



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

<http://revistas.um.es/analesderecho>

ANALES de DERECHO

La definición de trabajo autónomo frente a los nuevos empleos digitales

DANIEL ARMADA PÉREZ

Estudiante de doctorado. Universidad de Vigo

SERVICIO DE
PUBLICACIONES
UMU



La definición de trabajo autónomo frente a los nuevos empleos digitales.

Resumen

La aparición de nuevos espacios digitales, gracias al avance de la tecnología, no solo ha cambiado las relaciones sociales, si no que ha propiciado el surgimiento de nuevas vías de negocio. Entre ellas, una de las más populares es la creación de contenido en redes sociales. Al dar inicio a esta actividad pueden llegar a surgir diversas obligaciones legales frente a la Hacienda Pública y la Seguridad Social.

Palabras clave: Trabajo autónomo, tecnología, Youtubers, creador de contenido, Seguridad Social, RETA, actividades económicas.

The definition of self-employment versus new digital Jobs.

Abstract

The emergence of new digital spaces, thanks to technological advancements, has not only changed social relationships but has also fostered the emergence of new business avenues. One of the most popular is creating content on social media. Starting this activity may lead to various legal obligations with the Treasury and Social Security.

Keywords: Self-employment, technology, YouTubers, content creators, Social Security, RETA, economic activities.

SUMARIO: I. LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL. II. OBLIGACIONES FISCALES DERIVADAS DE LA OBTENCIÓN DE INGRESOS PUBLICITARIOS A TRAVÉS DE YOUTUBE. III. OBLIGACIONES DE LOS YOUTUBERS DERIVADAS DE LA NORMATIVA DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y EL RETA. 1. La habitualidad como requisito en el RETA y su interpretación jurisprudencial. 2. La nota de “habitualidad” en la profesión de youtuber a efectos del RETA. IV. CONCLUSIONES

I. LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL

En las últimas décadas, la evolución tanto de la tecnología como de la sociedad, han ido surgiendo nuevas formas de negocios¹ y profesiones² a raíz de las nuevas necesidades y tendencias del mercado y los consumidores. Sumado al hecho de que la tecnología se ha introducido en los hogares y en la vida de las personas³, hasta tal punto que cada persona, en especial gente joven, tiene a su disposición un teléfono móvil con conexión a internet, ha permitido a muchas personas la obtención de ingresos a través de negocios digitales sin la necesidad de una inversión inicial tan elevada en comparación de la necesaria para un negocio más tradicional⁴.

Esta circunstancia convierte a los negocios digitales en una fuente de ingresos muy atractiva para la gente joven, puesto que los gastos afectos a la actividad pueden llegar a ser muy reducidos, incluso inexistentes, sin contar impuestos o aportaciones a la Seguridad Social. Los gastos básicos serían: la obtención y/o mantenimiento de un dispositivo con conexión a internet, el cual ni siquiera tuvo que haber sido adquirido por ellos mismos, sino a través de sus progenitores; el servicio de conexión a internet, que

¹ Por ejemplo: *Amazon*, fundada en 1994, es una empresa americana que se dedica a la venta y comercio online de productos; *Sony Interactive Entertainment*, fundada en 1993, se trata de una empresa japonesa dedicada al desarrollo de videojuegos; *Big Seo*, fundada en 2012, empresa española cuyo objeto es la prestación de servicios relacionados con el Marketing Digital y formación en dicho ámbito; *Youtube*, empresa americana fundada en 2005 que presta un servicio de alojamiento de videos en su página web; así como aquellas empresas que se dedican a la seguridad informática, al tratamiento de datos o al desarrollo de aplicaciones y páginas web.

² Creador de contenido, editor de contenido multimedia, ingenieros relacionadas con la informática, robótica, especialista en SEO y Marketing Digital o *Community Manager*.

³ Señala el INE, en su “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares”, publicada en el año 2021, que el 99,5% de los hogares españoles cuentan con al menos un teléfono móvil, y el 95,9% cuenta con conexión a internet. Puede consultarse el estudio en el siguiente enlace: https://www.ine.es/prensa/tich_2021.pdf

⁴ Téngase en cuenta que para la apertura de un negocio más tradicional se suele requerir de un local abierto al público donde se ofrecen los productos y servicios.

tampoco tiene que ser asumido por ellos en el supuesto de que utilicen el internet que ya se encuentra instalado en el domicilio familiar y que es abonado por sus progenitores; y de forma accesoria, en función de las necesidades específicas de la actividad, la adquisición de programas informáticos, cámaras, micrófonos, luces, materias primas o productos finales para su posterior venta online, etc.

El interés por las nuevas profesiones se refleja en diversas encuestas⁵ realizadas a menores entre 4 y 16 años, en las que ser *youtuber*⁶ se posiciona entre las cinco profesiones más deseadas por los niños, con un interés del 6,1% en el año 2018, y 5,9% para el año 2019. No sorprende la aparición de esta profesión entre las más deseadas por los jóvenes, sobretudo en atención del fácil acceso que estos tienen a las redes sociales, lugar donde consumen el contenido creado por estas personas. De igual forma que sucede con querer ser futbolista, siendo esta la profesión que en mayor número de ocasiones se ha situado en primera posición, se acaba creando un sentimiento de admiración hacia esa persona, lo que hace surgir en los más jóvenes el deseo de ser como ellos.

Estas circunstancias, en especial tras la pandemia de la COVID-19, han animado a que muchas personas comenzasen a crear contenido audiovisual en distintas plataformas. En la mayoría de ocasiones crear contenido comienza como una actividad gratuita y por simple diversión, pero que tras un tiempo, puede llegar a producir ingresos si se cumple con los requisitos de la plataforma. En el caso de YouTube⁷, una vez que se alcanzan las exigencias solicitadas por la plataforma, se ofrece al usuario acceder al

⁵ Estos datos han sido obtenidos de las encuestas “¿Qué quieres ser de mayor?”, núm. XIV y XV, realizadas por la entidad Adecco en los años 2018 y 2019 sobre una muestra de 2000 menores españoles, entre los 4 y 16 años, para el año 2018, y una muestra de 1800 menores españoles de la misma franja de edad, para el año 2019. Este estudio se viene realizando, anualmente, por la entidad Adecco desde el año 2004. Estas encuestas pueden consultarse a través de los siguientes enlaces (consultado el 26 de enero de 2023): <https://www.adecogroup.com/es-es/sala-de-prensa/-media/project/adecogroup/spain%20content/2018%20Press%20Releases/2018/NdP-XIV-Encuesta-Adecco-Que-quieres-ser-de-mayor.pdf> y <https://www.hispanidad.com/uploads/s1/27/34/56/xv-encuesta-adecco-que-quieres-ser-de-mayor.pdf>

⁶ Este término es utilizado para designar a aquellas personas que suben contenido audiovisual a la plataforma *YouTube*, diferenciándose de otros tipos de creadores de contenido, como los *streamers*, que son aquellas personas que crean contenido en la plataforma *Twitch*, o los *Tiktokers*, que suben su contenido a *Tik Tok*, si bien todos ellos pueden ser considerados creadores de contenido.

