21/06/2022

ECONOMIST & JURIST

Andrés Lara
Director de Economist & Jurist

La tributación de los ‘influencers’: un análisis jurídico

El rápido **avance de las redes sociales**, al igual que ha ocurrido desde finales del siglo pasado con la eclosión de Internet y las nuevas tecnologías, ha pillado en muchos aspectos con **el pie cambiado a los legisladores**, que han tenido que amoldarse a las **nuevas realidades** y formas de hacer negocio. Esta es una cuestión que toca muy de lleno al ámbito fiscal.

Durante los últimos años, la **Administración Tributaria** ha ido **adecuando** las leyes fiscales a las nuevas realidades. Más allá de la **regulación** de los impuestos de empresas que operan en la red, una de las cuestiones a las que ha tenido que prestar atención ha sido a los **creadores de contenido digital**: personas que obtienen ingresos a través de Internet. Estos personajes han logrado una **gran relevancia** en las redes sociales, lo cual se traduce en muchas ocasiones en la **generación de ingresos**, a veces importantes. Dentro de la categoría de creadores de contenido cabe englobar ***influencers, youtubers* o *streamers***.

La **Dirección General de Tributos (DGT),** atendiendo a las cuestiones planteadas por estos *influencers*, ha emitido varias **consultas vinculantes** con las que está creando un **corpus legal** que ayude a **clarificar**

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |