoras de servicio. Así las cosas, este proceso investigativo se llevó por medio del método de análisis cualitativo, en el cual, se recopilaron datos por medio del proceso de entrevistas realizadas a profesionales activos de contaduría pública, carreras afines y personal inmerso laboralmente en una de las aplicaciones prestadora de servicios. Se evidenció en general, la falta de conocimiento actualmente con respecto al panorama tributario de las plataformas digitales, las falencias normativas o por otro lado los beneficios aplicables para los nuevos proyectos pertenecientes al sector de la economía naranja.

**Palabras Claves:** *Economía naranja, plataformas digitales, tributación, beneficios tributarios, era digital.*

---

<sup>1</sup> Trabajo investigativo presentado para optar por el grado de Contaduría Pública del Tecnológico de Antioquia.

<sup>2</sup> Estudiante de décimo de semestre de Contaduría Pública de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Correo electrónico: ja.loaiza.a@gmail.com

<sup>3</sup> Estudiante de décimo de semestre de Contaduría Pública de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Correo electrónico: juandavidgillondono@gmail.com

## ABSTRACT

This degree work searches to analyze the tax impacts of the digital platforms' implementation in Colombia, which are not currently regulated by a tax and fiscal norms on the activities of digital platforms providing services. Therefore, this investigative process was carried out by a qualitative analysis method, in which, data was collected with an interview process to active professionals in public accounting, related careers, and personnel involved in one of the service provider applications, in it was evident the lack of knowledge regarding the tax landscape of digital platforms, regulatory shortcomings or, on the other side, the benefits applicable to new projects belonging to the orange economy sector.

**Key words:** *Orange economy, digital platforms, taxation, tax benefits, digital era.*

## INTRODUCCIÓN

El objetivo que busca esta investigación es analizar los impactos tributarios de la implementación de las plataformas tecnológicas en Colombia, ya que se encuentran actualmente regidas por una normativa tributaria y fiscal muy difusa sobre las actividades de las aplicaciones prestadoras de servicios. Por ende, es importante por su gran campo de acción a nivel normativo tributario, abarca conceptos de entes internacionales, ya que el hecho de hablar de las plataformas digitales es hablar, de cierto modo de la evolución y aunque sabemos bien que es una problemática de nivel global analizada desde el ámbito tributario por el BID y abordada en el campo normativo por la OCDE, el foco investigativo se centrará a nivel nacional, ya que parece ser que en Colombia existe un desfase entre los avances tecnológicos y la normatividad, caminando a ritmos diferentes y en algunas ocasiones en direcciones contrarias, sobre todo en materia tributaria, pues ante el afán por proponer la economía naranja, se han dejado de lado algunos puntos normativos, que ponen en jaque la operación de las plataformas.

Con este fin, la investigación está orientada para los profesionales y estudiantes de carreras técnicas, tecnólogas y profesionales como la

contaduría pública, administración de empresas, economía, artes, entre otras carreras afines inmersas en este sector, empresas de la economía naranja e interesados en el nuevo modelo de economía colaborativa con el propósito de potenciar los conocimientos de las nuevas generaciones, las cuales han crecido a la par de la tecnología y su afinidad con la misma, es allí donde se aprovecha estos nuevos talentos para fortalecer la cuarta revolución industrial. Por lo tanto, este artículo analizará tres aplicaciones que prestan servicios tradicionales, apoyándose en las plataformas digitales como medio principal de su operación, entrando en materia se abordará las siguientes aplicaciones que se enfocan en el campo financieros, transporte y de servicios: **Nequi, Uber y Rappi**.

Por último, este artículo está orientado a explorar el panorama actual a nivel nacional con relación a la recaudación tributaria de las plataformas digitales, sus inicios, beneficios y proyectos con miras hacia el futuro. Cuenta con varias secciones las cuales orientan al lector de una manera más comprensible, mostrando así, los métodos para dar solución a la pregunta formulada, se abordarán los aportes de investigadores por autores que han estudiado sobre el tema, se expondrán los conceptos más importantes para tener una buena contextualización en la investigación y para finalizar se mostrara los resultados que se tuvo luego de realizar entrevistas a personas profesionales y personas que pertenecen al sector de la economía naranja y las plataformas de servicios.

## **CONTEXTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Nuestro país le apuesta a la economía naranja como parte de la maquinaria que potenciará la economía en sintonía con las exigencias actuales, considerándola como una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Incluida por primera vez en el Plan Nacional de Desarrollo 'Pacto por Colombia, pacto por la equidad' 2018 – 2022, se propuso la promoción y protección de la economía naranja y todo lo que su desarrollo representa, en aras de crear mecanismos que permitan potenciar el desarrollo económico a través de la cultura y garantizar un empleo digno y mejores condiciones económicas, discursivamente hablando. En Colombia las actividades de la

economía naranja están catalogadas en tres categorías: *artes y patrimonio*<sup>4</sup>, *industrias culturales y creativas*<sup>5</sup> y, por último, *medios y contenidos digitales*<sup>6</sup> (Pro Colombia, 2018).

Los datos más recientes del DANE revelan que las empresas de la economía naranja movieron 15,6 billones de pesos en el 2018, cifra que, si bien es importante, tuvo un crecimiento de solo 2,5 por ciento frente al 2017. Por ejemplo, en el primer semestre del año, se crearon más de 5.000 empresas de industrias creativas, según Confecámaras. Esta cifra es 10% mayor a la registrada un año atrás y muestra que a corto y mediano plazo, el 'efecto naranja' seguirá tomando impulso (Portafolio, 2019).

En esta vía, el gobierno del actual presidente Ivan Duque, busca impulsar la economía a partir de propuestas como la economía naranja, pues para la finalización del actual mandato presidencial se tiene como meta el crecimiento de más del 6% lo cual representa el doble de su participación actual en el PIB, esto equivaldría a 1.5 veces más que el aporte que realiza el sector minero e incluso tres veces más que el aporte realizado por el Café (Portafolio, 2019). De manera que, este nuevo sector sobresale por su innovación y posibilidad de dar nuevos horizontes a las fuentes que sostienen la economía del país.

Con las propuestas de la economía naranja, se promovió la creación de empresas y es así como la Asociación de Cámaras de Comercio registró durante el primer trimestre del año 2019 la creación de más 90.000 empresas y entre ellas el 42% de participación lo aportan empresas pertenecientes al sector de la economía naranja (Portafolio, 2019). No obstante, como medida de crecimiento que permita la creación de nuevos proyectos y expansión de

---

<sup>4</sup> En la primera categoría 11 sectores que comprende lo relacionado con artes en movimiento, teatro, música, turismo, artes escénicas entre otras. (Pro Colombia, 2018).

<sup>5</sup> En la segunda categoría encontramos industrias culturales que su propósito sean proveen bienes y servicios por medio de la reproducción masiva tales como cine, radio, televisión, libros, medios impresos, que pueden reproducirse o difundirse masivamente. (Pro Colombia, 2018).

<sup>6</sup> En la tercera categoría denominada como nuevos medios y software de contenidos abarca todo lo relacionado con plataformas digitales, software, aplicaciones, animaciones digitales y por otro lado sectores como la joyería, la moda y arquitectura (Pro Colombia, 2018).

este sector, Bancoldex creó el “Fondo de Fondos”<sup>7</sup> que maneja recursos públicos y privados con el fin de apoyar financieramente proyectos de economía naranja, el cual busca movilizar millones de dólares a través del SENA, Colciencias e Innpulsa Colombia.

En la actualidad, existe un panorama difuso con respecto a la regulación tributaria en Colombia, por lo tanto, esta investigación pretende abordar los impactos tributarios por la llegada de **plataformas tecnológicas**, por lo que su panorama normativo todavía no se encuentra preparado para las nuevas líneas de negocios regidas por las plataformas digitales prestadoras de servicio. Son muchos los problemas que se avistan en el panorama tributario y legal de las plataformas, pues hay muchas empresas que operan por medio del servicio digital, pero no tributan.

Adicional a ello, se presenta una nula o baja tributación en los casos en que está regulado, reduciendo y afectando los niveles de recaudación de impuestos de los países con una presencia “artificial” en los territorios, las empresas que no ocupan un espacio físico dentro del territorio nacional no tienen obligación de tributar los ingresos que generan por su actividad económica, abusan del beneficio que los países otorgan para evitar la doble tributación y el no cumplimiento de las normas tributarias impuestas por el gobierno, (Cabrera, 2017), estas son evasiones que las empresas de este sector realizan y esto conlleva a reducir los impuestos del país donde prestan los servicios digitales.