⁷ En YouTube estas condiciones son: contar con 1.000 suscriptores y 4.000 horas de visualización en el último año natural o 9 millones de reproducciones provenientes de los Youtube Shorts, que son vídeos en formato vertical con una duración máxima de 60 segundos. Esta información puede ser consultada en el siguiente enlace, perteneciente al propio servicio de asistencia de Google: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=es>

“Programa para Partners de Youtube”, previa firma de un acuerdo con la plataforma, en la que se recoge la siguiente estipulación acerca de los ingresos:

“1. Aplicabilidad. Este Módulo solo se aplica cuando tu Contenido se muestra en las siguientes partes del Servicio:

"Página de Visualización de Contenido" hace referencia a la página de los sitios web o aplicaciones de "YouTube", "YouTube Music" o "YouTube Kids" cuya función principal es describir y reproducir tu Contenido, pero en la que también se puede mostrar otro contenido recomendado o publicidad (...).

"Reproductor de Vídeo de YouTube" hace referencia a uno o varios reproductores multimedia digitales que YouTube ofrece, sin coste adicional, exclusivamente para mostrar Contenido insertado en sitios web o aplicaciones que no forman parte del Servicio.

2. Ingresos Publicitarios. YouTube te pagará el 55 % de los Ingresos Netos generados por los anuncios que se muestran o emiten a través de YouTube o de un tercero autorizado: (a) en las Páginas de Visualización de tu Contenido; o (b) en conjunto con la reproducción de tu Contenido en el Reproductor de Vídeo de YouTube”⁸.

La forma de obtener ingresos por parte del usuario que sube videos a YouTube se puede sustentar en dos vías, una gratuita para el espectador, y otra por medio de una suscripción de pago⁹. La primera procede de los anuncios que la propia compañía distribuidora del contenido introduce antes, durante, o tras la reproducción de un video, y no suponen un gasto para el espectador, más allá de tener que esperar un tiempo para poder consumir el contenido. Los ingresos de esta vía dependen de dos factores, el primero, el número de reproducciones, ya que cuantas más visualizaciones tiene un video, mayor número absoluto de anuncios serán mostrados. El segundo es un factor relativo, del cual el creador de contenido no toma parte de forma directa, que es el CPM¹⁰ o precio

⁸ Estas condiciones han sido extraídas del acuerdo suscrito entre un canal y YouTube, a fecha 7 de marzo de 2024.

⁹ Si bien, recientemente se ha añadido una nueva forma para obtener ingresos que es por medio de la creación de videos en formato vertical, con una duración inferior a 180 segundos, denominados *Shorts*.

¹⁰ Coste por cada mil reproducciones. Esta abreviatura hace referencia al precio que tiene para una tercera compañía introducir mil anuncios en la plataforma. El *youtuber*, salvo pacto en contrario, no participa en la negociación de este valor, quedando supeditado a lo acordado entre YouTube o Google y la empresa

de los anuncios. Este valor queda a su vez determinado por el país donde se muestre el anuncio, y la temática del video donde aparece el anuncio. La mejor forma de ejemplificar este sistema es por medio de la comparación de dos videos con el mismo número de reproducciones y la misma temática: El video “A” es consumido por una audiencia situada en Bolivia, y el video “B” en Dinamarca. A pesar de que ambos videos poseen una temática idéntica, por ejemplo, ambos explican la regulación del despido en España, como el lugar geográfico donde se reproducen los videos es distinta, esto puede dar lugar a grandes diferencias entre los ingresos obtenidos. A su vez, una temática distinta del video, como por ejemplo, cómo arreglar electrodomésticos, tendrá un valor diferente, aun cuando sus reproducciones se produzcan en el mismo país. Este modelo provoca que los creadores de contenido no sean capaces, de forma precisa, de calcular cuáles serán sus ingresos, levantándose un velo de incertidumbre sobre su actividad, y más aún cuando dicho valor fluctúa a lo largo del tiempo, debido a las negociaciones de Google con las empresas anunciantes.

A fin de poder recibir estos pagos por parte de Google¹¹, se exige al usuario la creación y vinculación de una cuenta en Google AdSense con su canal de YouTube, siendo aquella la plataforma utilizada por Google para la gestión de los pagos devengados. Como última condición en relación con el pago, se impone un límite mínimo al pago mensual de los ingresos devengados, siendo este de 100 dólares americanos, o el equivalente a la moneda local. Este límite en España, a pesar de las fluctuaciones de las monedas, se sitúa en unos 70 euros. Para el caso de no haber generado ingresos suficientes que permitan alcanzar este límite, la cantidad devengada se acumulará con los ingresos del mes siguiente, hasta que finalmente se alcance el límite de pago.

Llegados a este punto, donde un usuario joven, residente en España, que sube videos a su canal de YouTube tiene la posibilidad de percibir ingresos por ello, a pesar de comenzar sin ánimo lucrativo, se presenta ante él una duda sobre las posibles obligaciones con la Hacienda Pública y con la Seguridad Social que se pueden derivar de su actividad. A fin de delimitar el caso concreto de estudio, este se va a ceñir al ahora

anunciador. A este valor hay que restarle un 45%, que corresponde al reparto de ingresos entre el *youtuber* y la plataforma.

¹¹ La compañía que realiza los pagos devengados a través de YouTube a los creadores que residan en España, salvo pacto en contrario, es Google Ireland Limited.

descrito: el de una persona, con residencia en España, que utilizando sus propios medios, sube videos a YouTube y la plataforma le remunera por los anuncios insertados en sus videos en función del número de visualizaciones obtenidas, de acuerdo con los términos del contrato de adhesión al contrato de *partners*, sin que existe ninguna otra contraprestación a terceras personas o compañías.

II. OBLIGACIONES FISCALES DERIVADAS DE LA OBTENCIÓN DE INGRESOS PUBLICITARIOS A TRAVÉS DE YOUTUBE

La tributación de los creadores de contenido, a la vista de la normativa tributaria aplicable, no difiere de la aplicable a trabajos por cuenta propia tradicionales¹². La primera obligación surge del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)¹³, cuyo hecho imponible está constituido por el mero ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas, en territorio nacional, se ejerzan o no en local determinado y se hallen o no especificadas en las tarifas del impuesto, según el art. 78 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales. A efectos del presente impuesto, se considera que la actividad tiene naturaleza empresarial, artística o profesional “cuando suponga la ordenación por cuenta propia de medios de producción y de recursos humanos o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios”, según el art. 79 de la ya mencionada norma. A fin de encuadrar la concreta situación de un creador de contenido en el IAE, es necesario atender a si este es el propietario de los medios utilizados para la generación de contenido e ingresos, sin que su actividad se realice con las notas de dependencia y ajenidad propias de la relación laboral.

El IAE cuenta con diversas excepciones, si bien la que más interesa para el caso de estudio de los *youtubers* con ingresos bajos, es la exención del art. 82.1, apartado c) del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, que se aplica a las personas físicas

¹² SÁNCHEZ-ARCHIDONA HIDALGO, G., “La generación de contenido online: tributación y propuestas desde el punto de vista de los streamers”, *Nuevas tecnologías Disruptivas y tributación*, Aranzadi, 2021, pág. 8.

¹³ Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales (BOE de 9 de marzo de 2004).

con un importe neto anual inferior a un millón de euros. Las nuevas exenciones introducidas en la reforma del año 2002 a través de la Ley 51/2002, de 27 de diciembre, de reforma de la Ley 39/1988, de 28 de diciembre, reguladora de las Haciendas Locales¹⁴, han supuesto que el IAE se convierta más en un censo de profesionales, lo cual ha sido criticado por parte de la doctrina, puesto que ya existen otros censos fiscales, que un impuesto con afán recaudador, ya que exentaron a más de dos millones de sujetos pasivos¹⁵.

A través de tres consultas vinculantes realizadas a la Dirección General de Tributos (DGT)¹⁶ por personas cuya actividad consiste en realizar videos que luego suben a la plataforma YouTube, percibiendo una contraprestación por parte de la misma, la DGT fijó una serie de criterios básicos sobre las obligaciones fiscales de estos profesionales. En ellas no se hace mención al volumen de su actividad, si bien en ambas se señala que los ingresos obtenidos tienen la consideración de rendimientos de actividades económicas. Y es que el volumen de la actividad o la habitualidad no es un requisito para la realización del hecho imponible, el cual se produce por su mera realización, siendo suficiente un único acto puntual¹⁷.

La Hacienda Pública, en las consultas vinculantes referenciadas en el párrafo anterior, entiende que, a pesar de que el *youtuber* no es propietario de su propio canal, sino que se trata de un servicio que ofrece la compañía Google, propietaria de YouTube, existe actividad económica profesional, consistente en la grabación y creación de videos, aunque no exista ánimo de lucro. Esto no refleja otra cosa que la rigidez de la normativa tributaria así como la interpretación de la Administración sobre este tipo de actividad. La mera grabación y subida de videos a YouTube, salvo pacto contrario, no genera por sí misma ingresos al creador de contenido, sino que es necesario que se muestren anuncios antes, durante o al final de la visualización del video, siendo dicha inserción de publicidad

¹⁴ Ley 51/2002, de 27 de diciembre, de reforma de la Ley 39/1988, de 28 de diciembre, reguladora de las Haciendas Locales (BOE de 28 de diciembre de 2002).

¹⁵ CARRERAS MANERO, O., y DE MIGUEL ARIAS, S., “La controvertida pervivencia del Impuesto sobre Actividades Económicas”, *Revista Quincena Fiscal*, núm. 14, Aranzadi, 2018, pág. 3.

¹⁶ Consulta vinculante núm. V2594-21 de 25 octubre 2021, Consulta vinculante núm. V1417-20 de 14 mayo 2020 y la Consulta vinculante núm. V0117-19 de 18 enero 2019.

¹⁷ En este sentido, la DGT, en una consulta vinculante, llega a afirmar que el simple hecho de grabar videos y subirlos a YouTube, de forma pública, ya consiste en sí mismo una actividad económica empresarial o artística, no siendo necesario la obtención de ingresos o la existencia de un ánimo de lucro para que se produzca el hecho imponible. Véase: consulta vinculante núm. V0992/16 de 14 de marzo de 2016.

onerosa, la verdadera actividad económica generadora de los pagos que se realizan. Esta interpretación por parte de la Administración abarcaría demasiadas realidades del día a día que cumplen una función ociosa, como subir fotos de forma regular a redes sociales, hacer directos vía *online* y en general, y de forma extensa, cualquier grabación de contenido multimedia con la finalidad de compartirlo en redes sociales.

Podría darse la situación de que los ingresos obtenidos por la actividad consistente en subir videos a la plataforma YouTube tuviesen la consideración de rentas distintas a la de actividades económicas. Comenzando por los rendimientos del trabajo, a efectos del IRPF, estos se definen en aquellas rentas obtenidas a través de la prestación de servicios por cuenta ajena, dentro de una relación laboral¹⁸. La relación laboral se encuentra regulada y definida en el art. 1.1 del Estatuto de Trabajadores¹⁹, diferenciándola de un arrendamiento de servicios civil por medio de las notas de ajenidad y dependencia. En el caso planteado al inicio de este estudio, los rendimientos de los anuncios que se muestran en los videos del creador de contenido no pueden considerarse rendimientos del trabajo, puesto que los medios de producción son de su propiedad, “ajenidad en los medios”, él se atribuirá y será el titular de los resultados de su actividad, tanto si son positivos como negativos, y será quien contraiga las diversas obligaciones fiscales, sociales y civiles, “ajenidad en los frutos”, él actúa directamente ante YouTube y ante aquellos proveedores de los servicios que requiera para llevar a cabo su actividad, “ajenidad en el mercado”, y sin recibir órdenes sobre la forma, el modo ni el momento de realizar su actividad, “dependencia”.

Otro tipo de rentas que podrían surgir de la subida de videos a YouTube, serían los rendimientos del capital mobiliario. Estos se definen como aquellos rendimientos que provengan, directa o indirectamente, de elementos patrimoniales, bienes o derechos, cuya titularidad corresponda al contribuyente y no se hallen afectos a actividades económicas realizadas por éste²⁰. La hipótesis que se plantea consiste en saber si se podrían considerar rendimientos del capital mobiliario aquellos ingresos obtenidos por una cesión de la

¹⁸ Art. 17 de la Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio (BOE de 29 de noviembre de 2006).

¹⁹ Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores (BOE de 24 de octubre de 2015).

²⁰ Art. 21 de la Ley 35/2006.

imagen o marca del creador de contenido a un tercero, para que la utilice, por ejemplo, para la venta de productos.

Para el concreto caso de YouTube, la doctrina ha señalado que la hipótesis más verosímil para encuadrar los ingresos como rendimientos del capital mobiliario sucedería cuando el creador de contenido ejecuta su actividad contando con la colaboración de una *red multicanal* que es la que le asesora técnica y comercialmente, facilitando su salto cualitativo hacia la profesionalización²¹. La incorporación a una de estas *redes multicanal* puede llegar a provocar un cambio en la naturaleza de los ingresos percibidos, puesto que se produce un cambio en la forma de prestación de servicios. Cuando un creador de contenido se une a una *red multicanal*, esta se hace responsable de todo el contenido del canal de YouTube, actuando como un intermediario entre la plataforma y el creador de contenido, recibiendo directamente los pagos generados por la publicidad insertada en los videos colgados²². De esta forma, se rompe el nexo entre Google, propietaria de YouTube, y el creador de contenido, realizando este únicamente una cesión de su imagen, sin tener el control sobre el contenido, y por lo tanto, no se produciría una ordenación por cuenta propia de los medios de producción, característica propia de los rendimientos de actividades económicas.

Pero para que se produzca el cambio de naturaleza de los rendimientos, es necesaria la participación de un tercero, ajeno a YouTube y al propio creador, que intervenga de alguna forma en el proceso productivo. Así lo ha entendido algún autor de la doctrina fiscalista, en concreto, MENÉNDEZ MORENO²³, argumentando que la nota que determina la diferencia entre un rendimiento de actividades económicas y un rendimiento del capital mobiliario es el “cómo lo hacen los contribuyentes”, ya que la cesión de derechos de imagen puede ser objeto de una quintuple calificación en el marco del IRPF²⁴. De forma analógica, puede compararse este supuesto con el de los deportistas

²¹ BERNÁRDEZ, L. T., “La fiscalidad de los ingresos que surgen por el uso de redes sociales y páginas web gratuitas (en un contexto de revisión de los impuestos sobre las grandes empresas de la economía digital)”, *Revista de Opinión*, núm. 52, La Ley, 2019, pág. 33.

