

MARCO TRIBUTARIO EN COLOMBIA DEL SECTOR DE LOS CREADORES DE  
CONTENIDO EN COLOMBIA



ANGYE LORENA ORJUELA CRUZ  
ARLEX ERASMO MOJICA GARAVITO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE DERECHO  
ESPECIALIZACION DERECHO TRIBUTARIO  
VILLAVICENCIO  
2025

MARCO TRIBUTARIO EN COLOMBIA DEL SECTOR DE LOS CREADORES DE  
CONTENIDO EN COLOMBIA

ANGYE LORENA ORJUELA CRUZ  
ARLEX ERASMO MOJICA GARAVITO

Artículo académico presentando como requisito para optar el título de Especialista en Derecho  
Tributario.

Asesor

Mg. RODRIGO CORTES BORRERO  
Magister en Derecho contractual público y privado

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE DERECHO  
ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO TRIBUTARIO  
VILLAVICENCIO

2025

**Autoridades académicas.**

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Adrián Mauricio GARCÍA PEÑARANDA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. Rodrigo CORTES BORRERO

Decano de la Facultad de Derecho

### **Agradecimientos**

En primer lugar, agradezco a Dios, a mi familia quienes han sido mi mayor apoyo emocional y un motor incansable en este proceso gracias por creer en mí, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por compartir conmigo cada triunfo como si fuera suyo.

Finalmente, agradezco a todas las personas que de una u otra manera han contribuido a la realización de esta especialización. A mis profesores por transmitir sus conocimientos con pasión y dedicación, a mis compañeros, por el compañerismo y las lecciones compartidas.

Angye Lorena Orjuela Cruz

Agradezco a Dios, por haberme permitido y brindado la sabiduría y fortaleza para alcanzar esta meta, a mi madre y hermano que me ofrecieron todo su apoyo, comprensión, consejo y ánimo durante este proceso y a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron a la realización de este trabajo.

Arlex Erasmo Mojica Garavito

## Contenido

<b>Resumen</b> .....	6
<b>Abstract</b> .....	6
<b>Objetivos</b> .....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos .....	8
<b>Pregunta Problema</b> .....	8
<b>1. Capítulo - quiénes son creadores de contenido y cuál es la legislación tributaria colombiana aplicable para ellos</b> .....	8
1.1 Quiénes se consideran creadores de contenido digital.....	8
1.2.Cuál es su legislación tributaria.....	9
<b>2. Capítulo - describir el marco normativo del sector de creadores de contenido digital en Colombia</b> .....	10
2.1 Impuesto sobre la renta .....	10
<b>2.1.2 Deducibilidad de Costos y Gastos.....</b>	<b>12</b>
2.2 Impuesto Sobre Las Ventas (IVA).....	13
2.3 Impuestos de Industria y Comercio .....	14
<b>3. Capítulo - los retos y desafíos fiscales que tiene las administraciones tributarias en el sector de los creadores de contenido digital en Colombia.</b> .....	14
3.1 Actividad económica ejercida y los impuestos causados .....	15
3.2 Pagos en especie .....	15
3.3 Residencia fiscal .....	16
3.4 Impuesto de industria y comercio .....	17
Conclusiones y recomendaciones.....	18
<b>Referencias</b> .....	19

## Lista De Tablas

Tabla 1 Tarifa para las personas naturales y extranjeras residentes o no residentes.....	12
--	----

## Resumen

Con el avance de las comunicaciones en el siglo XXI, nace una nueva clase de contribuyentes denominados creadores de contenido digital o “Influencers”, convirtiéndose en un reto para las administraciones tributarias de cada gobierno que tienen como objetivo aumentar el recaudo y fiscalizar las obligaciones formales y sustanciales.

Este documento identifica los retos que tiene las administraciones tributarias en relación a las obligaciones de los creadores de contenido digital en Colombia, analizando las obligaciones sustanciales como el impuesto sobre la renta, el impuesto sobre las ventas (IVA) y el impuesto de industria y comercio. Adicionalmente se examina la normatividad tributaria, así como los desafíos que enfrenta el fisco en velar por el cumplimiento de las obligaciones formales, que son fundamentales para un control en el recaudo de los impuestos.