Las plataformas digitales tienen una serie de requisitos que el gobierno ha impuesto y que exige para categorizarla como una plataforma con operación legal, según lo menciona el exministro de Tecnología de la Información y Telecomunicaciones David Luna. La primera tiene que ver con que cada una de las plataformas que operan en el país debe pagar IVA, es decir, impuestos y por tal motivo son servicios “totalmente legales”. Lo segundo es el principio

---

<sup>7</sup> Para el cierre del año 2019, Bancoldex emitió 5.4 billones de pesos en créditos empresariales, de esta cifra 1.1 billones dirigidos a aproximadamente a 24.000 empresas pertenecientes al sector de la economía naranja donde el 63% de estos créditos se otorgaron a pymes en su gran mayoría pertenecientes a los departamentos de Bogotá, Antioquia, Atlántico, Valle, Cundinamarca y Nariño. Entre los departamentos en mención se centra el 75% de las operaciones (Amaya, 2020).

de neutralidad de red, que significa que cualquier plataforma puede transitar por la red.

En el plano tributario, con la llegada de la reforma tributaria - Ley 1819 de 2016- comienza la regulación tributaria a las plataformas digitales, más concretamente el recaudo del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Aun con algunas críticas, vacíos y certezas, la ley ha andado<sup>8</sup> y representa un importante y necesario punto a revisar, sobre todo con miras contables. Ahora bien, adentrándonos en el ámbito tributario a nivel internacional la OCDE en el año 2015, registró pérdidas millonarias por no tener un control sobre estas tributaciones de las plataformas digitales a nivel mundial, gracias a esto, proyectó una ruta de trabajo que le permita aplicar impuestos a las empresas cuya actividad económica esté enfocada a las plataformas digitales. Colombia<sup>9</sup> ya se encuentra en los países Latinoamericanos que hasta el momento realizó la implementación del cobro del IVA en los servicios digitales acompañado de Argentina y Uruguay, los otros países que ya se están enfocando en implementar este impuesto son Chile, Costa Rica y Panamá.

## **METODOLOGÍA**

El tipo de metodología que se utilizó en el desarrollo de esta investigación fue la metodología cualitativa, bajo el paradigma interpretativo y con el método de comprensión analítica. Se utiliza este método ya que se realizó una investigación empírica, realizando búsquedas sobre información relevante y recolección de datos sobre el tema en concreto, no busca una medición numérica o estadística, por lo que pretende formalizar aportes propios sobre los temas que se tratara y por lo tanto crear perspectivas, teorías y opinión que generalicen y expandan nuevos conocimientos, datos e información.

---

<sup>8</sup> Es por ello que, en temas de regulación tributaria, con respecto a las multinacionales digitales, su avance no ha sido muy significativo para el gobierno colombiano, ya que se encuentra muy supeditado a los tratados internacionales, retrasando así el recaudo de tributos a este sector de la Economía Naranja. El único medio que tiene para contribuir al estado colombiano, es por medio de retenciones en la fuente, según el artículo 406 del estatuto tributario.

<sup>9</sup> Colombia ocupa el cuarto lugar en Latinoamérica de los países que tiene más proyección de ingresos por este impuesto luego de México, Brasil y Argentina, según La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su informe “Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe 2019. Políticas Tributarias Para La Movilización De Recursos En El Marco De La Agenda 2030 Para El Desarrollo Sostenible”.

Esta se realizó con fuentes de investigación directa e indirecta. Por parte de las directas, las técnicas con las cuales se tendrá en cuenta para obtener información son las entrevistas a profesionales como docentes, contadores públicos y personas que tenga conocimiento expreso del tema que se tratara en esta investigación, por otro lado también tendremos en cuenta fuentes de investigación indirectas apoyándonos en revistas, libros, tesis y documentos relacionados con el área contable y tributaria que servirán para poder dar una solución a la investigación a resolver.

En el desarrollo de esta investigación se realizaron 6 entrevistas, los actores que participaron en este proceso pertenecen a diferentes campos profesionales, tales como, ingeniero civil, emprendedores de la economía naranja, administrador de empresas especialista en gerencia de proyectos, ingeniero de sistemas especialista en gerencia empresarial, contadores públicos en ejercicio de sus funciones y docentes de cátedra. Adicional participo en este proceso un empleado de la aplicación Rappi, quien argumento su punto de vista como empleado y usuario. Los investigadores seleccionaron entre las diferentes opciones este público en particular por considerar que sus conocimientos y aproximaciones al sector de la economía naranja podrían ser más argumentativos para esta investigación.

## **ESTADO DEL ARTE**

Después de realizar una búsqueda en fuentes confiables sobre la economía naranja la forma de tributar de las plataformas digitales en Colombia y en Latinoamérica se tomaron algunas referencias que serán útiles y ayudaran a resolver la pregunta a investigar, con este fin es necesario mencionar la trayectoria que ha tenido esta tema para poder abordar puntos claves y poder complementar información que aún no ha sido expuesta en investigaciones anteriores y no redundar sobre la información ya difundida sobre el tema que se va exponer.

En primer lugar, Campiño Gutiérrez en su texto *el Desarrollo de la economía naranja en la legislación Colombiana* (2019). Habla sobre el inicio de este sector económico que comenzó entre las décadas de 1930 y 1940, se mezcla por primera vez la economía capitalista y el arte, a este se le acuño el termino

de Industria Cultural. Luego para los años 1990 se comienza a hablar de política cultural en países como Australia y Reino Unido.

Por consiguiente, los autores Otayo Lemaitre y Llamas Borge (2017), en sus tesis de grado *La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos*, se refieren a los desafíos que esta nueva economía trae a Colombia en el tema tributario, realizan una explicación sobre los impuestos que la economía digital trae y la dificultad que tiene el gobierno para controlar la evasión de los impuestos indirectos y directos que las empresas se están tomando por lo que es una actividad que no es fácil de detectar en las actividades virtuales.

Uno de los problemas en los que se encuentra la tributación de las plataformas digitales en Colombia, según el autor Cabrera Cabrera, (2017) en su texto. *Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos*. *Revista de Derecho Fiscal*, versa sobre la problemática que se presenta en la tributación directa en el comercio de las plataformas digitales, explica que las empresas de la economía digital están tomando varias lagunas legislativas que tienen a favor para evadir la tributación en los países que están prestando el servicio de las plataformas digitales, ya que en el Colombia aún no se tiene bien regulada la normativa tributaria de estas.

Los términos de la residencia fiscal resultan muy sencillos eludirla, por ello en los anteriores puntos expuestos son una de las estrategias que las empresas utilizan para no contribuir en el país, ya que el criterio legal sobre la tributación tiene algunas lagunas legales que las empresas utilizan a su favor, para así no tributar o reducir en un gran potencial la tributación en el país.

Por su parte, Quijano Torres, Barajas Ortiz (2019) en su texto *Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales*, expresan unos puntos claves sobre como las empresas del sector de la economía naranja que utilicen las plataformas digitales para actividades de explotación como propiedad industrial, literaria, artística, científica, o del "Know how", pueden eludir la no contribución de la renta en Colombia ya que

no se encuentra sus actividad económica gravadas en el artículo 24 del estatuto tributario.

Otro de los factores principales que permite la elusión de impuestos a las empresas multinacionales digitales, son los tratados internacionales, principalmente aquellos referentes a la doble tributación, lo cual permite a un solo país cobrar el impuesto el cual posea establecimiento permanente siempre y cuando tengan suficiente presencia física en el país, esto permite a las multinacionales elegir países con pocas cargas tributarias para sus operaciones físicas, lo cual permite evidenciar sus nexos con el país y tributar para el mismo y así gozar de las lagunas jurídicas de los tratados impositivos lo cual en términos de legalidad es permitido, de esto hace referencia en el informe *Retos para el cobro del impuesto sobre la renta en la economía digital del Banco Interamericano de Desarrollo* “Los vacíos en los tratados internacionales surgen por las diferentes definiciones que usan sobre presencia física significativa, junto con el pilar de “cobro de impuestos en el país fuente” Seira, Pineda, Rasteletti,(2019.pp.11).

La tributación de los ingresos por parte de las plataformas digitales desde el punto de vista latinoamericano cabe destacar los autores Freire Torres y Tapiero Realp en su *tesis Análisis del IVA para plataformas digitales: posibles impactos para el país*. Se refieren al proceso que se han realizado para poder llegar a que la tributación en los países latinoamericanos sobre economía digital.

Los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)<sup>10</sup> y otros observadores acordaron el 28 y 29 de mayo de 2019 en París una hoja de ruta para aplicar impuestos a la economía digital, con iniciativas como el programa de Erosión de la Base y Traslado de Beneficios (BEPS, por sus siglas en inglés), que tiene como uno de sus ejes la tributación de la economía digital. (Freire Torres y Tapiero Realpe, 2019, pp.7).

---

<sup>10</sup> La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos es un organismo de cooperación internacional

## REVISIÓN DE LITERATURA

Para realizar esta investigación se procederá a hacer un análisis sobre el tema a investigar. A continuación, se realizará una explicación y definición de las categorías más relevantes para hacer un análisis clave que ayudará a resolver el problema de investigación.