²² EGEA PÉREZ-CARASA, I., “Tributación de los influencers: normas tradicionales para nuevos y rentables modelos de negocio de las nuevas generaciones”, *Cuadernos de Derecho y Comercio*, núm. 75, Fundación Notariado, 2021, págs. 31-33.

²³ MENÉNDEZ MORENO, A., “A vueltas con la calificación de los derechos de imagen de los deportistas en la Ley del IRPF. A propósito de la Sentencia del Tribunal Supremo 1492/2021, de 15 de diciembre”. *Revista Quincena Fiscal*, núm. 18, Aranzadi, 2022, pág. 6.

²⁴ MENÉNDEZ MORENO, A., “El alcance de la calificación de los derechos de imagen como rendimientos el capital en el IRPF”, *Revista Quincena Fiscal*, núm. 18, Aranzadi, 2020, pág. 1.

profesionales, encontrando supuestos donde los rendimientos de la cesión de derechos de imagen pueden llegar a tener la consideración de renta de actividades económicas, rentas del trabajo o rentas del capital mobiliario.

La calificación como rentas de actividades económicas de los ingresos provenientes de YouTube, ha sido confirmada por parte de la DGT, entre otras, en sus contestaciones a las consultas vinculantes V0992-16 de 14 de marzo de 2016, V3078- 17 de 23 de noviembre de 2017, V0177-19 de 18 de enero de 2019 y V2608-19 de 24 de septiembre de 2019. A título de ejemplo, ha de destacarse lo establecido por este Organismo en la consulta V2608-19, en la cual indica lo siguiente: “Conforme con ambas definiciones, los rendimientos que pueda obtener el consultante por la prestación de servicios de publicidad mediante la cesión de espacios para inserciones publicitarias en sus blogs de Internet constituyen rendimientos de actividades económicas, pues responden al concepto que de estos rendimientos recoge el apartado 1 del artículo 27 de la Ley del Impuesto”.

Con el alta en el IAE y el comienzo de la actividad económica, los *youtubers* asumen, como mínimo, las obligaciones tributarias derivadas del IVA y del IRPF. Señala el art. 4 de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido²⁵, que se constituye como hecho imponible del IVA “las entregas de bienes y prestación de servicios realizadas en el ámbito espacial del impuesto por empresarios o profesionales a título oneroso, con carácter habitual u ocasional, en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional”. Ahora bien, en el concreto caso de los *youtubers*, salvo pacto en contrario, la compañía para la cual se presta servicios es Google, con sede permanente en Irlanda, sin disponer esta de sede en España. Atendiendo a esta característica, señala la DGT en una consulta vinculante realizada por un creador de contenido que, dado que la compañía para la cual se presta servicios se encuentra en Irlanda, sin contar con un establecimiento permanente en España, no se encuentran sujetos al Impuesto sobre el Valor Añadido²⁶.

En esta consulta la decisión de la DGT se fundamenta en el concepto de “servicios prestados por vía electrónica”. Para ello invoca el art. 69.3.4º de la Ley 37/1992, de

²⁵ Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido (BOE 29 de diciembre de 1992).

²⁶ Consulta vinculante núm. V2594/21 de 25 octubre de 2021.

acuerdo con la Directiva 2006/112/CE así como lo dispuesto en el Reglamento que transpone la Directiva 2006/112/CE. A su vez, este término se pone en relación con el contenido del art. 69 de la Ley 37/1992, el cual señala que la prestación de servicios se entenderá realizada en el ámbito espacial del impuesto cuando su destinatario sea un profesional o empresario cuyo centro de actividades radique en el territorio de aplicación del impuesto, siempre que dichos servicios vayan dirigidos a esa sede.

En el caso concreto, Google Ireland posee su sede europea en Irlanda, siendo este el lugar en el que recibe los servicios. Aplicando los criterios de localización expuestos, esta operación quedaría fuera del ámbito de aplicación del IVA, debiendo declararse la operación como no sujeta al referido impuesto, consignando solamente la base imponible en la declaración del IVA y haciendo expresa mención en las facturas emitidas que se produce una inversión en el sujeto pasivo, puesto que es el destinatario quien debe declarar el impuesto devengado en su Estado miembro.

En todo caso, aunque el creador de contenido no se encuentre sujeto al pago del IVA por sus servicios, deberá de darse de alta en el Registro de Operadores Intracomunitarios (ROI), en virtud del art. 25.2 del Real Decreto 1065/2007, de 27 de julio²⁷. Junto a dicha obligación formal se despliegan varias especialidades referentes a la declaración de sus ingresos. De manera esquemática, junto al modelo 303 que se presenta al finalizar cada uno de los trimestres del año, salvo excepciones, y que tiene la finalidad de declarar los importes relativos al IVA devengado y repercutido, debe presentarse el modelo 349 de declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias. Este modelo permite a los sujetos pasivos declarar las operaciones intracomunitarias realizadas. En función del volumen de ingresos de la actividad, esta declaración deberá de presentarse trimestral o mensualmente. Solamente cuando las operaciones intracomunitarias superen los 15.000€ mensuales o la actividad en su conjunto supere los 35.000€ anuales existirá la obligación de realizar esta declaración de manera mensual.

La otra obligación que deriva de la actividad económica es presentar las declaraciones trimestrales del IRPF a través del modelo 130, o similares, por imposición del art. 99.7 de la Ley 35/2006, así como por el art. 111 del Real Decreto 1065/2007 y

²⁷ Real Decreto 1065/2007, de 27 de julio, por el que se aprueba el Reglamento General de las actuaciones y los procedimientos de gestión e inspección tributaria y de desarrollo de las normas comunes de los procedimientos de aplicación de los tributos. (BOE de 5 de septiembre de 2007).

realizar los pagos que resulten de la aplicación del gravamen, el cual en 2024 asciende al 15% del resultado del impuesto. Es necesario precisar que a pesar de que el *youtuber* es considerado un profesional que presta servicios a otro profesional, en este caso, Google, no existe la obligación de practicar una retención de IRPF sobre la factura expedida, por cuanto únicamente los autónomos o empresas españolas están obligadas a realizar dicha retención y abonarla a través del modelo 111²⁸.

III. OBLIGACIONES DE LOS YOUTUBERS DERIVADAS DE LA NORMATIVA DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y EL RETA.

1. La habitualidad como requisito en el RETA y su interpretación jurisprudencial.

Cuando una persona física realiza una actividad económica por cuenta propia no solo genera obligaciones tributarias, sino que también puede generarlas con la Seguridad Social. Un creador de contenido puede ejercer su actividad bajo una relación laboral por cuenta ajena, cotizando a la Seguridad Social a través de su empleador en el régimen general, o por cuenta propia, fuera del ámbito de dirección y organización de una tercera persona. En este segundo supuesto, el creador de contenido podría cumplir los requisitos exigidos para darse de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, o RETA, regulado en la Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo²⁹. El RETA se configura como un régimen de cotizaciones obligatorio para los trabajadores autónomos o por cuenta propia, según el art. 24 de la citada norma, que cumple con el principio rector recogido en el art. 41 de la CE.