A pesar de los esfuerzos de las administraciones fiscales, estos retos presentan altos grados de dificultad por falta de normatividad clara que permita una regulación con mayor eficiencia a este sector económico, esto se debe porque es un tipo de contribuyente que apareció en la última década.

Palabras claves: Influencers, contenido digital, renta, IVA, administraciones tributarias.

## Abstract

With the advancement of communications in the 21st century, a new class of taxpayers known as digital content creators or "Influencers" has emerged, presenting a challenge for tax administrations of each government whose goal is to increase revenue and enforce both formal and substantive obligations. This document identifies the challenges faced by tax administrations regarding the obligations of digital content creators in Colombia, analyzing substantive obligations such as income tax, value-added tax (VAT), and industry and commerce tax. Additionally, the document examines tax regulations as well as the challenges faced by tax authorities in ensuring compliance with formal obligations, which are essential for controlling tax collection.

Despite the efforts of tax administrations, these challenges present high degrees of difficulty due to the lack of clear regulations that would allow for more efficient regulation of this economic sector, as it is a type of taxpayer that emerged in the last decade.

**Keywords:** Influencers, digital content, income, VAT, tax administrations.

## Introducción

El Gobierno Colombiano ha tenido que enfrentar retos coyunturales y estructurales para alcanzar las metas de recaudo del presupuesto por los conceptos de rentas y de capital, con el fin de obtener recursos económicos para el cumplimiento de las metas del plan de desarrollo y el sostenimiento en los gastos de funcionamiento de las entidades gubernamentales.

El gobierno nacional y las entidades territoriales, representados por la Dirección de Impuestos y Aduana Nacionales (DIAN) adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público y las secretarías financieras respectivamente, son los encargados de velar por las finanzas y de enfrentar los retos en los recaudos de impuestos.

Uno de dichos retos es el cumplimiento de la normatividad fiscal de los contribuyentes, el cual partiendo del artículo 95 de la constitución política de Colombia (Congreso de la Republica, 2024), los ciudadanos tienen el deber de “contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad”. Así mismo, los contribuyentes tienen deberes sustanciales, como el pago del impuesto, y deberes formales que son aquellas obligaciones diferentes al pago del tributo como presentar la debida declaración, reportar información solicitada por la administración, estar inscrito en el RUT, facturar electrónicamente, entre otros.

Un sector económico que ha presentado desafíos tanto para las administraciones tributarias como para los mismos contribuyentes es el de los creadores de contenidos digitales en las redes sociales conocidos como “Influencers”, por motivo que es una actividad económica que nace en la segunda década del siglo XXI y por consiguiente ha impulsado un aumento de cambios en la normatividad tributaria, lo que ha generado incertidumbre en cuanto a su aplicación. Por esta razón el presente artículo busca responder la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las obligaciones tributarias que tienen los creadores de contenido digital en Colombia y cuál es el control fiscal que tiene las administraciones tributarias frente a ellos?

## Objetivos

### Objetivo General

Analizar el marco normativo tributario colombiano que aplica a los creadores de contenido digital de las redes sociales, evaluando el alcance del control fiscal de las administraciones tributarias para aplicar la normatividad.

### Objetivos Específicos

- Identificar quienes son creadores de contenido digital
- Describir el marco normativo del sector de creadores de contenido digital en Colombia.
- Analizar los retos y desafíos fiscales que tiene las administraciones tributarias en el sector de los creadores de contenido digital en Colombia.

### Pregunta Problema

¿Cuáles son las obligaciones tributarias que tienen los creadores de contenido digital en Colombia y cuál es el control fiscal que tiene las administraciones tributarias frente a ellos?

