

---

# Tributación de los servicios prestados por un *influencer*

**Doctrina administrativa sobre cuestiones controvertidas sobre la tributación en el IVA y en el IRPF de los *influencers***

España - Legal flash

Julio 2024



---

## Aspectos clave

- La tributación en IVA de los *influencers* requiere calificar sus servicios.
- La doctrina administrativa considera que se trata de servicios prestados por vía electrónica con las relevantes consecuencias que se derivan de esta calificación.
- Deberá tenerse en cuenta el papel de las plataformas digitales que reciben el contenido del *influencer* y permiten su visualización, y la presunción de su actuación en nombre propio a efectos de IVA.
- La sujeción de estos servicios al IVA requiere tener en cuenta las obligaciones de facturación que nacen y que se deben cumplir.
- No se debe olvidar la posible sujeción a retención a efectos del IRPF de estos servicios.



Con motivo de la reciente aprobación del [Real Decreto 444/2024](#), de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado como usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma (el cual fue analizado en nuestro [Legal Flash | Usuarios de especial relevancia — "influencers" — en la LGCA](#)), conviene recordar el **criterio administrativo** sobre su tributación.

Así, la Dirección General de Tributos (DGT) en su consulta [V3103-23](#) analizó determinadas cuestiones en materia del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y de retenciones a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), de un *influencer* que crea contenido en formato de vídeo y que lo difunde a través de una plataforma que pertenece a una empresa que tiene su sede en Estados Unidos.

El *influencer* aclara que, por cada vídeo visualizado, (i) la plataforma le ingresa una parte del importe que abona el consumidor final por ver el vídeo y (ii) el resto del importe abonado por dicho consumidor lo retiene la propia plataforma. Partiendo de este supuesto de hecho, la DGT, en su contestación analiza diversas cuestiones.

---

## Consideración como servicios prestados por vía electrónica a efectos del IVA

La consulta parte de la asunción de que el consultante tiene, a efectos del IVA, la condición de empresario o profesional. Este particular ya ha sido analizado en otras ocasiones por la DGT — como en la consulta [V1417-20](#)—. Partiendo de esta premisa, las operaciones efectuadas deben ser calificadas como prestaciones de servicios sujetas al IVA, cuando se entiendan realizadas en el territorio de aplicación del IVA.

A partir de ahí, la consulta aborda una cuestión de gran importancia como es si estos servicios (en este caso, consistentes en suministrar un contenido audiovisual en formato electrónico para su visionado a través de una plataforma de Internet) tienen o no la consideración de servicios prestados por vía electrónica a efectos del IVA.

Esta cuestión resulta controvertida.

Por un lado, una interpretación literal del [artículo 69. Tres. 4º](#) de la Ley del IVA lleva a concluir que los servicios prestados por *influencers* son servicios prestados por vía electrónica, ya sea por tratarse del suministro a través de las redes sociales de contenidos como imágenes o texto (letra d) del citado artículo), ya sea por tratarse de emisiones y manifestaciones culturales, artísticas o de ocio (su letra e).

Por otro lado, la determinación de si un servicio se presta por vía electrónica también se encuentra regulada en el [Reglamento de Ejecución \(UE\) número 282/2011](#). En concreto, el artículo 7 del Reglamento considera que los servicios prestados por vía electrónica abarcan aquellos, que prestados a través de Internet o de una red electrónica, por su naturaleza “*estén básicamente automatizados y requieran una intervención humana mínima, y que no tengan viabilidad al margen de la tecnología de la información*”. Así, cabe recordar que, de acuerdo con las directrices del Comité del



IVA de la Comisión Europea (señaladamente en los **Documentos de Trabajo 882 y 919**), se considera que el grado de intervención humana es más que mínimo cuando existe un elemento de interacción entre el proveedor y el cliente, o cuando la posibilidad de dicha interacción está incluida en el servicio, con independencia de que el cliente haga uso efectivo de esa posibilidad.

Así, dada la involucración del propio *influencer* en la elaboración de los contenidos y, sobre todo, atendiendo al carácter bidireccional de la comunicación con sus seguidores (que, recordemos, interactúan constantemente con el *influencer* con comentarios, opiniones, sugerencias de contenidos, etc.) se podrían plantear dudas sobre el cumplimiento de este requisito de intervención humana mínima, y, por tanto, de la calificación de los servicios prestados por el *influencer* como servicios prestados por vía electrónica.

Pues bien, la consulta concluye que, en este caso, los servicios prestados por el *influencer* a la plataforma (suministro de un contenido audiovisual en formato electrónico para su visionado a través de la misma) tendrían la consideración de servicios prestados por vía electrónica en los términos establecidos en la normativa del IVA. Para reforzar esta conclusión, la DGT se apoya en sus consultas previas V2741-18 y V0932-21 en las que llegó a las mismas conclusiones.