### **Economía naranja: Los nuevos retos en el panorama nacional e internacional**

La economía naranja o también conocida como la economía creativa empezó a tener fuerza históricamente en el año 2001 por el señor británico John Howkins, siendo la primera persona en referirse a este término y hablar sobre la importancia de la creación de las ideas como fuente económica. Es así como cobra fuerza la posibilidad de un nuevo sector que innova en la producción, distribución y comercialización de servicios, convirtiéndose en un sector que está creciendo cada vez más a través de los años, por lo que actualmente se encuentra en una época donde la cultura, el arte y la tecnología son más valoradas y utilizadas.

También por el hecho de que es una economía que a pesar de las crisis o problemas económicos se puede sobrellevar, es por ello que varios países del mundo se están acogiendo al modelo "Kreatópolis" que resalta las ideas, creatividad, diseño, cultura e innovación como materia prima, no solo para la industria de entretenimiento sino también con la intención de generar un importante desarrollo y crecimiento económico en el país (Duque, 2016).

Una de las primeras personas que se refirió al término de la economía naranja en el país fue el presidente de la república de Colombia Iván Duque Márquez y Pedro Felipe Buitrago Restrepo en el libro "Economía naranja: Una oportunidad infinita" publicado en el año 2013. A nivel internacional esta economía es llamada economía creativa, pero en Colombia se le atribuyo el término de economía naranja, se le dio este nombre pues el color naranja a través del tiempo siempre se ha asociado con la cultura, creatividad e identidad. En muchas culturas al rededor del mundo es muy utilizado por esta característica, por lo tanto, esta economía tiende hacer llamada así.

Ahora bien, las actividades que en Colombia representa la economía naranja se dividen en tres categorías. La primera categoría llamada Artes<sup>11</sup> y Patrimonio<sup>12</sup>, representa todas las actividades que promueven bienes y servicios como sitios turísticos que representan lo cultural, servicios culturales como las manualidades, la formación académica y el conocimiento. La segunda categoría, llamada “Industrias culturales”<sup>13</sup> se relaciona con todos los bienes y servicios que pueden prestar los artistas o grupos artísticos que realicen actividades de entretenimientos culturales ya sean en formato audiovisual o escrito. La tercera categoría llamada “Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software de Contenidos”<sup>14</sup> aunque no son principalmente actividades culturales se categorizan en esta economía porque dan un valor agregado y es una forma donde se puede expresar de manera más fácil, ágil y con un mayor apoyo a toda la cultura que se quiera exponer, debido a que es un medio donde las personas pueden compartir sus habilidades culturales.

Por otro lado, En temas tributarios el congreso de la república de Colombia crea y aprueba la Ley Naranja o bien llamada Ley 1834 del 23 de mayo de 2017 con el objetivo de impulsar la industria creativa y su protección y así tener un papel importante en la economía nacional. Con la creación de esta ley se ve el compromiso del gobierno colombiano que busca incentivar la economía naranja o economía creativa en el país; una de las estrategias planteadas en la ley son las **7i** las cuales contribuyen mucho al crecimiento de la economía.

1. Información: Busca que toda la información de la economía naranja sea confiable para así poder tener todo el conocimiento de esta.
2. Instituciones: Se cuentan con las instituciones ya sean privadas, públicas o mixtas para poder tener un apoyo de ellas a las empresas o personas que están desarrollando esta economía en el país.

---

<sup>11</sup> Artesanías, antigüedades, lutería y productos típicos, gastronomía, museos, galerías, archivos y bibliotecas, restauración arquitectónica, parques naturales y ecoturismo, monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, conocimientos tradicionales, festivales, carnavales.

<sup>12</sup> Educación en artes, cultura y economía creativa: Educación básica formal y no formal, educación superior, educación para el trabajo, no formal para adultos: cursos y talleres (Minicultura, 2019).

<sup>13</sup> Editorial: Literatura, edición: libros, periódicos y revistas, librerías, fonográfica, música. grabada, audiovisual: Cine, Televisión, Video, Radio. (Minicultura, 2019)

<sup>14</sup> Medios digitales y Software de contenidos: Video juegos, contenidos interactivos audiovisuales, plataformas digitales, creación de software, creación de App, animación, diseño, interiores, artes

3. Industria: Apoyar a todas las actividades que realicen este sector para sacar una buena formación y así poder hacer crecer la economía.
4. Infraestructura: Este es un punto muy importante para la economía para poder tener lugares ya sean físicos o virtuales donde se puede exponer la creatividad de estas actividades.
5. Integración: Al momento de integrar la economía naranja para que se puede expandir de una manera más fácil y así poder contar con los mercados internacionales para poder exportar todas las actividades creativas que se realizan.
6. Inclusión: La inclusión es una de las herramientas que podemos usar en esta economía porque promueve incluir todos los instrumentos necesarios que busca para así poder generar empleos y la creación de varias empresas artísticas que no son muy recurrentes en el país.
7. Inspiración: La inspiración es la herramienta fundamental para el desarrollo de la economía naranja ya que desde ahí es el punto de inicio de esta economía "Ideas" así poder mostrar toda la creatividad y el talento que se encuentra en el país y poder exportarlo y poder generar una buena fuente de ingreso (Congreso de la república, 2017).

El gobierno de Colombia a través de la ley 1943 de 2018 Ley de financiamiento, está apoyando la economía naranja, puesto que esta es una economía que puede dar muchos ingresos al país y ha desarrollado una estrategia con unos beneficios tributarios que acogen a todas las empresas que comienzan a realizar las actividades que contemplan este sector. Para esta investigación de todas las tres categorías de la economía naranja se centrará en la categoría 3 "Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software de Contenidos" por lo tanto, se encuentra incluida en la siguiente categoría de análisis, partiendo como punto de referencia las actividades de las plataformas digitales de servicios.

### **Plataformas digitales de servicio: La apertura a un mercado digital y tecnológico**

Las plataformas digitales permiten conectar a las personas para comunicarse, prestar algún servicio o realizar alguna compra con diversos programas y aplicaciones web para satisfacer las necesidades. Al momento de referirnos a

la historia de las plataformas digitales tenemos que hablar desde la creación de la web, que ha tenido varias evoluciones web 1.0 web, 2.0 web, 3.0 y web 4.0 pues constituyen la base de operación de esta nueva economía digitalizada, gracias a sus mejorar, es posible que el mercado se mueva, trabaje, preste servicios y apoye actividades cotidianas por medio de dispositivos electrónicos.

El uso del internet se remonta a los años sesenta en los Estados Unidos de América, en Colombia apareció en 1994. Esta herramienta, inherente al uso de la tecnología, permite reducir costos, simplificar los procesos y generar grandes volúmenes de datos, y en tanto transformación digital, coadyuva a mejorar la competitividad y la estructura de costos de producción (Lopez, 2019).

La primera web se empezó a desarrollar por la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN) se creó para poder tener una base de datos personales y un modelo de software. El desarrollo de la web 1.0 empezó en el año 1990, es la plataforma más básica que se tuvo, donde era necesario utilizar el internet y solo se utilizaba para que los usuarios publicaran lecturas y otra persona pasiva pudiera recibir la información, en esta web primitiva solo se limitaba para consultas por lo que no se podía tener una interacción entre la persona que publicaba el artículo y la personas que lo leía (Loteró, 2018).

En el año 2004, empieza la web 2.0 que se le otorgó este nombre gracias a O'Reilly, esta web lo que añadió fue la posibilidad de la interacción entre las personas con la creación de las redes sociales y las plataformas digitales que ayuda a la interacción de los usuarios, el intercambio de información como imágenes, foros, blogs, portales web y chats, esta web también es llamada web social basado en el enfoque que permite la comunicación entre personas ya sea por las plataformas digitales o las redes sociales (Loteró, 2018). Con la evolución de esta web fue que se comenzó a surgir las plataformas digitales que hoy en día conocemos, nos podemos comunicar de manera más ágil y fácil como son Facebook, Twitter, Safari, Uber, Rappi entre otras.

Después llega la web 3.0 en el año 2006 o también llamada web semántica, fue un salto tecnológico de gran importancia, por lo que esta utiliza y

conectaba la información que esta publicada en la web de manera más ágil y eficaz con información relevante más personalizada para cada usuario, esta son aplicaciones web conectadas a aplicaciones web que pueden ser gestionadas desde cualquier dispositivo mediante la nube, la principal función de este sitio es la autonomía y flexibilidad para poderse conectar desde cualquier dispositivo superando la barreras tecnológicas. (Loteró, 2018).