## Capítulo 1. Quiénes son creadores de contenido y cuál es la legislación tributaria colombiana aplicable para ellos

### Quiénes se consideran creadores de contenido digital

Los creadores de contenido digital o “influencers” son considerados aquellas personas que por medio de las plataformas digitales y redes sociales generan creación audiovisual y contenido en plataformas digitales como Facebook, Youtube, Instagram, TikTok, Blogs, entre otras.

Esta industria de las plataformas digitales y de las redes sociales ha experimentado un crecimiento significativo, lo que ha permitido convertirse en una fuente de ingresos debido al

aumento en la demanda de este contenido, como resultado de que los “influencers” obtiene recursos por aprovechamiento de contenido audiovisual, servicio de streaming, y servicios de publicidad en colaboración con marcas, con el fin de promocionar productos y servicios a un público específico. Estos contratos pueden incluir conceptos como patrocinio de contenido, publicidad en redes sociales, promoción de productos o servicios y colaboraciones de marketing.

En la actualidad, los creadores de contenido digital se han convertido en agentes económicos fundamentales en la industria del marketing, desarrollando actividades las cuales pueden ser hechos generadores de diferentes impuestos como el impuesto de renta y ganancia ocasional, de industria y comercios e impuesto de IVA, lo que hace que la tributación sea un aspecto crucial en su actividad.

Las actividades económicas que realizan están sujetas a un análisis bajo el régimen normativo tributario vigente, que establece las imposiciones fiscales y la guía procedimental que tienen las autoridades tributarias a nivel nacional, departamental y municipal.

### **Cuál es su legislación tributaria**

La legislación tributaria colombiana aplicable a los creadores de contenido digital se encuentra en el Estatuto Tributario de Colombia, que establece las obligaciones tributarias para las personas naturales y jurídicas. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), es la entidad gubernamental de orden nacional en Colombia que se enfoca en fiscalizar por conceptos de ingresos, costos y gastos deducibles, activos, pasivos de los creadores de contenido digital, especialmente aquellos que han experimentado un aumento repentino y significativo en sus ingresos. Para ello, la administración tributaria realiza un análisis exhaustivo de la información tributaria por medio de cruce de información que permite los medios electrónicos y de reporte de información exógena y endógena, con el propósito de detectar irregularidades en las declaraciones por movimientos financieros sin declarar, garantizando así el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Es importante realizar un análisis detallado de la carga tributaria que se les asocia, el cual no solo servirá como un criterio clave de formalización y de cumplimiento de carácter fiscal sobre la actividad económica, sino que también ayuda a los contribuyentes a tener un control financiero

de sus negocios, determinando con mayor precisión los ingresos, costos y gastos; permitiéndoles hallar su rentabilidad real.

Conocer el impacto fiscal ayudará a los creadores de contenido digital a cumplir con sus obligaciones tributarias, conocer los beneficios fiscales y en las declaraciones reportar adecuadamente los ingresos y costos deducibles, además puede aprovechar de beneficios y exenciones fiscales de los que puede hacer uso el contribuyente para realizar una planeación tributaria eficiente. En cuanto a sus responsabilidades tributarias de carácter sustancial y formal que tiene los "influencers" son:

- Estar inscrito y tener actualizado el Registro Único Tributario (RUT)
- Declaración y pago del impuesto sobre la renta
- Declaración y pago del impuesto de industria y comercio
- Declaración y pago del impuesto sobre las ventas (IVA)
- Emitir facturación electrónica y documentos electrónicos cuando cumpla los requisitos
- Presentar información exógena cuando supera los topes

La DIAN ha implementado a través de diferentes campañas de capacitaciones, asesorías y programas de educación enfocadas a los creadores de contenido sobre sus obligaciones fiscales, con la intención de promover cultura tributaria enfocada en la legalidad, transparencia y equidad. Ya que una de las causas que genera retos para las administraciones tributarias es la falta de conocimiento en materia financiera y fiscal que tienen los creadores de contenido, llevando a incumplir e incurrir en sanciones, sin embargo, el desconocimiento de la norma no exime de su cumplimiento.