Esta calificación como servicios prestados por vía electrónica (en cuanto a estos servicios, pues los *influencers* suelen prestar otros servicios de publicidad de marcas que tendrían un tratamiento distinto), que no está exenta, como hemos visto, de posibles críticas, tiene importantes efectos en la tributación en IVA de estos servicios, ya que **puede condicionar el tipo impositivo de IVA aplicable o las reglas de localización de estos servicios**.

---

## Actuaciones en nombre propio de la plataforma que facilita la distribución de los vídeos

Sentada la calificación de los servicios del *influencer* como **servicios prestados por vía electrónica**, la DGT se centra en analizar el papel de la **plataforma digital** que recibe el contenido del *influencer* y permite su visualización. A estos efectos, recuerda que, cuando la plataforma en línea que facilita la distribución de los vídeos actúe ante los adquirentes en su propio nombre, se entenderá que la misma ha recibido y prestado, por sí misma, los servicios en cuestión (en aplicación de lo dispuesto en el artículo 11. Dos. 15º de la Ley del IVA).

Y en este punto la DGT hace referencia a la siguiente presunción establecida en el artículo 9 bis del Reglamento de Ejecución (UE) número 282/2011 “cuando se presten servicios por vía electrónica a través de una red de telecomunicaciones, de una interfaz o de un portal, como por ejemplo un mercado de aplicaciones, se presumirá que un sujeto pasivo que toma parte en la prestación actúa en nombre propio pero por cuenta del prestador de dichos servicios, salvo que el prestador sea reconocido expresamente como tal por ese sujeto pasivo y que ello quede reflejado en los acuerdos contractuales entre las partes”.

La DGT considera que esta **presunción** podrá resultar de aplicación en casos como el analizado en la consulta, siempre y cuando se den las circunstancias que imposibiliten al *influencer*, conocer la información necesaria referente a los adquirentes últimos de dichos servicios (los usuarios seguidores de su contenido) que le permita localizar la operación a



efectos de IVA y cumplir con sus obligaciones tributarias como sujeto pasivo respecto de dicha transacción.

Asimismo, en virtud de la citada presunción, en los casos de servicios prestados por vía electrónica a través de una interfaz o plataforma como sería el caso analizado, se presumirá que la plataforma actúa en nombre propio, pero por cuenta del *influencer* y que, por tanto, dicha plataforma pasa a considerarse también el prestador de los referidos servicios a los usuarios finales. Finalmente, recordemos que esta presunción no puede ser desvirtuada, tal y como establece el citado precepto, si la plataforma (i) autoriza el cargo al cliente, (ii) autoriza la prestación de esos mismos servicios o (iii) fija los términos y las condiciones generales de la prestación de los servicios en cuestión.

Cabe indicar que la DGT recuerda que la interpretación que realiza de la presunción ha sido confirmada por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, en su [sentencia de 28 de febrero de 2023, asunto C-695/20, Fenix International, Ltd \(ECLI:EU:C:2023:127\)](#).

---

## Localización de los servicios prestados por vía electrónica y ausencia de aplicación de la regla de cierre

La presunción expuesta (de que la **plataforma actúa en nombre propio**) junto con la aplicación de la regla del [artículo 11. Dos. 15 de la Ley del IVA](#) conlleva dividir la prestación de servicios de suministro de contenido para su visionado a través de una plataforma digital en dos operaciones.

- (i) Una primera prestación de servicios del *influencer* a la plataforma que se localizará atendiendo a la condición y localización de la plataforma utilizada (de tal forma que no precisa conocer detalles de sus seguidores).
- (ii) Una segunda prestación de esos mismos servicios de la plataforma a los usuarios finales. En este caso, será la plataforma quien deberá disponer de información de los distintos seguidores que visualizan el contenido para localizar la operación.

Por lo que respecta a la localización de la primera de las dos operaciones anteriores (prestación de servicios electrónicos del *influencer* a la plataforma), debe tenerse en cuenta que si el destinatario (plataforma) actúa como empresario o profesional a efectos del IVA, resultaría de aplicación la regla general de localización de servicios entre empresarios o profesionales (*business to business* o B2B) prevista en el [artículo 69. Uno. 1º de la Ley del IVA](#), en virtud de la cual, el servicio se localiza en sede del destinatario del servicio (es decir, donde se encuentre establecida la plataforma a efectos de IVA).

Pues bien, sobre este particular, la DGT afirma que, de la escueta información aportada, se deduce que la entidad destinataria de este primer servicio prestado por el *influencer* (esto es, la plataforma digital) es un empresario o profesional que actúa como tal y que no se encuentra establecido en territorio de aplicación del IVA, ni cuenta con un establecimiento permanente en dicho territorio. En conclusión, según la DGT, los servicios prestados por la



consultante están referidos y tienen por destinataria la sede del cliente localizado en Estados Unidos, por lo que se encontrarán no sujetos al IVA en España.