Los trabajadores autónomos, o por cuenta propia, que se encuentran incluidos en este régimen deben de cumplir con los requisitos recogidos en el art. 1.1 de la Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo, siendo el más ambiguo y el que crea una mayor inseguridad jurídica la habitualidad. Este se trata de un concepto de

²⁸ En este sentido, el art. 4 de la Ley 35/2006, señala que este impuesto solo se aplicará en el territorio español. Teniendo en cuenta que Google mantiene su sede en Irlanda y que la prestación de servicios se entiende realizada en este lugar, Google no se encuentra sujeta al ámbito espacial del IRPF, lo que no le genera un deber de retención.

²⁹ BOE de 12 de julio 2007.

difícil acreditación fáctica por parte de la Inspección de Trabajo, lo que hace necesario delimitar su campo de aplicación y su concepto³⁰.

Por parte del legislador no se ha querido aportar un baremo objetivo que determine cuando una actividad cumple con la nota de la habitualidad, recayendo esta función en los tribunales. En principio, el término de habitualidad parece hacer referencia a un dato temporal, a la cantidad de tiempo que se le dedica a la actividad o si esta se repite de forma continuada en el tiempo. Si bien, el Tribunal Supremo, la Sala de lo Social, en el año 1997 unificó el criterio sobre cómo debe de valorarse la habitualidad en el ámbito social, eligiendo por encima del módulo temporal, el cual requiere de una prueba mucho más difícil, el criterio de la cuantía de la remuneración, de mucho más fácil control y valoración. Razona el TS que la superación del SMI por parte de un trabajador por cuenta propia, es un indicador del tiempo que le dedica a dicha actividad. Además, tiene en cuenta como el legislador recurre al límite del SMI como umbral de renta o de actividad en diversos campos de la política social, y específicamente en materia de Seguridad Social³¹.

La Sala de lo Social del TS³², en el año 2007, volvió a referirse a esta cuestión en un asunto donde la actividad ejercida era la venta menor sin establecimiento. El hecho de que la actividad ejercida fuese distinta de la de subagente de seguros, la cual era la que se ejercía en la sentencia referenciada en el párrafo anterior, siendo esta una profesión muy presente a lo largo de los años en la jurisprudencia, no ha supuesto un obstáculo, argumenta el Supremo, para aplicar la doctrina anterior del año 1997. A la vista de la prueba practicada, quedó fijado como hecho probado que el vendedor en los últimos años obtuvo unos ingresos por su actividad inferiores al 75% del SMI en cómputo anual. Con estos datos, el TS reitera su criterio acudiendo nuevamente al criterio de obtención de rentas superiores al SMI, añadiendo, que no supone una apariencia o signo de la habitualidad el hecho de que la actividad se haya realizado a lo largo de diversos años,

³⁰ BENLLOCH SANZ, J. P., “La nota de habitualidad en el trabajo autónomo y el derecho del trabajador por cuenta propia a dejar de prestar su actividad en determinados períodos de tiempo. Sentencia comentada: STSJ Castilla-la Mancha, de 3 abril 2001”, *Revista Doctrinal Aranzadi Social*, núm. 2, Aranzadi, 2001, pág. 5.

³¹ Tribunal Supremo, Sala de lo Social, Sentencia núm. 6441/1997, de 29 de Rec. 406/1997.

³² Tribunal Supremo, Sala de lo Social, Sentencia núm. 2483/2007, de 20 de marzo Rec. 5006/2005.

puesto que esto no supone necesariamente que esta actividad se haya realizado de forma habitual todos los meses de los referidos años.

Con esta sentencia, se asienta en la Sala de lo Social la tesis que pone en relación el tiempo de dedicación, dato de gran importancia para demostrar la habitualidad, con los ingresos obtenidos con la actividad. La base de esta doctrina se asienta sobre el entendimiento de que los ingresos obtenidos por una actividad económica se encuentran directamente relacionados con el tiempo que se le dedique, percibiendo mejores resultados económicos cuando la dedicación es plena, a la contra de cuando el tiempo de dedicación es parcial o residual, en cuyo caso, esto se reflejará por medio de rendimientos económicos inferiores.

Ahora bien, esta materia puede ser resuelta tanto por los juzgados del orden social³³ como por los juzgados del orden contencioso-administrativo³⁴, lo que ha dado lugar a una contradicción entre ambas Salas del TS a la hora de aportar luz sobre el concepto de habitualidad. De esta forma, dependiendo del orden enjuiciador, el criterio ha sido distinto, obligando el orden social a darse de alta en el RETA a colectivos de trabajadores autónomos, mientras que el orden contencioso no ha obligado a realizar el alta³⁵, generando mayor inseguridad jurídica.

En lo que respecta al orden contencioso-administrativo, la primera sentencia del TS que estudió la habitualidad fue dictada en el año 1987³⁶, con diez años de antelación a la sentencia de la Sala de lo Social. El criterio utilizado por el TS en esa sentencia, ha sido el de determinar si la actividad realizada constituye la principal actividad productiva cotidiana de la persona trabajadora, diferenciando así el término de habitualidad con el de periodicidad. Para ello, el Tribunal no realizó un estudio o delimitación del concepto de habitualidad en sí mismo, sino que su fundamentación se centra en estudiar y observar

³³ Artículo 3.f) de la Ley de 36/2011, de 10 de octubre, reguladora de la jurisdicción social (BOE de 11 octubre de 2011).

³⁴ Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa. (BOE de 14 de julio de 1998).

³⁵ BALLESTER PASTOR, I., “¿Existe una medida de "habitualidad" objetiva que obligue al encuadramiento de los trabajadores autónomos en el RETA? ¿existe para los subagentes de seguros? Efectos y alcance de la doctrina judicial al hilo de las relevantes Sentencias de la Sala de lo Social del TS de 29 de octubre de 1997 y de 29 de abril de 2002”, *Revista Doctrinal Aranzadi Social*, núm. 20, Aranzadi, 2020, pág. 3.

³⁶ Tribunal Supremo, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 1097/1987, de 21 de diciembre, Rec. 688/1987

las circunstancias subjetivas de la persona. En el caso enjuiciado, un empleado de una entidad bancaria, siendo esta su actividad principal, se dedicaba a la actividad de subagente de productos de seguros, siendo utilizada para complementar los ingresos que percibía por su actividad principal, la de trabajador de la banca, y así poder sufragar los gastos relacionados con su vida personal y familiar.

He aquí la gran diferencia con la Sala de lo social. En el orden social no se apreció ni se atendió a si la actividad tiene la consideración de principal, accesoria, secundaria o residual, sino que el TS tuvo en cuenta su relevancia real, de forma aislada, sin tener en cuenta cualquier otra actividad que pudiese desempeñarse de manera simultánea³⁷.

A partir de estas dos sentencias, la de la Sala de lo Social y la de lo Contencioso-Administrativo, los Tribunales Superiores de Justicia han ido formulando distintas tesis respecto a la interpretación de la “habitualidad”. De las sentencias estudiadas, pueden diferenciarse dos líneas principales, siendo estas respectivamente: la tesis de la continuidad o reiteración, asociada al módulo temporal, esto, la cantidad de tiempo dedicada a la actividad; y la tesis de la retribución mínima, heredera de la doctrina unificada de la Sala de lo Social, puesto que pretende demostrar la habitualidad de la actividad en base a una relación directamente proporcional entre beneficios y tiempo de dedicación. Su origen puede situarse en la sentencia ya mencionada de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del año 1987.