## **Capítulo 2. Describir el marco normativo del sector de creadores de contenido digital en Colombia**

### **Impuesto sobre la renta**

En este caso, el impuesto sobre la renta es un tributo que se aplica a los ingresos declarados por los creadores de contenido digital. Cuando el contribuyente es persona natural, la tarifa del impuesto sobre la renta es de carácter marginal, es decir, varía de acuerdo al valor de la renta

liquida, sin embargo, cuando las actividades se realizan por medio de una persona jurídica, para el año gravable 2024 la tarifa del impuesto es del 35%, como lo expresa la ley 1341 de 2009.

La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.

Dicho marco genera la regulación de las tecnologías de la información y las comunicaciones en Colombia, aunque no regula de manera directa a los creadores de contenido, proporciona las bases para el desarrollo de plataformas digitales, que son el principal medio a través de las cuales los creadores de contenido monetizan su trabajo, establecido por la reforma tributaria expedida a través de la Ley 1819 de 2016, (Congreso de la Republica de Colombia, 2016) ésta establece que dicho impuesto se generará a partir de los ingresos percibidos por publicidad u patrocinios de las plataformas digitales como lo son YouTube, Facebook, Instagram, TikTok y/o venta de productos o servicios digitales.

La clasificación de los ingresos de un creador de contenido puede variar dependiendo de la actividad que desarrolle. Por ejemplo, si se trata de la prestación de servicios a terceros, estos ingresos pueden ser clasificados como honorarios. Por otro lado, si se refieren a regalías o ingresos generados por la explotación de derechos de autor, pueden ser considerados como rendimientos financieros o ingresos por derechos de autor. La DIAN (Dirección de impuestos y aduanas nacionales, 2021), estableció un tratamiento tributario específico para los pagos en especie recibidos por los creadores de contenido, según esta normativa, los regalos como joyas, vehículos, ropa u otros bienes pueden ser considerados pagos en especie si están directamente relacionados con la actividad económica habitual del creador de contenido. En este caso, dichos beneficios se consideran ingresos sujetos al impuesto sobre la renta y complementarios.

En cuanto a los regalos que no se efectúan como contraprestación por una actividad específica, se considerarán como donaciones. Estas donaciones generan un ingreso que incrementa el patrimonio del beneficiario y, por lo tanto, están sujetas al impuesto de ganancias ocasionales,

que se establece en un 20% según lo dispuesto en el artículo 302 del (Congreso de la Republica de Colombia, 2024). Además, los bienes donados deben ser evaluados de acuerdo con la normatividad establecida en el artículo 303 del mismo Estatuto.

La tarifa del impuesto se define como el porcentaje aplicado sobre la base del tributo, que se aplica tanto a personas naturales como jurídicas, con o sin residencia en el país. A continuación, se presenta la tabla que detalla la estructura de cálculo del impuesto (ver Figura 1).

**Tabla 1** *Tarifa para las personas naturales y extranjeras residentes o no residentes*

Rangos UVT		Tarifa Marginal	Impuesto
Desde	Hasta		
> 0	1.090	0%	0
>1.090	1.700	19%	(Base Gravable en UVT menos 1.090 UVT) x 19%
>1.700	4.100	28%	(Base Gravable en UVT menos 1.700 UVT) x 28% + 116 UVT
>4.100	8.670	33%	(Base Gravable en UVT menos 4.100 UVT) x 33% + 788 UVT
>8.670	18.970	35%	(Base Gravable en UVT menos 8.670 UVT) x 35% + 2.296 UVT
>18.970	31.000	37%	(Base Gravable en UVT menos 18.970 UVT) x 37% + 5.901 UVT
>31.000	En adelante	39%	(Base Gravable en UVT menos 31.000 UVT) x 39% + 10.352 UVT

Nota: Reimpreso Art 241, por el estatuto tributario de la secretaria del senado (Congreso de la Republica de Colombia, 2024)

### ***Deducibilidad de Costos y Gastos***

Según (Congreso de la Republica de Colombia, 2024), Es importante que el contribuyente tenga en cuenta los parámetros establecidos para la deducción de costos y gastos, los cuales deben cumplir según el principio de causalidad con la obtención de ingresos. En el caso de los creadores de contenido que perciben ingresos por honorarios, pueden deducir costos y gastos relacionados con su actividad, siempre y cuando cumplan con todos los requisitos y limitaciones establecidos en el Estatuto Tributario.