Por último, se encuentra la web 4.0 empezó en el año 2016 que es el máximo gran avance, el valor agregado que esta nueva tecnología incorpora es un comportamiento más inteligente, que responde a todas las peticiones que el usuario necesita. Con un comando de voz podemos poner en marcha cualquier acción que deseamos hacer, mejoró la interacción de las personas o con las plataformas digitales que puedas tener en el computador, esta web 4.0 se volvió una herramienta fundamental para las personas ya que desde cualquier dispositivo con conexión a internet puede dar soluciones (Loteró, 2018). Esta web propone un nuevo modelo para ser más personalizada, vivir la realidad virtual, compartir y mostrar más información, de una manera más rápida y eficiente permitiendo tener accesibilidad a muchas plataformas con diferentes características.

Existen infinidad de plataformas digitales con diferentes características en la actualidad que nos ayudan a buscar soluciones que antes no se tenían, al punto de pensar que los avances tecnológicos operan de forma similar a la mente humana y han facilitado la vida de millones de usuarios en el mundo. Por lo tanto, las plataformas digitales están en apogeo y las hay de diversos tipos, tales como educativas, sociales, comerciales y especializadas.

Las plataformas educativas<sup>15</sup> son un programa orientado a la educación virtual o a distancia su principal función es remplaza el salón de clase por un entorno virtual, ofreciendo el mismo aprendizaje, en esta plataforma se pueden realizar actividades curriculares, clases online, crear un espacio de interacción, evaluaciones, entre muchas más actividades (Giraldo, 2019). Las personas que más utilizan este tipo de plataforma son estudiantes y docentes.

---

<sup>15</sup>Blackboard, e-College y Moodle.

Las plataformas sociales o también llamadas redes sociales son un sitio donde una comunidad de personas que tienen un vínculo o gusto en común se conectan, se utiliza para compartir información y comunicarse entre los usuarios, (Giraldo, 2019) estas plataformas son unas de las más utilizadas en los tiempos actuales, las redes sociales más recurrentes son Facebook, YouTube y Whatsapp.

Las plataformas de comercio electrónico<sup>16</sup> son una herramienta que se utiliza para realizar compras directamente sin importar el sector económico desde cualquier dispositivo móvil sin tener que desplazarse al lugar donde se encuentra el producto o servicio como una tienda online, estas plataformas con el pasar de los tiempos están tendiendo a crecer cada día más por la facilidad y la agilidad que ofrecen (Giraldo, 2019).

Las plataformas especializadas<sup>17</sup> son un sitio de internet donde permite crear una solución a la necesidad sin límites a un grupo de usuarios, para realizar alguna actividad en específica desde un mismo sitio web (Giraldo, 2019), en una plataforma especializada se puede encontrar en un mismo sitio la combinación de cualquiera de los tipos de plataformas que existan.

Para efectos de esta investigación, es importante reconocer tres ejemplos de plataformas que prestan servicios en Colombia:

**Nequi:** Esta plataforma digital es una solución financiera ya que consta de una cuenta de ahorros simplificada donde puedes realizar pagos, retiros, ahorrar, realizar préstamos y recibir dinero con solo el número de teléfono celular, Nequi empezó a funcionar en Colombia en el año 2018 buscando agilizar trámites financieros.

Es una aplicación para teléfono inteligente la cual te ofrece la facilidad de movilizar tu dinero desde tu celular, sin necesidad de acudir a las instalaciones bancarias, ya que dispones de una cuenta de ahorros simplificada de uso totalmente virtual. Es ideal para realizar pagos en línea y en datafonos. (García, 2019).

---

<sup>16</sup> Amazon, WooCommerce, Magento y Shopify.

<sup>17</sup> Plataformas digitales creadas para ayudar en las tareas relacionadas con el marketing digital.

**Uber:** La empresa Uber no se caracteriza como una empresa de transporte, se caracterizan como una empresa tecnológica que se definen así porque la actividad comercial no es transportar a los usuarios de un lugar a otro, Uber diseño una plataforma para que los conductores socios y los clientes se comuniquen para realizar los viajes a su destino de manera ágil y segura. A Colombia llego en el año 2013 y fue el segundo país latinoamericano en activar la aplicación.

Esta es una empresa de tecnología, por medio del uso de su aplicación los usuarios que requieren transporte encuentran fácilmente socios conductores que ofrecen este servicio. Uber es una alternativa que facilita movilizarse por la ciudad, con más estilo, seguridad y comodidad. “Presente en más de 310 ciudades alrededor del mundo, Uber llegó a Chile a inicios de 2014” (Uber, 2016).

**Rappi:** Es una empresa que utiliza una plataforma digital que “tiene la capacidad de acercar el consumidor a cualquier tipo de producto o servicio en un mismo lugar sin tener que desplazarse” (Rappi, 2016), esta plataforma llegó para solucionar las compras que las personas realizan cotidianamente como un mercado, una comida, un medicamento, también presta servicio para retirar dinero, enviar algún producto a un destino específico o pagar alguna factura u obligación. Rappi es una empresa colombiana que fue fundada en el año 2015.

### **Retos y panoramas de un horizonte difuso: Tributación de las plataformas digitales en Colombia**

La tributación es la forma en la que el estado Colombia recoge los dineros mediante los impuestos establecidos en el país existe varios tipos de impuestos se encuentra los impuestos directos e impuestos indirectos. En Colombia actualmente el único impuesto que aplican para las empresas que su actividad económica tenga que ver con las plataformas digitales es el IVA.

El estado colombiano ha dado un gran avance regulando con el Impuesto al Valor Agregado (IVA) frente a otros países de Latinoamérica donde aún las plataformas digitales singuen sin regulación alguna. Aunque a nivel nacional

por el momento este es el único impuesto que se tiene a las plataformas digitales, ha representado un aporte significativo económicamente hablando, debido que para el cierre del mes de noviembre del año 2019 la Dian había registrado ingresos por recaudo de IVA a las plataformas digitales de 210.000 millones de pesos (Portafolio, 2019).

En Diciembre del año 2019 el gobierno nacional elimino una propuesta de ley que pretendía un nuevo gravamen al momento de realizar compras por medio de plataformas digitales, las cuales sus domicilios eran en el exterior, aunque con este concepto se pretendía el recaudo de IVA por 250.000 millones al año (La República, 2019), Según el partido conservador anuncio su negativa absoluta al proyecto debido a que esto representaría una lejanía inminente de los mercados pertenecientes a la era digital. Si bien esta es una iniciativa tomada de algunos países pertenecientes a la unión europea la cual tiene gravada con impuestos este tipo de transacciones el gobierno colombiano desistió de esta iniciativa ya que considera que violaría los tratados internacionales actuales.

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **Economía Naranja: Conocimiento de una nueva corriente**

Históricamente la economía naranja surge de la necesidad de transformar la creación de las ideas como fuente económica, donde las ideas y la cultura son más valoradas y surge en una época donde la producción, la comercialización y la distribución de productos y servicios se convierten en un sector en crecimiento. Es por ello que hablar de economía naranja abarca un amplio campo de sectores económicos, tratar de “plasmear un concepto definitivo de la Economía Naranja o de sus industrias es tan absurdo como innecesario” (Buitrago F, Duque I, 2013), debido a que es difícil encontrar un común denominador en su definición en concreto, cuando a consultarle al público se refiere se encuentran nociones como que “la economía naranja no es más que una alternativa para emprender, este concepto tiene como finalidad proyectos que tengan un impacto social a la comunidad, es un concepto más avanzado del emprendimiento que combina dos elementos, explotar al máximo los talentos y a su vez relacionarlos con las TICS” (F. González, comunicación personal, 2020).

Se trata entonces de un sector económico muy amplio, con una diversidad de subsectores como contenidos audiovisuales, moda, plataformas digitales, literatura entre otros. Es un entorno industrial derivado de otros conceptos empresariales, “son modelos de negocios enfocados en la parte cultural y creativa, busca fortalecer un sector empresarial y comercial que se encontraba un poco marginado” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020).

Como ya se ha evidenciado inicialmente la economía naranja es el futuro de los negocios, son las nuevas tendencias de generar empleo, es la nueva apuesta del gobierno para integrar un nuevo sector y a su vez beneficiarse de ello, “buscar otras formas de desarrollo económico y una tendencia de generación de nuevos recursos” (P. Tobón, comunicación personal, 2020). Es por esto que la economía naranja surge como una oportunidad de crecimiento para la nación por medio de las artes, la cultura, los medios digitales y el deporte, traspasando fronteras sin necesidad de estar regulado por tratados internacionales generando “Oportunidades que se le da a los jóvenes en el país para que innoven, buscar que los jóvenes tengan la capacidad y los recursos de hacer empresa” (F. Zea, comunicación personal, 2020).

Encontramos que las personas entrevistadas tienen una idea generalizada de la definición del sector en mención en el ámbito nacional y lo reconocen como “una economía que se basa en potenciar el sector cultural y de las plataformas que se están utilizando mucho ahora en Colombia” (A. Palacio, comunicación personal, 2020). Esto lleva inicialmente a concluir que se ha realizado una labor eficaz en la divulgación del concepto al público en general.