De las dos corrientes o interpretaciones, la tesis del montante económico de la actividad ha sido la más utilizada por parte de los Tribunales Superiores de Justicia³⁸. El motivo de que esta sea la corriente dominante se debe a la imposibilidad por parte de la

³⁷ BALLESTER PASTOR, I., “¿Existe... cit”, págs. 6-9.

³⁸ En este sentido, véase: Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, Burgos, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 210/2018 de 25 de septiembre, Rec. 109/2018; Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 600/2018 de 18 octubre, Rec. 991/2017, Sentencia núm. 667/2014 de 19 noviembre rec. 257/2013 y Sentencia núm. 628/2020 de 2 diciembre, Rec. 166/2020; Tribunal Superior de Justicia de Navarra, Sala de lo Social, Sentencia núm. 193/2000 de 26 mayo rec. 180/2000) y Sentencia núm. 39/2004 de 18 de febrero, Rec. 43/2004; Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, Málaga, Sala de lo Social, Sentencia núm. 807/2001 de 27 de abril, Rec. 412/2001; Tribunal Superior de Justicia de Aragón, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 459/2016 de 26 de octubre, Rec. 244/2013; Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, Sala de lo Social, Sentencia núm. 526/2000 de 21 de enero, Rec. 31/1999; Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, Valladolid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 743/2013 de 2 de mayo, Rec. 620/2012; Tribunal Superior de Justicia de las Islas Canarias, Santa Cruz de Tenerife, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 113/2019 de 2 de abril, Rec. 138/2020; y, Tribunal Superior de Justicia de Asturias, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 368/2019 de 20 de mayo, Rec. 114/2019.

Inspección de Trabajo de probar y plasmar en sus actas de inspección el tiempo real de dedicación, su continuidad, y por ende, la propia habitualidad con la que se realiza la actividad económica. Y es que el RETA exige que la actividad laboral realizada tenga entidad suficiente por el tiempo de dedicación efectuado y la prestación obtenida, de tal forma que los trabajos marginales y de escasa rentabilidad quedan excluidos del sistema de la Seguridad Social³⁹. El hecho de que esta sea la línea mayoritaria por parte de los diversos Tribunales Superiores de Justicia, es en parte debido a una defectuosa práctica por parte de la Inspección de Trabajo a la hora de realizar las oportunas inspecciones que derivan en las altas de oficio. El *modus operandi* de la TGSS y de la Inspección de Trabajo consiste, según se desprende de las sentencias antes citadas, en consultar la información fiscal que proviene de las autodeclaraciones de los ciudadanos o, girar visitas puntuales y aisladas a los lugares donde se realizan las actividades, sin que exista un control en el tiempo. A la vista de esta forma de operar por parte de la Seguridad Social, resulta comprensible que los juzgadores tiendan más hacia el criterio del montante de la actividad, ya que no se les están aportando pruebas sobre el tiempo real y continuado que se ejerce la actividad económica, viéndose obligados al estudio y observancia de datos objetivos, como son los ingresos netos, los cuales únicamente demuestran que se ha ejercido la actividad, pero no la dedicación.

Para determinar la superación del SMI en cómputo anual, los distintos juzgadores se han servido de los datos aportados por la AEAT provenientes de las declaraciones del IVA y del IRPF realizadas por los ciudadanos. Ahora bien, esto puede generar dudas sobre qué cuantía aplicar, los ingresos brutos o los netos. En este sentido, la doctrina judicial se ha pronunciado favorable a la utilización del resultado neto reflejado en la declaración del IRPF en relación a las rentas de actividades económicas⁴⁰. Esta interpretación posiblemente parta de la suposición de que los datos que se reflejan en las declaraciones son correctos, y que no existe un ánimo defraudador del interesado, puesto que los hechos constatados y plasmados en las actas de inspección de la Inspección de Trabajo poseen una presunción de veracidad⁴¹, de la misma forma que las actas y

³⁹ Tribunal Superior de Justicia de Islas Canarias, Santa Cruz de Tenerife, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 374/2021 de 1 julio, Rec. 210/2022.

⁴⁰ En este sentido, véase: Tribunal Superior de Justicia de Asturias, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 995/2017, de 4 diciembre, Rec. 726/2017.

⁴¹ Art. 23 de la Ley 23/2015, de 21 de julio, Ordenadora del Sistema de Inspección de Trabajo y Seguridad Social (BOE de 22 de julio de 2015).

diligencias expedidas por la Inspección de Tributos⁴², y las autoliquidaciones realizadas por los contribuyentes⁴³.

En contra del uso de los ingresos netos, resulta necesario indicar que el cálculo realizado por el ciudadano en las autoliquidaciones no tiene por qué responder a la realidad de la actividad, si bien, a falta de una prueba en contrario que desacredite tal presunción de veracidad, el juzgador deberá tratar esa información como cierta. La utilización de los ingresos netos, habiendo descontado los gastos afectos a la actividad, podría provocar la inclusión de gastos falsos, inadecuados o improcedentes, que de forma artificial, aminoren la cuantía real neta, con el ánimo de no superar el SMI. Es por ello que resulta imprescindible y necesaria una correcta coordinación entre la AEAT y la TGSS ante aquellos procedimientos de alta de oficio en el RETA, con el objetivo de mostrar la verdadera situación de la actividad realizada y comprobar que la información de la autoliquidación es veraz. En todo caso, deberá de primar el principio de proporcionalidad⁴⁴, limitándose la inspección únicamente a aquellos supuestos donde los gastos declarados supongan la diferencia entre superar el SMI o no.

Recientemente, el TSJ de Madrid, Sala de lo Contencioso-administrativo, en su sentencia núm. 628 de 2 de diciembre de 2021, ha venido aplicando este criterio del montante de la actividad como indicio de la habitualidad⁴⁵, pero indica en otra sentencia del año 2022⁴⁶, en base a la doctrina jurisprudencial tanto de la Sala de lo Social como de lo Contencioso, que el trabajo tiene carácter habitual cuando se repite a lo largo del tiempo, siendo prueba de ello en el caso enjuiciado, que la recurrente trabajaba siempre que se le encargaban sus servicios por terceros, no quedando su actividad limitada exclusivamente a determinados periodos del año. Este es el factor fundamental de la habitualidad, la frecuencia, repetición o continuación de la actividad económica. Pero como ya se indicó, como en ciertas ocasiones puede resultar difícil su prueba, se acude, de forma subsidiaria, al criterio del montante económico. Por lo tanto, la no superación del SMI en cómputo anual, por sí mismo, no tiene porqué determinar la existencia o no

⁴² Art. 145 de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria (BOE de 18 de diciembre de 2003).

⁴³ Art. 108.4 de la Ley 58/2003.

⁴⁴ Art 3.2 de la LGT.

⁴⁵ Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 628/2021, de 2 de diciembre, Rec. 166/2020.

⁴⁶ Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 46/2022 de 11 de mayo, Rec. 112/2021.

de habitualidad, generando de por sí, una mayor inseguridad de no saber cuál es la dedicación exacta para que se considere habitual.