## **Impuesto Sobre Las Ventas (IVA)**

Los creadores de contenido bien sean actuando en nombre propio o a nombre de una persona Jurica se consideran sujetos pasivos del tributo según el artículo 437 del estatuto tributario (Congreso de la Republica, 2024), éste establece que serán responsables del impuesto las personas que entre otras actividades presenten servicios gravados, en este contexto, se incluyen no solo a los comerciantes sino también a quienes, sin ostentar dicho carácter, realizan de manera habitual actos similares a los de los comerciantes.

Además, el artículo 508-1 del Estatuto Tributario (Congreso de la Republica, 2024) colombiano dicta que todas las personas naturales o jurídicas que lleven a cabo actividades gravadas deberán inscribirse como responsables del IVA en el Registro Único Tributario (RUT).

**Hecho generador:** Es el evento jurídico que da lugar al nacimiento de la obligación tributaria En el caso del IVA, el artículo 420 del ET (Congreso de la Republica, 2024) establece que el impuesto se genera por:

- a) La venta de bienes muebles e inmuebles, con excepción de los expresamente excluidos.
- b) La venta de derechos sobre activos intangibles, únicamente asociados con la propiedad industrial.
- c) La prestación de servicios en el territorio nacional, o desde el exterior, con excepción de los expresamente excluidos.
- d) La importación de bienes que no hayan sido excluidos expresamente.
- e) La circulación venta de juegos de suerte y azar con excepción de las loterías y de los juegos de suerte y azar operados exclusivamente por internet.

Desde un punto de vista práctico, el artículo 420 del ET delimita claramente las situaciones que generan la obligación tributaria, asegurando que la prestación de servicios en el territorio nacional o desde el exterior están en la obligación y el cumplimiento de dicho impuesto ya que los creadores de contenido ofrecen servicios digitales, tales como publicación de contenido promocional, colaboraciones con marcas, asesorías en marketing digital, o cualquier actividad que implique un pago por sus servicios, pueden estar sujetos de éste impuesto.

## **Impuestos de Industria y Comercio**

Este impuesto de industria y comercio se genera por la realización de actividades industriales de forma directa o indirecta, comerciales o de servicios, de forma ocasional o permanente, este impuesto es de carácter distrital, quiere decir que su cálculo y su tarifa dependen del municipio donde se presta dicho servicio. Es importante considerar o revisar si el creador de contenido comercializa productos en su gestión pública, en cualquier caso, estaría obligado a liquidar el impuesto de industria y comercio (ICA) de acuerdo con lo dispuesto en el decreto 1333 de 1986 (Consejo de Estado, 1986).

La base gravable del ICA está constituida por los ingresos brutos obtenidos por el creador de contenido dentro del municipio o distrito donde ejerce su actividad, este impuesto se liquida de manera mensual, bimestral o anual dependiendo de las disposiciones de cada municipio y el nivel de ingresos del contribuyente, su tarifa se estipula en cada estatuto tributario de la jurisdicción municipal.

### **Capítulo 3. Los retos y desafíos fiscales que tiene las administraciones tributarias en el sector de los creadores de contenido digital en Colombia.**

Las administraciones tributarias tanto de orden nacional, como departamental y municipal han presentado retos y desafíos de carácter fiscal en la omisión y evasión de los distintos tributos por parte de los contribuyentes. Así mismo, con la evolución de las redes sociales y los contenidos digitales han aparecido un nuevo tipo de contribuyentes que son los creadores de contenido digital, también conocidos como “influencers” los cuales generan ingresos de diferentes actividades económicas, sobre los cuales no existe claridad en las obligaciones tributarias y su aplicabilidad y cumplimiento formal.

Considerando la importancia de establecer mecanismos de control y seguimiento de los impuestos que deben pagar los creadores de contenido digital, es necesario evaluar varios factores que determinan la calidad de contribuyente. Estos factores incluyen, entre otros, determinar el régimen fiscal al que pertenece, su obligación en cuanto al IVA, su residencia fiscal, su responsabilidad en la declaración del impuesto de renta, si se acoge voluntariamente al régimen simple, si tiene la calidad de comerciante y reconocer la actividad económica que está ejerciendo.

## **Actividad económica ejercida y los impuestos causados**

Uno de los retos que tiene la administración tributaria es identificar la actividad económica que este ejerciendo el influencer, puesto que esta condiciona las obligaciones tributarias y las formalidades que debe presentar. El creador de contenido puede ofrecer servicios como publicidad de marcas, venta de productos, servicios de Streaming, aunque también tiene fuentes de ingresos por conceptos de regalías y aprovechamiento de contenido audiovisual los cuales tiene un tratamiento tributario diferentes a las actividades anteriormente señaladas.

Los Influencers que se dedican solo a la creación de contenido en las plataformas digitales así mismo en las redes sociales, y además la única fuente de ingresos sea por el aprovechamiento del contenido audiovisual, de acuerdo al oficio N° 748 (904866) emitido el 28 de mayo del 2021 por la DIAN, tienen las responsabilidades de declarar impuesto de renta y al patrimonio siempre que supere con los toques para estar obligado, sin embargo, en materia del impuesto sobre las ventas no es una operación que coincida con los hechos generadores en relación al artículo 420 del estatuto tributario, el cual no los obliga a ser responsables de IVA. Adicionalmente, como no tiene calidad de comerciante y la actividad no es gravada con IVA, no están obligados a emitir factura o documentos electrónicos por sus ingresos.

## **Pagos en especie**

De igual manera, otro reto está relacionado con los ingresos que se genera como pago en especie. Los “regalos” que reciben los creadores de contenido como bienes inmuebles, joyas, automóviles o cualquier tipo de bien se consideran pagos en especie susceptibles a estar gravado con el impuesto de renta y ganancia ocasional. De acuerdo con (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, s.f.), afirma que:

*“Ahora bien, en tanto que dichos “regalos” o pagos en especie se efectúen con ausencia de una prestación, es decir, por simple y mera liberalidad, jurídicamente representarán donaciones efectuadas por parte de terceros a título gratuito. En esos casos, independientemente de que se realicen en dinero o en especie, estas constituirán un ingreso susceptible de incrementar el patrimonio de la persona beneficiada y, por lo tanto, se encontrarán sometidos al impuesto*

*complementario de ganancias ocasionales (hoy a la tarifa del 10%) en los términos del artículo 302 del Estatuto Tributario”*

Esta afirmación se puede prestar para dar una interpretación a favor del contribuyente, para determinar la relación de prestar un servicio como una ganancia ocasional que permite aplicar una tarifa más baja al momento de presentar la declaración de renta.

En consecuencia, los ingresos son difíciles de rastrear para las administraciones tributarias, no existe una base de datos de registro de creadores contenidos que sirva como información exógena que permita la fiscalización de omisos que estén ejerciendo esta actividad y genera mecanismo de evasión fiscal.

## **Residencia fiscal**

De manera semejante, otro reto es identificar la residencia fiscal en Colombia, regulada en el artículo 10 del Estatuto tributario, especificando que la residencia para efectos fiscales debe cumplir con las siguientes condiciones: (Estatuto Tributario, 2024)

*1. Permanecer continúa o discontinuamente en el país por más de ciento ochenta y tres (183) días calendario incluyendo días de entrada y salida del país, durante un periodo cualquiera de trescientos sesenta y cinco (365) días calendario consecutivos, en el entendido que, cuando la permanencia continúa o discontinúa en el país recaiga sobre más de un año o periodo gravable, se considerará que la persona es residente a partir del segundo año o periodo gravable.*