La globalización de las tecnologías han permitido que las actividades culturales, el conocimiento o la propiedad intelectual sea consumida en tiempo real a nivel internacional, brindando la oportunidad de llegar a más personas, es por eso que los países están observando esta nueva economía como fuente potencial de ingresos “La creatividad funciona como un motor de innovación y una herramienta para ayudar a los países latinoamericanos y

caribeños a diversificar su producción e insertarse en la economía del conocimiento” (BID, 2017), esto se traduce como una apuesta incluyente. La globalización en compañía del crecimiento y desarrollo de nuevas tecnologías tienden a aproximar a un cierto público más estrechamente que a otros, por lo que se sospecha que la economía naranja diversifica los públicos y pone más cercano el acceso a ciertos elementos “Está enfocado a cualquier público por ser un tema de innovación, su finalidad es desarrollar ideas, eso también depende de la propagación que le brinde el gobierno” (G. Villada, comunicación personal, 2020). En general hay un consenso con respecto a la población que puede acceder a este sector, pero se analiza una variable la cual muestra una tendencia hacia los jóvenes o jóvenes adultos como ese segmento propenso a explorar en los campos de la economía naranja que aunque “esta direccionado para todo público en general sin importar el rango de edad, pero es un poco más susceptible a ser un sector más aprovechado por los jóvenes, por ser esta generación la que se le dificulta más adaptarse a los entornos laborales” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020) y a su vez por ser este segmento de la población quien está en constante interacción con la cultura y la tecnología.

Por lo anterior, se pudo evidenciar que los adultos mayores por la falta de conocimiento de las tecnologías no aprovecharan este sector a fondo como si puede ocurrir con las nuevas generaciones “el mundo moderno se han convertido en un factor “nuevo”, que distingue a las personas mayores de los jóvenes. Las estadísticas de las TIC muestran que el grupo etario de personas mayores es el más aislado de las tecnologías digitales” (Sunke. G y Ullmann. H, 2019), sin embargo, esta economía abarca muchas actividades en la que cualquier persona puede llegar a formar parte de estas actividades sin importar edad, genero étnico o religión.

En América Latina, los países le están apostando fuertemente al sector de la economía naranja, el término ya tiene una consolidación a nivel internacional y un nivel de crecimiento económico con relación al progreso bastante importante, “en 2015 generó ingresos por US\$124.000 millones y dio empleo a 1,9 millones de personas en América Latina y el Caribe” (BID, 2017). Los resultados económicos a nivel internacional son alentadores desde que el termino comenzó a posicionarse con fuerza, es por eso que la sensación

actual a nivel nacional es positiva “Va a contribuir porque va a abrirle más posibilidades a más jóvenes, además considero que el país tiene un potencial cultural el cual no ha explotado al 100%, la considero muy viable para la generación de empleos y a su vez la generación de ingresos” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020). Coincidiendo a su vez y encontrando un patrón en las opiniones enfocadas a la creación de empleos aprovechando la era digital.

Según cifras porcentuales en América Latina, “mientras la economía tradicional crece aproximadamente en un 2%, la economía naranja crece un 7%” (Diario Clever, 2019). Colombia no ha sido ajena a este incremento tan favorable y significativo “Esta economía le contribuye al país, genera más de un millón de empleos a nivel nacional y le aporta un 3.6% al PIB” (F. Zea, comunicación personal, 2020). La apreciación es favorable en términos de los entrevistados en cuanto al crecimiento respecta, “desde dos aspectos, desarrollo económico por la creación de una nueva industria y las nuevas alternativas que genera una dinámica diferente de negocios” (P. Tobón, comunicación personal, 2020), como punto relevante se encuentra una tendencia en los actores participantes en las entrevistas, quienes concuerdan que apartando las cifras de crecimiento económico el sector aporta al desarrollo social del país permitiendo la conservación de sus culturas y sus tradiciones.

La economía naranja comprende 3 categorías las cuales son industrias culturales, artes y patrimonio y por ultimo Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software de contenidos. De estas categorías se desprenden una amplia selección de subcategorías, pero particularmente se encontró en los resultados de las entrevistadas, que las personas se interesan más en la tercera categoría, más específicamente la subcategoría de las plataformas digitales, enfocándose en la prestación de un servicio “la era digital permite una nueva forma de hacer negocios, se puede considerar en pocas palabras, una economía libre” (F. Zea, comunicación personal, 2020).

## Plataformas digitales

Las plataformas digitales son herramientas tecnológicas modernas, que la mayoría de personas alrededor del mundo conoce y utilizan para actividades ya sea para trabajar, estudiar, hacer negocios, divertirse o distraerse un poco de la monotonía del día. Este medio cuenta con un gran alcance, donde conecta a muchas personas “las plataformas digitales más utilizadas y populares en Colombia son Facebook, YouTube y Whatsapp” (Dinero, 2019). Como antes se mencionó estas tres aplicaciones son las más utilizadas en todo el territorio nacional, pero también hay otras aplicaciones que los Colombianos utilizan de manera recurrente y son “Instagram, Twitter, Waze, Google Maps, Rappi, Domicilios.com, la plataforma digital de Davivienda, Bancolombia y Netflix” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020).

Hay variedades de plataformas digitales y cada una cumple con un objetivo en específico ya sea de redes sociales, venta de productos, transportes, educativas, financieras entre otras. Algunas personas que tienen conocimiento del uso de estas plataformas atestiguan que “hay aplicaciones que te llevan a la parte financiera, hay otras que tan simples como solicitar un domicilio de alimentación, hay otras que incluso te sirven como enlace entre lo que necesites comprar, aplicaciones de movilidad, de alimentos, de pago de servicios y venta de artículos” (P. Tobón, comunicación personal, 2020).

Según el tipo de usuario hay una amplia gama de ayudas para satisfacer su necesidad, tomando como ejemplo en el ámbito laboral hay diferentes opciones para tener una mejor conexión y buen funcionamiento de la empresa las cuales utilizan “Plataformas como Cisco, WebEx, Skype empresarial, Power Bi para temas de análisis de Big Data<sup>18</sup> y para otros temas de Indicadores, Indicadores Dashboard, software contable, entre otros” (G. Villada, comunicación personal, 2020).

La gran cantidad de personas que se conectan con estas aplicaciones es muy amplia por eso están abarcando todas las necesidades que una persona

---

<sup>18</sup> Aunque el término Big Data es relativamente nuevo, la acción de recopilar y analizar grandes cantidades de información para su posterior análisis se viene realizando desde hace muchos años. El concepto cobró impulso desde la década del 2000, (...) del Big Data como las tres v (volumen, velocidad, variedad), (Lopez.O, 2019).

pueda tener para facilitar la vida, “Otras aplicaciones que hay en el mercado son el sector de mascotas, casa taza que es un medio que lo consigue Casa a usted por bajo costo, Tú carro compra y venta de vehículos” (F. González, comunicación personal, 2020). La mayoría de las personas utilizan estas plataformas diariamente en su vida cotidiana por la solución a la necesidad que estas plataformas les brinda “Colombia es el cuarto país del mundo que ocupa más tiempo en plataformas digitales, con nueve horas diarias; por encima de la media mundial según datos del Ministerio de las Tecnologías y de la Información en Colombia” (Consumo Digital, 2020).

Estas plataformas consumen mucho el tiempo de las personas que lo utilizan, en gran parte la población que más permanece al día navegando en estas aplicaciones son los niños, jóvenes, algunos adultos y muy pocos adultos mayores, ya que ellos no se han adaptado a la nueva era digital que actualmente se está viviendo y en la mayoría de los casos se abstienen de utilizar todas estas herramientas electrónicas, por no tener el conocimiento de cómo sacar el mayor provecho a todas esas ayudas digitales que emergen cada día.

Por otro lado, sobre el uso de las plataformas se estima que “en este momento se volvió muy dependiente de temas de redes sociales” (G. Villada, comunicación personal, 2020), esto conlleva a que la mayoría del tiempo lo pasamos en este tipo de plataformas y se ha observado una transformación de las relaciones interpersonales, comerciales y cotidianas, por ende las aplicaciones se utilizan para realizar todas las obligaciones de manera más rápida desde cualquier sitio contando con un Smartphone e internet, sin tener que desplazarse hacia otro lugar.

Las plataformas más utilizadas en el sector de transporte por los usuarios en Colombia es la aplicación Uber, seguida por Cabify y Easytaxi, “Uber cuenta con más de 500 millones de descargas y es una de las App de transporte más populares en el mundo y en Colombia” (La república, 2019). Esta es una plataforma que varias personas testificaron que la utilizan y se siente seguros al momento de utilizarla debido a que saben cuál es el conductor que lo va a transportar y muestra su ruta de viaje, otras personas no frecuenta mucho el uso de estas aplicaciones “prefiero los taxis más por convicción” (F. González,

comunicación personal, 2020), “Uber la conozco, nunca la llegue a utilizar” (P. Tobón, comunicación personal, 2020). Esta aplicación es para todo tipo de público, aunque hay personas que las utilizan diariamente, hay otro grupo de población que no la conocen o utilizan de manera muy esporádica.

Rappi es una empresa colombiana que se dedica al domicilio de productos, en los últimos años ha crecido de manera exponencial, es la segunda aplicación más usada en Colombia “con más de 40.000 establecimientos de comercio y 50.000 repartidores en los países como Colombia, México, Argentina Uruguay, Chile y Perú, que están asociados a esta plataforma digital después de Domicilios.com” (Comunicación Digital Levapan, 2019).

Los trabajadores de Rappi se refieren que empezar a trabajar con esta aplicación es muy fácil, primero se realiza una capacitación de cómo se debe de ser el proceso de entrega en el establecimiento de comercio, al cliente y el manejo de las ordenes, una inducción sobre la empresa y el uso de la aplicación “se debe de adquirir un implemento como gorra, maleta o chaleco que lo identifique como trabajador de la empresa, abrir cuenta de ahorros para depositar los servicios realizados y listo se encuentra activo en la plataforma para empezar a trabajar” (A. Palacios, comunicación personal, 2020), en síntesis según el entrevistado su percepción general es que Rappi es una plataforma muy buena para trabajar.

Por otro lado, los usuarios de Rappi opinan que es una aplicación muy usada por muchos y desconocida por pocos Colombianos, “Rappi lo utilizo muchísimo, de hecho pago también Rappi Prime, porque utilizo demasiado también los servicios de Rappi, para el tema de domicilios en la semana yo podría estar pidiendo 3 a 4 veces productos en la plataforma” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020). También hay personas que aún no han utilizado este tipo de plataformas por que no las conocen o nunca han tenido la oportunidad de utilizarla “Rappi no la he utilizado, pero sí conozco el funcionamiento” (P. Tobón, comunicación personal, 2020).

El sector financiero últimamente se acogido a toda la modernidad de la era digital, cada banco cuenta con su propia aplicación, donde se puede realizar pagos, transferencias, consultar movimientos, saldos entre muchas otras

funciones. Una aplicación que se creó para facilitar y agilizar las transferencias de los bancos es Nequi, ayuda a muchas personas que no cuenta con el mismo banco o incluso no tienen cuenta de ahorros para realizar sus transacciones o pagos, aunque esta aplicación es muy usada por jóvenes, la mayoría de los adultos aún no se siente muy confiados o no conocen este tipo de plataformas, “es decir, ellos prefieren todavía ir al banco o prefieren todavía hacer la cola. Prefieren todavía el face to face” (F. Zea, comunicación personal, 2020). Las personas aún le tienen un poco de miedo a utilizar este tipo de plataformas, como es un tema nuevo para algunos ven que de pronto tendrán problemas al momento de utilizarlas, pero la mayoría de las personas que utilizan este tipo de plataformas confían en su uso, como ejemplo:

Nequi, en la parte de transferencias bancarias y pago de diferentes tipos de servicios, agiliza el proceso, se permite esa confiabilidad y esa credibilidad en que todo el proceso electrónico va a salir bien, ese es el elemento que a la gente le genera más desconfianza e incertidumbre, la implementación de este tipo de herramientas hacen que la gente se confié un poco más y empieza a utilizar esa estrategia virtual para realizar sus pagos (P. Tobón, comunicación personal, 2020).

Cada vez que este sector crece, aumenta más la seguridad en todo tipo de aplicaciones que son necesarias para el pago electrónico, “en la medida que crezca el consumo en esas plataformas digitales debe de crecer la seguridad, entonces cada vez van a poner una barrera de validación” (F. González, comunicación personal, 2020). Lo que se busca en la actualidad, es que esa población que aún no confía en los servicios digitales y que prefieren presencialmente hacer sus diligencias, puedan tener un acercamiento e interactuar con las aplicaciones, eliminar ese estigma de inseguridad “decir que son 100% seguras también es un concepto que es errado, porque no son 100% seguras, ninguna es 100% confiable, pero son muy útiles, esto obliga a las empresas a establecer unas medidas o políticas de seguridad que impidan que las personas puedan ingresar con mayor facilidad a generar daños” (P. Tobón, comunicación personal, 2020). No solo se busca en la actualidad simplificar las tareas cotidianas sino también obtener la sensación de confianza en las aplicaciones.

Hay muchos tipos de plataformas para cualquier necesidad que una persona requiera, este es un nuevo mundo que apenas está comenzando y empezara a crecer y va a hacer un gran cambio para todas las personas, en un futuro las personas y empresas que no utilicen todas estas herramientas que la tecnología traiga tendrán mayor dificultad de estar en el funcionamiento del mercado, esto va a facilitar aún más la vida cotidiana, si actualmente podemos realizar casi todo utilizando la variedad de plataformas que se encuentran en el mercado no es más que esperar a que en su totalidad podamos realizar todas las actividades, cada vez las empresas trabajan para que las personas se sientan cómodas y seguras de utilizar todo este tipo de plataformas sin tener miedo de que los estafen o puedan perder el dinero con el que realizan pagos en el comercio electrónico.

### **Tributación de las plataformas digitales**

Colombia es uno de los países donde la carga tributaria es de las más altas, comparándose con la región de Suramérica donde existen muchos impuestos indirectos que hacen que las empresas medianas, pequeñas y micro poco a poco se vayan sofocando en las obligaciones fiscales que deben de aportar. La tributación en Colombia es un tema poco conocido por las personas, piensan que es una obligación solo de los contadores públicos dado a que es uno de los campos de acción donde se mueve esta profesión, es así el caso, que la mayoría de personas no conocen como es la tributación de las plataformas digitales en el país “La tributación de este sector no lo conozco, es más creería que no está reglamentada” (F. González, comunicación personal, 2020), sin embargo, este es un sector que genera una millonaria fuente de ingresos cada día, originada por el crecimiento de una gran diversidad de aplicaciones y la alta demanda de personas que navegan diariamente para satisfacer sus necesidades.

Por otra parte, hay personas que no tienen mucha claridad sobre el tema de la contribución impositiva que realiza el sector de la economía digital o economía naranja al estado, “Las plataformas digitales aportan un IVA del 5%, el tema de la tributación directa que se hace por medio de impuesto de renta” (G. Villada, comunicación personal, 2020), las empresas que su actividad económica está ligada a una plataforma digital, aportan un

impuesto de valor agregado (IVA) del 19% regulados bajo el decreto 1123 y 1415 del 2018, estas empresas no están obligadas a pagar impuesto de renta porque no cuentan con establecimientos en el territorio nacional, que es uno de los requisitos que se deben tener para realizar la declaración de los ingresos en el país.

Los beneficios tributarios se crean con el objetivo de impulsar y proteger nuevas empresas y sectores que están empezando a crecer haciendo que su carga impositiva no sea tan alta y puedan llegar a un punto de equilibrio lo más pronto posible para poder contribuir al país. La economía naranja es un sector de la economía que apenas se está posicionando en el mercado, es por eso que en Colombia se designaron unos beneficios a las empresas de este sector los cuales se encuentran estipulado en la ley Naranja 1834 y en la ley de financiamiento 1943.

Se evidenció en las entrevistas realizadas que no hay mucho conocimiento sobre cuáles son los beneficios que pueden llegar a tener estas empresas, una de las opiniones de las personas conocedoras del tema afirma que “estos sectores que están enmarcados en la parte de las plataformas digitales, Industrias culturales, Industrias creativas, arte y patrimonio cultural tendrán beneficios de exenciones tributarias por cerca de 7 años” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020). El gobierno debe de implementar más estrategias para dar a conocer todos estos beneficios que tienen estas empresas y así poder generar una mayor creación de esta nueva economía.

Con la derogación de la ley de financiamiento por la Corte Constitucional los beneficios que tenían las empresas que pertenecen al sector de la economía naranja perdieron todas sus exenciones tributarias, pero gracias a la ley de crecimiento se pudo recuperar los incentivos tributarios de la anterior ley, es un sector que debe crecer con todo el respaldo que le brinda el gobierno del actual presidente Iván Duque, quien es el encargado de abanderar e impulsar esta economía y que se proyecta en un futuro no muy lejano el buen posicionamiento de este sector en Colombia.

El mensaje del gobierno nacional es claro y ha realizado un buen trabajo de divulgación de su sector de economía naranja, pero hay implícitamente otro

mensaje que se percibe en las personas entrevistadas, sin importar su formación académica o su campo de acción consideran que no hay un panorama claro y poco acertado con la problemática actual refiriéndose a la tributación de las plataformas digitales, es por ello que brinda un aporte que contribuya a mejorar normativamente este sector fue poco viable.