La segunda doctrina judicial, a diferencia de la ya expuesta, sigue una interpretación literal del art. 1.1 de la Ley 20/2007, entendiendo de esta manera que cuando se utiliza el término “habitual”, debe atenderse a la continuidad y repetición de la actividad, independientemente de los ingresos o de la rentabilidad de la misma⁴⁷. Las sentencias citadas, para determinar si existe una continuidad y repetición, se sirven de los modelos de IRPF presentados por los ciudadanos. Al comprobar que a lo largo de diversos años, de forma continuada, se han declarado ingresos provenientes de actividades económicas, entienden y argumentan que la actividad se ha realizado con habitualidad. Esta interpretación literal, si bien lo que pretende es elevar la importancia de la definición misma del término habitual, lo que provoca es una inseguridad en las personas que realizan actividades económicas.

La interpretación por módulos temporales, basados en la repetición y la continuidad, se corresponde con una tesis subjetiva, de difícil limitación, dado que no existe ninguna medida comparativa que permita entender cómo debe interpretarse la repetición y continuidad. Ciertamente que si se declaran a lo largo de varios años ingresos por una actividad económica, esta, en apariencia, se ha venido realizando de manera reiterada en ese periodo temporal. Pero, esta línea doctrinal, no sería capaz de entrar a valorar la intensidad con la que se ha venido realizando la actividad. Se podría entender que carecería de fundamento encuadrar una actividad que se realiza en un número reducido de meses, dentro del sistema del RETA. Una persona, de forma esporádica, a lo largo de varios años podría realizar una actividad por cuenta propia sin que esta sea habitual, aunque percibiese ingresos todos los meses. Lo ideal, a fin de evitar inseguridades jurídicas para las personas, sería, en primer lugar, establecer un límite temporal objetivo, a partir del cual, se entendiese que la actividad es habitual, y segundo, entrar a valorar en mayor profundidad la intensidad con la que se ejerce la actividad. No debería de valorarse de la misma forma una actividad que se realiza con carácter principal y con una clara

⁴⁷ En este sentido, véase: Tribunal Superior de Justicia de Galicia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sentencia núm. 411/2018 de 12 de julio, Rec. 4197/2017; Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 6/2019 de 21 de enero, Rec. 99/2017.

intención lucrativa, a una que queda relegada a un segundo plano, con una dedicación reducida, y que su finalidad no sea otra que obtener un complemento a una renta principal.

2. La nota de “habitualidad” en la profesión de *youtuber* a efectos del RETA

Habiendo expuesto las dos corrientes jurisprudenciales, la actividad desarrollada por los *youtubers*, consistente en ceder un espacio en su canal para que Google inserte publicidad, en principio, sí que cumpliría con las notas características de los trabajadores autónomos, incluida la nota de habitualidad. A fin de poder argumentar esta afirmación, es necesario recordar, que independientemente de la hora del día, un *youtuber* está recibiendo visitas en su canal. De forma constante, el contenido que este muestra en su canal es accesible durante todas las horas del día, sin importar la época del año. Teóricamente, sería posible que un *youtuber* generase ingresos pasivos sin la necesidad de publicar nuevos videos en la plataforma, lo cual no es necesario una vez que se cuenta ya con una base de videos. Esta realidad, parece adecuarse con la propia definición de habitualidad como módulo temporal, lo que daría vía a incluir a los *youtubers* en el sistema del RETA.

A la vista de las sentencias estudiadas, las cuales señalan, de forma reiterada, la dificultad probatoria de la habitualidad, motivo por el cual se acude al criterio del montante económico, esta actividad estudiada posee una mayor facilidad probatoria en relación a trabajos tradicionales. En el panel de estadísticas al que tiene acceso el *youtuber* aparecen reflejados, todos los ingresos que este ha percibido, desglosados por meses y por días individuales. Esta gran recopilación de datos de la actividad, supone una fuente esencial, básica e irrenunciable de información objetiva que puede, y debería ser utilizada por la Inspección de Trabajo y por la TGSS, para estudiar si corresponde o no el alta de oficio.

En la mayoría de sentencias citadas, en las que se aplica el criterio del montante económico, ha faltado una investigación más profunda por parte de la Inspección de Trabajo, tendente a demostrar la repetición y continuidad de la actividad. Es doctrina reiterada que la carga de la prueba en los procedimientos de altas de oficio recae sobre la

Administración⁴⁸, y ha sido debido a una errónea e insuficiente práctica de la prueba lo que ha llevado a los tribunales a acudir a la tesis de los ingresos netos. Por ello, anticipando el procedimiento administrativo y posterior procedimiento judicial, la Administración, a fin de lograr una sentencia estimatoria, debe conseguir la información de los ingresos devengados por los *youtubers* de forma diaria, ya que esa es la prueba que de forma más idónea va a reflejar si la actividad económica se ha realizado de forma repetida y continuada a lo largo del tiempo, sin perjuicio de la libre valoración de la prueba efectuada por los Magistrados conocedores del asunto.

La información sobre los ingresos diarios de los *youtubers* puede obtenerse y consultarse a través de la pestaña de Youtube Studio, un espacio privado del usuario en el que puede consultar toda la información, datos, rendimiento y estadísticas de su canal de Youtube. Esta información relativa a las reproducciones e ingresos generados se actualiza cada día, especificándose cuánto dinero ha generado un video o el canal en su totalidad, en un día, mes o año concreto. Por parte de la Administración resulta básica la obtención de esta información para lograr un estudio de la habitualidad con mayor detalle y exactitud.

Hay que señalar que la principal consecuencia que trae consigo el encuadre de una actividad por cuenta propia en el RETA, es la obligación de abonar una cuota mensual a la Seguridad Social. Con la nueva normativa en materia de autónomos, durante el periodo entre 2023 y 2025, los nuevos autónomos podrán solicitar la aplicación de una cuota reducida, de 80€, durante un periodo de 12 meses. Finalizado este primer periodo, si el trabajador por cuenta propia estima que sus ingresos netos anuales serán inferiores en el siguiente ejercicio, podrá volver a solicitar la aplicación de una cuota reducida, la cual tiene como límite máximo 160€, que tendrá una duración de 36 meses a mayores⁴⁹.

Sin querer entrar a valorar el hecho de que a pesar de obtener un beneficio inferior al SMI no suponga una exención del pago de la cuota, estas cuotas reducidas resultan difíciles de cubrir por parte de las personas a las que se ajusta este artículo. Google impone un límite de ingresos para efectuar el pago efectivo de las cantidades generadas, el cual

⁴⁸ Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 361/2019 de 30 de mayo, Rec. 139/2018.

⁴⁹ Real Decreto-ley 13/2022, de 26 de julio, por el que se establece un nuevo sistema de cotización para los trabajadores por cuenta propia o autónomos y se mejora la protección por cese de actividad (BOE de 27 de julio de 2022).

se sitúa en España en los 70€⁵⁰. Un creador de contenido sin el suficiente volumen de visualizaciones difícilmente sería capaz de sufragar mensualmente una cuota tan elevada, en comparación a sus ingresos. En esencia, se estaría trabajando únicamente con el propósito de abonar las correspondientes cuotas e impuestos a los que están sujetos los trabajadores por cuenta propia, impidiéndose así cualquier tipo de inversión con el fin de aumentar los rendimientos de la actividad.