*2. Encontrarse, por su relación con el servicio exterior del Estado colombiano o con personas que se encuentran en el servicio exterior del Estado colombiano, y en virtud de las convenciones de Viena sobre relaciones diplomáticas y consulares, exentos de tributación en el país en el que se encuentran en misión respecto de toda o parte de sus rentas y ganancias ocasionales durante el respectivo año o periodo gravable.*

*3. Ser nacionales y que durante el respectivo año o periodo gravable:*

*a) Su cónyuge o compañero permanente no separado legalmente o los hijos dependientes menores de edad tengan residencia fiscal en el país; o,*

*b) El cincuenta por ciento (50%) o más de sus ingresos sean de fuente nacional*

*c) El cincuenta por ciento (50%) o más de sus bienes sean administrados en el país*

*d) El cincuenta por ciento (50%) o más de sus activos se entiendan poseídos en el país*

*e) Habiendo sido requeridos por la Administración Tributaria para ello, no acrediten su condición de residentes en el exterior para efectos tributarios; o,*

*f) Tengan residencia fiscal en una jurisdicción calificada por el Gobierno Nacional como paraíso fiscal.*

El caso que el influencer sea considerado residente fiscal debe declarar los ingresos de fuente nacional y extranjera, así mismo el patrimonio poseído dentro y fuera del país. Es decir, debe declarar todos los ingresos generados en las plataformas digitales por concepto de aprovechamiento de contenido más los servicios prestados, sin importar que los sus clientes sean de otro país.

Por el contrario, cuando el contribuyente no tiene residencia fiscal, tiene la obligación de declarar solo los ingresos obtenidos y el patrimonio poseído en el territorio nacional, excluyendo los ingresos fuera del país.

### **Impuesto de industria y comercio**

La territorialidad del impuesto de industria y comercio está regulada con el artículo 32 de la ley 14 de 1983, (Congreso de Colombia, 2024) el cual establece que:

*El Impuesto de Industria y Comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos.*

Uno de los retos que presenta las entidades territoriales como son los municipios es fiscalizar a los omisos de la declaración de industria y comercio, esto se debe a identificar la territorialidad de las actividades económicas. Los creadores de contenido por prestar un servicio de divulgación de información están en la obligación de presentar la declaración debido a que esta actividad así no este gravada con el impuesto de IVA son ingresos susceptibles al impuesto de ICA,, y de acuerdo con el artículo 343 de la ley 1819 de 2016 (Congreso de Colombia, 2016), que afirma que el “En la actividad de servicios, el ingreso se entenderá percibido en el lugar donde se ejecute la prestación de este”, esta declaración se debe presentar en el municipio en el lugar donde se realiza el contenido digital o se preste el servicio.

## Conclusiones y recomendaciones

De la anterior descripción y análisis, se puede concluir la importancia que tiene los creadores de contenido digital en el sector de marketing y publicidad en Colombia que por medio de sus actividades ayudan a impulsar negocios y contenidos generando resultados favorables para la economía nacional, así mismo se debe tener en cuenta la capacidad de generación de ingresos y patrimonio poseído de cada influencer al momento de declarar y pagar impuestos, como en las demás actividades, con la intención de buscar la formalización de ese sector y no generar obstáculos tributarios que pueden afectar a los contribuyentes y desincentivar a la población en desarrollar esta actividad.

Adicionalmente se puede concluir que la legislación tributaria colombiana carece de un marco normativo sólido para que las administraciones tributarias tengan las facultades suficientes y clara para la fiscalización y control de los contribuyentes que se dedican a la prestación de servicios digitales y a la creación de contenido digital.

Identificar a los contribuyentes que no han presentado las declaraciones es el primer reto que deben enfrentar las administraciones. Por medio del reporte de información suministradas por todos los agentes económicos, tanto la DIAN como las entidades territoriales cuenta con bases de datos que pueden requerir para el inicio de procesos de fiscalización de omisos, no obstante, en la práctica falta más fuentes de información para determinar los ingresos de los contribuyentes que no están en los reportes que facilita la elusión y evasión de impuestos. Ante esta conclusión, se recomienda la creación de un registro nacional de creadores de contenido digital con la finalidad de facilitar la fiscalización por parte del fisco.