Esto traduce que, si bien es claro que este sector recientemente está siendo regulado, su mensaje normativo para los interesados en pertenecer a este sector es un poco difuso. Pero fugazmente se encuentran observaciones que denotan que es supremamente necesario una intervención regulatoria, “vuelvo al mismo tema es regularlo inteligentemente, regular las plataformas que no tienen su domicilio en el país” (G. Villada, comunicación personal, 2020).

La globalización no solo trae consigo ventajas, también trae inmerso nuevos retos, es allí donde aparecen como actores fundamentales los nuevos profesionales o los profesionales en formación, quienes tienen que adentrarse en un mundo de exploración continua y nuevos conocimientos que le permita aportarle nuevos panoramas normativos al sector de las plataformas digitales en las que se centra el foco de esta investigación, “eso es simplemente estar a la vanguardia de las nuevas reformas tributarias que vayan saliendo de la aplicabilidad del sector” (P. Tobón, comunicación personal, 2020).

Ahora bien, las exigencias que demanda la nueva era digital no solo aplican para el ciudadano como tal, es también un reto para las instituciones educativas de formación superior contable, las cuales en la actualidad adoctrinan un modelo pedagógico anticuado y es allí donde algunos de los futuros profesionales contables culminan sus estudios con unos conocimientos un poco distantes de la realidad laboral para un entorno tan dinámico como agresivo “el tema de las universidades sé que quieren hacer lo mejor, no creo que este en querer hacer las cosas peor, los modelos son obsoletos por muchas razones, porque no hay las herramientas o porque no hay profesionales de la docencia capacitados para apoyar a los estudiantes” (F. Zea, comunicación personal, 2020).

Otro trasfondo que permitiría desarrollar mecanismos que ayuden la regulación tributaria de las plataformas digitales es la inclusión por parte del

estado ofreciendo cursos o actualizaciones gratuitas con los cambios normativos o regulatorios del sector económico en mención. Esto permitirá que los profesionales tengan un panorama más claro a la hora de emprender proyectos de economía naranja “yo creo que los retos están enmarcados muy en propiciar escenarios para aportar a la generación del fortalecimiento de la Norma y La regulación, dinamizar la economía del país a partir del tema de la tributación” (A. Hincapié, comunicación personal, 2020).

La idea de enmarcar al profesional contable como un empleado encargado en presentar informes, realizar liquidación de impuestos o simplemente para realizar tareas operativas, poco a poco está transformando este paradigma, “que se cambie mucho ese tipo de formación que tienen los profesionales, especialmente los contables. En cuanto a las formas de trabajar, en cuanto a las formas de desarrollarse profesionalmente y en cuanto a ser más amigables con la tecnología. Tenemos que ir evolucionando” (G. Villada, comunicación personal, 2020).

Los contadores se deben acoplar a las nuevas épocas que trae esta economía naranja, siendo un gran reto en el cual el profesional se ve en la necesidad de actualizarse, innovando en nuevos procesos para sobrellevar esta nueva era de las tecnologías informáticas, si bien cada día la economía se va expandiendo a nuevos sectores hay que estar a la vanguardia y no quedarse atrás, para así ayudar a las nuevas empresas que sus actividades este enfocadas en arte, cultura, deporte, tecnología, educación o entre otro de los subsectores. También se debe considerar que con el trascurrir de los días este sector se incrementa con fuerza y hay personas que no dimensionan la importancia del mismo, por considerarse un sector nuevo que no cuenta aún con la suficiente posición en la economía colombiana. Tributación de las plataformas digitales.

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

La tributación de las plataformas digitales es un tema que se debe de resolver lo más pronto posible, porque estas llegaron para quedarse. Actualmente estamos viviendo en la era digital donde estas actividades pueden ser aprovechadas por todos, es de fácil acceso porque la mayoría de personas

cuenta con conexión a internet, dispositivos móviles o computadoras, donde se puede encontrar e interactuar con todos estos servicios. Cuando el estado Colombiano regule de manera rigurosa este sector, aumentara más los ingresos corrientes para el país y mejorara la economía, creando nuevos empleos y aumentando la variedad de actividades en el mercado, este es un sector que aporta un porcentaje significativo al PIB. Otro aspecto determinante para las plataformas es convertirse en aplicaciones más seguras para todos los usuarios y así poder atraer a todas las personas a utilizarlas sin ninguna preocupación, es una nueva economía que crece y que cuenta con la acogida y aprobación de la mayoría de personas y eso hace que las empresas se dinamicen y a su vez sean más sostenibles en términos económicos.

Dentro de los hallazgos importantes que arrojo la investigación, particularmente es que todos los entrevistados habían tenido directamente alguna interacción con plataformas digitales, ya sea las que fueron objeto de investigación u otras igualmente reconocidas y populares, prestadoras de algún servicio o distribución de productos. Por ende, en la actualidad la mayoría de las personas tienen en su día a día un Smartphone donde siempre están conectados en las diferentes plataformas digitales, resolviendo alguna necesidad desde su dispositivo electrónico sin tener que salir de casa, este es otro valor agregado que proporciona esta era digital. Las personas pueden realizar varias acciones u obligaciones sin tener que desplazarse y solo con la ayuda del celular o computadora, como por ejemplo se realiza pagos, compra de artículos de todo tipo, solicitar un servicio de transporte, realizar trabajos desde la casa entre otras innumerables opciones. En un futuro no muy lejano todos los negocios se realizarán de manera virtual.

Un buen sistema tributario para las plataformas digitales es la contribución de un impuesto progresivo que aumentaría en su recaudo por el gran flujo de personas que consumen los servicios que las aplicaciones ofrecen, empezando con la declaración del impuesto de renta que es un impuesto directo y a su vez el más importante por el cual las empresas Colombianas contribuyen para el desarrollo del país. Adicional se evidenció un desconocimiento de recaudación de impuestos por parte de las plataformas digitales que conforman la economía naranja, tema que afecta a toda la

economía Colombiana ya que es un sector que puede aportar muchos recursos económicos, debido al gran uso y eficiencia en la prestación de servicios de toda índole.

Con base a lo anterior se analizó que los profesionales contables consultados y la población en términos generales, aún no han mostrado un interés por aprender sobre este tema y le restan importancia, es por ello que no han buscado una solución de fondo para regular todo este tipo de plataformas digitales aun cuando se sabe que la ley tiene vacíos y que en los espacios formativos contables o de discusión académica, poco se toca, así como en la práctica.

Aunque es notorio el desconocimiento normativo, paradójicamente se concluyó que las personas entrevistadas en general mostraron un amplio interés por crear contenidos enfocados a las plataformas digitales, siendo esta la economía del futuro, se percibe un gran interés de las personas en comenzar proyectos relacionado con todo este tipo de actividades, donde el pilar fundamental son las ideas y el valor intangible de las cosas, se ha observado que es una muy buena propuesta que no se requiere de un gran capital para poder explotar estas nuevas ideas de hacer negocios.

Otra factora relevante de los entrevistados, es la preocupación de los contenidos que ofrecen las instituciones formadoras de profesionales contables con respecto a su pensum y método de enseñanza por considerarlo precario para la época actual. Mientras cambia el tiempo las personas se deben de ir acoplando a los nuevos cambios que trae el mundo, igual sucede con todas las Universidades que están formando a futuros profesionales deben de reestructurarse, reinventarse e invertir con el fin de brindar nuevos métodos de enseñanza que se articule a los cambios de los tiempos.

Por último, el gran reto es promocionar con mayor intensidad la economía naranja, pues se evidencio que muchas personas no conocen sobre el tema y por otro lado no le dan la importancia que amerita. Es un sector que se puede explotar de una forma exponencial ya que Colombia cuenta con personal capacitado que impulse este sector y a su vez le contribuya un

amplio crecimiento a esta economía tales como artistas, escritores, ingenieros de sistemas, futbolistas entre otras profesiones.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Este trabajo investigativo se realizó bajo la metodología de análisis cualitativo en el cual su enfoque principal es la problemática de la tributación de las plataformas digitales de servicios en Colombia. Esta es una economía nueva que presenta un campo de acción amplio y que, a su vez, cuenta con una proyección de crecimiento incalculable. Para el desarrollo de esta investigación los factores principales que se tuvieron en cuenta fueron, inicialmente el auge de la economía naranja en Colombia, referencias tributarias tomando como punto de comparación el ámbito internacional con respecto a la economía creativa y el panorama actual a nivel nacional en términos tributarios de las plataformas tecnológicas prestadoras de servicios.

Uno de los pilares fundamentales de esta economía naranja es la era digital que estamos viviendo hoy en día, todas las tareas cotidianas pueden desarrollarse más fácil, gracias en su mayoría de los casos, a las plataformas digitales, esto hace que este sector cada vez se desarrolle de una manera más integrada, permitiendo dinamizar actividades y a su vez otorgándole la posibilidad a las personas de invertir su tiempo en actividades de su interés.