IV. CONCLUSIONES

A la vista de las características y circunstancias concretas sobre la forma en que los *youtubers* realizan su actividad, desde una perspectiva teórica, esta cumple con los requisitos de habitualidad, realización personal, directa, por cuenta propia, y actividad económica a título lucrativa, debiendo de darse de alta en el RETA, en el ROI y en el IAE, así como abonar la correspondiente cuota de autónomo y de presentar las declaraciones relativas al IVA y al IRPF de manera mensual o trimestral y anual.

Debe de tenerse en consideración que la creación de contenido a través de la plataforma Youtube no requiere de ningún tipo de conocimiento especializado y que, en todo caso, puede tratarse de una actividad paralela con una actividad laboral o económica a tiempo completo. Estas circunstancias propias de la actividad objeto de estudio, hacen que la opción de emprender en este tipo de modelos de negocio sea poco atractiva a la vista de las altas cuotas que se imponen a los autónomos cuyos negocios obtienen unos ingresos inferiores al SMI.

Por dicho motivo, muchos creadores de contenido que no logran obtener suficientes ingresos para cubrir las cotizaciones y obligaciones fiscales a través de las distintas plataformas digitales, optan por no darse de alta ni en el IAE ni en la RETA, provocando una situación de irregularidad. La falta de formalización de las correspondientes altas expone a los *youtubers* a diversas sanciones, tanto por parte de la Hacienda Pública como de la Seguridad Social así como a tener que abonar de forma retroactiva las oportunas cuotas a la Seguridad Social.

⁵⁰ Esta información puede consultarse a través de la propia información que publica Google en su web: <https://support.google.com/youtube/answer/7164703?hl=es#zippy=%2Ctransferencia-electr%C3%B3nica-de-fondos>

A pesar de la aprobación del Real Decreto-ley 13/2022, por el que se establece un nuevo sistema de cotización para los trabajadores por cuenta propia o autónomos y se mejora la protección por cese de actividad, el cual, tiene el objetivo de acomodar el cálculo de las bases de cotización a los ingresos reales de los autónomos para que no se viesan perjudicados los principios de contributividad y de solidaridad, los verdaderos efectos que ha provocado es que con esta nueva normativa, la tarifa reducida se ha aumentado con respecto a la anterior regulación, pasando de 60€ mensuales a 80€, debiendo de sumarse la tasa intergeneracional.

Para el año 2025 la cuota mínima establecida para el primer tramo de cotizaciones asciende a 200€ mensuales aproximadamente. Si verdaderamente se pretende facilitar el emprendimiento y ayudar a que los nuevos modelos de negocio surjan y crezcan, no puede exigírseles el pago de una cuota que en muchas ocasiones supone casi un cien por cien de sus ingresos, desapareciendo prácticamente la obtención de algún beneficio económico.

BIBLIOGRAFÍA

- BALLESTER PASTOR, I., “¿Existe una medida de "habitualidad" objetiva que obligue al encuadramiento de los trabajadores autónomos en el RETA? ¿existe para los subagentes de seguros? Efectos y alcance de la doctrina judicial al hilo de las relevantes Sentencias de la Sala de lo Social del TS de 29 de octubre de 1997 y de 29 de abril de 2002”, *Revista Doctrinal Aranzadi Social*, núm. 20, Aranzadi, 2020.
- BENLLOCH SANZ, J. P., “La nota de habitualidad en el trabajo autónomo y el derecho del trabajador por cuenta propia a dejar de prestar su actividad en determinados períodos de tiempo. Sentencia comentada: STSJ Castilla-la Mancha, de 3 abril 2001”, *Revista Doctrinal Aranzadi Social*, núm. 2, Aranzadi, 2001.
- BERNÁRDEZ, L. T., “La fiscalidad de los ingresos que surgen por el uso de redes sociales y páginas web gratuitas (en un contexto de revisión de los impuestos sobre las grandes empresas de la economía digital)”, *Revista de Opinión*, núm. 52, La Ley, 2019.
- CARRERAS MANERO, O., y DE MIGUEL ARIAS, S., “La controvertida pervivencia del Impuesto sobre Actividades Económicas”, *Revista Quincena Fiscal*, núm. 14, Aranzadi, 2018.
- EGEA PÉREZ-CARASA, I., “Tributación de los influencers: normas tradicionales para nuevos y rentables modelos de negocio de las nuevas generaciones”, *Cuadernos de Derecho y Comercio*, núm. 75, Fundación Notariado, 2021.
- MENÉNDEZ MORENO, A., “A vueltas con la calificación de los derechos de imagen de los deportistas en la Ley del IRPF. A propósito de la Sentencia del Tribunal Supremo 1492/2021, de 15 de diciembre”. *Revista Quincena Fiscal*, núm. 18, Aranzadi, 2022.

MENÉNDEZ MORENO, A., “El alcance de la calificación de los derechos de imagen como rendimientos el capital en el IRPF”, *Revista Quincena Fiscal*, núm. 6, Aranzadi, 2020.

SÁNCHEZ-ARCHIDONA HIDALGO, G., “La generación de contenido online: tributación y propuestas desde el punto de vista de los streamers”, *Nuevas tecnologías Disruptivas y tributación*, Aranzadi, 2021.

JURISPRUDENCIA

Tribunal Supremo, Sala de lo Social, Sentencia núm. 6441/1997, de 29 de octubre, Rec. 406/1997.

Tribunal Supremo, Sala de lo Social, Sentencia núm. 2483/2007, de 20 de marzo, Rec. 5006/2005.

Tribunal Supremo, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 1097/1987, de 21 de diciembre, Rec. 688/1987.

Tribunal Superior de Justicia de Navarra, Sala de lo Social, Sentencia núm. 193/2000 de 26 mayo rec. 180/2000)

Tribunal Superior de Justicia de Navarra, Sala de lo Social, Sentencia núm. 39/2004 de 18 de febrero, Rec. 43/2004

Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 361/2019 de 30 de mayo, Rec. 139/2018.

Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 628/2021, de 2 de diciembre, Rec. 166/2020.

Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 46/2022 de 11 de mayo, Rec. 112/2021.

Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 600/2018 de 18 octubre, Rec. 991/2017,

Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 667/2014 de 19 noviembre rec. 257/2013

Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 628/2020 de 2 diciembre, Rec. 166/2020)

Tribunal Superior de Justicia de las Islas Canarias, Santa Cruz de Tenerife, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 113/2019 de 2 de abril, Rec. 138/2020

Tribunal Superior de Justicia de Islas Canarias, Santa Cruz de Tenerife, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 374/2021 de 1 julio, Rec. 210/2022.

Tribunal Superior de Justicia de Galicia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sentencia núm. 411/2018 de 12 de julio, Rec. 4197/2017; Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 6/2019 de 21 de enero, Rec. 99/2017.

Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, Sala de lo Social, Sentencia núm. 526/2000 de 21 de enero, Rec. 31/1999

Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, Burgos, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 210/2018 de 25 de septiembre, Rec. 109/2018

Tribunal Superior de Justicia de Asturias, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 368/2019 de 20 de mayo, Rec. 114/2019.

Tribunal Superior de Justicia de Aragón, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 459/2016 de 26 de octubre, Rec. 244/2013

Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, Málaga, Sala de lo Social, Sentencia núm. 807/2001 de 27 de abril, Rec. 412/2001

Tribunal Superior de Justicia de Asturias, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 995/2017, de 4 diciembre, Rec. 726/2017.

Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, Valladolid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sentencia núm. 743/2013 de 2 de mayo, Rec. 620/2012