Es de aclarar, que así los contribuyentes no tengan la calidad de comerciantes no los eximen de ser responsables del impuesto de IVA cuando prestan servicios que están gravados. Esta es una de las dificultades de la DIAN en poder identificar que las actividades que están declarando sin impuesto de IVA realmente estén excluidas, sin embargo, cuando un creador de contenido no tiene la responsabilidad de facturar electrónicamente, la DIAN no tiene la capacidad de fiscalizar con fuentes de información previo a un requerimiento de información generando más traumatismo para la entidad en llevar sus procesos.

De igual manera a los contribuyentes, los creadores de contenido deben cumplir con los requisitos de la deducibilidad de los costos y gastos en el impuesto de renta, y en relación al

impuesto del IVA con las compras de IVAS descontables. Las expensas deben estar acorde con la actividad que genera los ingresos gravados, como está estipulado en el artículo 107 del estatuto tributario (Congreso de la Republica, 2024) que afirma que “Son deducibles las expensas realizadas durante el año o período gravable en el desarrollo de cualquier actividad productora de renta, siempre que tengan relación de causalidad con las actividades productoras de renta y que sean necesarias y proporcionadas”, también debe cumplir con las obligaciones formales de realizar pagos bancarizados, los costos que no provenga de factura electrónica se debe realizar documentos soporte, al momento de recibir un servicio solicitar el pago de la seguridad social del tercero como independiente con respecto al valor cobrado, realizar los eventos de acuse de facturación cuando se adquieren productos a crédito y practicar retenciones en la fuente cuando el contribuyente tenga la responsabilidad.

En relación a la territorialidad del impuesto de industria y comercio (ICA), en el cual indica al contribuyente donde se da como hecho generador el tributo identificando el municipio que se debe declarar y pagar, aun así, para las entidades territoriales aún carece de mecanismo que ayuden a determinar donde se prestó el servicio de publicidad o en qué lugar del país se desarrolla el contenido audiovisual para posteriormente ser divulgado en las redes sociales. El único mecanismo que tienen es por medio de actos administrativos de requerimiento de información en relación a la declaración del impuesto de ICA. En la práctica los influencers declaran este impuesto en el municipio que tiene registrado el domicilio en el RUT, sin embargo, debe tener presente la territorialidad del impuesto.

Para finalizar, este es un sector que aún está en auge debido que es una actividad que depende de la evolución tecnología en las comunicaciones, y el gobierno debe estar en la vanguardia tanto en tecnologías de información con respaldo de la inteligencia artificial como en una normatividad tributaria clara que permita una la regulación en búsqueda de la eficiencia.

### **Referencias**

Asamblea Nacional Constituyente. (7, julio de 1991). Constitución Política de Colombia. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991\\_pr002.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr002.html)

Congreso de la República de Colombia. (2016). Ley 1819 de 2016 “Por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones.”: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79140#:~:text=ART%C3%8DCULO%20343.&text=Para%20efectos%20de%20determinar%20la%20renta%20del%20C%C3%ADquida%20cedular%20se%20conformar%C3%A1n,art%C3%ADculo%2049%20del%20Estatuto%20Tributario>.

Congreso de la República de Colombia. (2024). Ley 14 de 1983 “Por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones”: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=267>

Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN). (6 de septiembre de 2021). Oficio 909173. de 2021. Impuesto sobre la renta: Impuesto complementario de ganancias ocasionales. [https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/oficio\\_dian\\_909173\\_2021.htm](https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/oficio_dian_909173_2021.htm)

Presidencia de la República de Colombia. (25 de julio de 1986). Decreto Ley 1333 de 1986. Por el cual se expide el Código de Régimen Municipal. Diario Oficial No.37.466. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1234>

Presidencia de la República de Colombia. (30, marzo de 1989). Decreto 624 de 1989. "Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Diario Oficial No. 38.756. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto\\_tributario.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario.html)