La virtualización de servicios ha diversificado la economía y a su vez, ha permitido que las personas se vinculen de alguna forma con el objetivo de obtener un beneficio económico. Está claro que el gobierno busca formalizar las actividades de comercio por medio de las plataformas digitales con el fin de generarle a la nación más ingreso y disminuir las cifras de desempleo.

Por lo anterior es necesario regular la tributación de las plataformas digitales con unas buenas y eficientes medidas que abarquen todas las aplicaciones que tengan como finalidad generar ingresos. Cuando se reglamentó el impuesto del IVA del 19% a las plataformas digitales, se evidenció que fue una acertada medida que le contribuyó significativamente al país, en el momento que se regule el sistema tributario de las aplicaciones, esto conllevará a grandes beneficios de ingresos monetarios.

La economía naranja trae unos grandes beneficios para contribuir al desarrollo del país, explorando nuevas ideas y talentos abarcando muchos sectores que lo hacen tan amplio para sus usuarios artísticos, tecnológicos, deportivos, educativos entre otros. Mostrando una gran oportunidad de crecimiento, esta economía no solo aporta en el ámbito económico, sino que también ayuda a la sociedad con todas las actividades culturales que esta llega a aportar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). Retos para el cobro del impuesto sobre la renta en la economía digital. Recuperado de [http://www.enriqueseira.com/uploads/3/1/5/9/31599787/retos\\_para\\_el\\_cobro\\_del\\_impuesto\\_sobre\\_la\\_renta\\_en\\_la\\_econom%C3%ADa\\_digital\\_causas\\_y\\_propuestas\\_para\\_enfrentarlos\\_es.pdf](http://www.enriqueseira.com/uploads/3/1/5/9/31599787/retos_para_el_cobro_del_impuesto_sobre_la_renta_en_la_econom%C3%ADa_digital_causas_y_propuestas_para_enfrentarlos_es.pdf)
- Cabrera Cabrera, O. (2017). Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos. *Revista de Derecho Fiscal*. 10 (jul. 2017), 85-101. doi: <https://doi.org/10.18601/16926722.n10.06>.
- Campiño Guitierre, M. (2019). El desarrollo de la economía naranja en la legislación colombiana. (Monografía de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/45281/EL%20DESARROLLO%20DE%20LA%20ECONOMI%cc%80A%20NARANJA%20EN%20LA%20LEGISLACIO%cc%80N%20COLOMBIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comunicación Digital Levapan.(2019). Top de las 4 mejores aplicaciones para pedir comida a domicilio en Colombia. Recuperado de: (<https://www.institucionalcolombia.com/top-de-las-4-mejores-aplicaciones-para-pedir-comida-a-domicilio-en-colombia/>
- Congreso de la república de Colombia (2017). Ley 1834 de 23 de mayo de 2017 por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja. Bogotá D.C Congreso de la república de Colombia <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). Plan Nacional de Desarrollo le apuesta a la economía naranja. Recuperado de:

<https://www.dnp.gov.co/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo-le-apuesta-a-la-econom%C3%ADa-naranja.aspx>

Diario Clever (2019). Economía naranja crece al 7% en América Latina, mientras economía tradicional sólo al 2%. Recuperado de: <https://www.diarioclever.cl/inversion-en-la-industria-creativa-el-nuevo-motor-de-latinoamerica/>

Dinero. (2019,15 de febrero). Economía Naranja: ¿la nueva locomotora?. Dinero. Recuperado de: <https://www.dinero.com/pais/articulo/que-es-la-economia-naranja-y-que-beneficios-tiene-para-el-pais/267082>

Dinero (2019). Las aplicaciones más usadas por los colombianos. Recuperado de: <https://www.dinero.com/tecnologia/articulo/cuales-son-las-aplicaciones-mas-usadas-por-los-colombianos/269930>

Duque, A. (2016). Análisis de los determinantes de su posicionamiento y crecimiento, y cómo estos se han aplicado al fortalecimiento de la misma en Bogotá, Colombia. (Tesis de grado). Recuperado de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/18099/u753962.pdf?sequence=1>

El colombiano. (2019,23 de diciembre). Economía naranja, sin reglas claras para las aplicaciones de movilidad. El colombiano. Recuperado de: <https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/la-economia-naranja-en-tiempos-de-plataformas-HL12196643>

Finanzas Personales (2020). Las plataformas digitales más usadas en Colombia. Recuperado de: <https://www.finanzaspersonales.co/tecnologia/articulo/cuales-son-las-plataformas-digitales-mas-usadas-en-colombial001/80643>

Buitrago, F. Duque, I. (2013). La Economía Naranja: Una oportunidad infinita. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>

Galindo, A. (2019). Economía Naranja Gobierno de Colombia Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5cf7280c-0892-4aaf-a00c-82b11a169684>

García, D. ¿Qué es Nequi? ¿Cómo se recarga?. Recuperado de: <https://www.rankia.co/blog/cuentas-bancarias-corrientes-ahorro-nomina/4345670-que-nequi-como-recarga>

- Giraldo, V. (2019). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Gobierno de Colombia, Minicultura. (2019). ABC Economía Naranja. Recuperado de: [https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/\\_ABC\\_ECONOMI%CC%81A\\_NARANJA\\_.pdf](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf)
- La Republica (2019). Cuatro aplicaciones que le permiten transportarse según su necesidad. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/especiales/especial-transporte-moderno-noviembre-2019/cuatro-aplicaciones-que-le-permiten-transportarse-segun-su-necesidad-2938650>
- La Republica (2018). El futuro y la economía naranja. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/analisis/pilar-ibanez-514336/el-futuro-y-la-economia-naranja-2763680>
- La Republica. (2020,22 de febrero). En 2019, más de 100.000 empresas recibieron créditos de Bancoldex por más de \$5 billones. La Republica. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/finanzas/en-2019-mas-de-100000-empresas-recibieron-creditos-de-bancoldex-por-mas-de-5-billones-2968107>
- La Republica. (2019,12 de diciembre). Gobierno da reversazo en nuevo impuesto para nivelar las compras digitales. La Republica. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/economia/gobierno-da-reversazo-en-nuevo-impuesto-para-nivelar-las-compras-digitales-2943462>
- López, O. (2019). Caracterización de las organizaciones colombianas en la era de las nuevas tecnologías y sus controles. Un análisis documental. Revista En-Contexto / ISSN: 2346-3279, 7(11), 231-252. Recuperado a partir de <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/636>
- Loterre, M. (2018). HISTORIA DE LAS WEB, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. Recuperado de: [http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74\\_Historia%20de%20la%20Web.pdf](http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf)
- Luzardo, A. De Jesús, D. Pérez, M. (2017). Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://www.iadb.org/es/noticias/el-bid-lanza-el-e-book-economia-naranja-innovaciones-que-no-sabias-que-eran-de-america>
- Portafolio (2020,15 de enero). ¿Por qué Colombia se quedó atrás en regular plataformas digitales?. Portafolio. Recuperado de

<https://www.portafolio.co/economia/por-que-colombia-se-queda-atras-en-regular-plataformas-digitales-537141>

Portafolio. (2019,28 de junio). Economía naranja, la apuesta del Gobierno para el crecimiento del país. Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/naranja-la-apuesta-del-gobierno-para-el-crecimiento-del-pais-531085>

Portafolio. (2019,22 de octubre). Los retos de las plataformas digitales. Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/los-retos-de-las-plataformas-digitales-534775>

Portafolio. (2019,17 de noviembre). Plataformas digitales han pagado \$210.000 millones en impuestos. Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/plataformas-digitales-han-pagado-210-000-millones-en-impuestos-535650>

Procolombia. (2018). El ABC de la economía naranja. Recuperado de: <https://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/1171-el-abc-de-la-economia-naranja.html>

Quijano Torres, G. y Barajas Ortiz, N. (2019). Propuesta para el diseño de un modelo de tributación directa en las operaciones de comercio electrónico en Colombia enfocado a plataformas digitales internacionales. (Tesis de grado).Universidad Santo Tomas, Bucaramanga, Colombia <http://hdl.handle.net/11634/19393>

Freire Torres, D. y Tapiero Realpe, F. (2019). Análisis del IVA para plataformas digitales: posibles impactos para el país. (Trabajo de grado). Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7286/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rappi. (2016). Qué es Rappi y cómo funciona: conoce cómo mejoramos tu calidad de vida. Recuperado de: <https://blog.rappi.com/que-es-rappi/>

Uber. (2015). Pero al fin de cuentas, ¿Qué es Uber y cómo se usa?. Recuperado de: <https://www.uber.com/es-CL/blog/que-es-uber/>

---

### Para citar este artículo

Gil Londoño, J. y Loaiza Arcila, J. (2020). Economía naranja: un análisis de los impactos tributarios de las plataformas digitales prestadoras de servicios. *Ágora Revista Virtual de Estudiantes*. (10). Pág. 1- 35.