Cabe destacar, además, que, como se comentó en nuestro [Legal flash | Novedades fiscales para las empresas](#), la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023 modificó, con efectos desde 1 de enero de 2023, la normativa del IVA para reducir significativamente el alcance de la denominada **regla de cierre** prevista en el [artículo 70. Dos de la Ley del IVA](#). Esta regla pretende atraer a tributación determinados servicios no localizados por las reglas generales en el territorio de aplicación del IVA, cuando se utilicen materialmente en dicho territorio. Pues bien, con la modificación indicada se excluyeron de su alcance los servicios prestados por vía electrónica, por lo que se evita el debate sobre la utilización efectiva de estos servicios, simplificando enormemente la localización de los servicios prestados por los *influencers*.

---

## Obligaciones formales de facturación y posibilidad de que las facturas sean emitidas por la propia plataforma

El hecho de que la prestación de servicios del *influencer* a la plataforma no se encuentre sujeta a IVA español no exonera al *influencer* de su **obligación de expedir factura de acuerdo con la normativa española de facturación**. Así, recuerda la DGT [el artículo 2.3 del Reglamento de facturación](#), aprobado por el Real Decreto 1619/2012 que establece la obligación de expedir factura y copia también en los casos, como el referido en el escrito de consulta, donde la operación pueda entenderse realizada fuera de la Comunidad y no sujeta al IVA en el territorio de aplicación del impuesto.

Asimismo, la DGT también confirma la posibilidad de que el *influencer* acuerde con la plataforma el cumplimiento material de la obligación de expedir sus facturas por parte de esta última (emisión de factura por parte del destinatario) bien sea en papel o por medios electrónicos, siempre que se cumplan los requisitos señalados en el [artículo 164. Dos de la Ley de IVA](#) y [del artículo 5 del Reglamento de facturación](#).

Por último, en cuanto al contenido de la factura, la DGT confirma que la constancia de la retención a cuenta de IRPF no es uno de los requisitos que deba reunir la factura, pero que tampoco existe impedimento alguno para su inclusión en la misma, lo cual nos lleva al siguiente y último punto relativo a las retenciones a cuenta del IRPF.

---

## Práctica de retenciones a cuenta del IRPF y menciones en la factura

En el caso planteado, la DGT concluye que como el pagador de los rendimientos (plataforma residente en Estados Unidos que no opera en España con establecimiento permanente ni realiza actividad económica en territorio español sin establecimiento permanente) no se



encuentra entre los obligados a retener a cuenta del IRPF, no nacerá la obligación de practicar retención a cuenta del IRPF sobre los mismos, atendiendo a lo dispuesto en el [artículo 76 del Reglamento del IRPF](#), aprobado por el Real Decreto 439/2007.

Sin embargo, la DGT desaprovecha la ocasión para aclarar si este tipo de rentas estarían **sujetas a retención** o ingreso a cuenta cuando el pagador sí sea un obligado conforme al citado artículo 76 del Reglamento del IRPF. Y esta es una cuestión que resulta conflictiva en la práctica, en tanto que:

- (i) Si se sigue el criterio manifestado por la DGT en el ámbito del Impuesto sobre Actividades Económicas (entre otras en sus consultas [V3078-17](#) y [V0992-16](#)), la actividad de los *influencers* se calificaría como actividad empresarial, y, en consecuencia, no se debería practicar retención alguna.
- (ii) Por el contrario, la calificación de estas actividades como actividades profesionales, sí conllevaría su sujeción a la obligación de retención (con la salvedad de la calificación del *influencer* como editor de contenido en el sentido del artículo 95 del RIRPF). A esta conclusión llega la propia DGT en su consulta [V1417-20](#), en la que, al contrario de lo manifestado en las consultas del IAE, califica las actividades de los *influencers* como actividades profesionales, con la consiguiente obligación de retención.

Sería aconsejable que la DGT se pronunciase en un futuro aclarando específicamente esta cuestión atendiendo a su importancia. Y es que, al margen del efecto de anticipación de impuestos, no debemos olvidar que las retenciones a cuenta tienen una importante labor de control fiscal en la posterior declaración de estos ingresos.

---

Para obtener información adicional sobre el contenido de este documento puede enviar un mensaje a nuestro equipo del [Área de Conocimiento e Innovación](#) o dirigirse a su contacto habitual en Cuatrecasas.

©2024 CUATRECASAS

Todos los derechos reservados.

Este documento es una recopilación de información jurídica elaborado por Cuatrecasas. La información o comentarios que se incluyen en el mismo no constituyen asesoramiento jurídico alguno.

Los derechos de propiedad intelectual sobre este documento son titularidad de Cuatrecasas. Queda prohibida la reproducción en cualquier medio, la distribución, la cesión y cualquier otro tipo de utilización de este documento, ya sea en su totalidad, ya sea en forma extractada, sin la previa autorización de Cuatrecasas.

