

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

FACULTAD DE DERECHO



“Contribuciones para la Regulación Tributaria en el Comercio Electrónico”

Autor: Leonel Patricio Ortega

2008

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

FACULTAD DE DERECHO

“Contribuciones para la Regulación Tributaria en el Comercio Electrónico”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos

Para obtener el título de Abogado.

Profesor Guía: Dr. José Javier Jarrín Barragán

Autor: Leonel Patricio Ortega Sánchez

2008

DECLARACION

JOSE JAVIER JARRIN, Profesor de la Facultad de Derecho de La Universidad de las Américas, declaro que el presente trabajo de titulación “Contribuciones para la Regulación Tributaria en el Comercio Electrónico”, fue realizado bajo mi guía y orientación por el Señor Leonel Patricio Ortega Sánchez.

Atentamente,

José Javier Jarrín B.

“AGRADECIMIENTOS”

He llegado al final del camino y en mi han quedado marcadas huellas profundas de este recorrido. Agradezco a mis padres que con su trabajo y esfuerzo permitieron culminar esta gran etapa de mi vida, a mis maestros por sus palabras y sabios consejos, y a todas las personas como mis hermanos, mi novia y mi familia, que me brindaron el apoyo necesario para ir avanzando en este camino. Gracias a todos ustedes por lo que hemos logrado.

“El presente trabajo va dedicado a mis padres y a mi tía. Sabiendo que jamás existirá una forma de agradecer una vida de lucha, sacrificio y esfuerzo constantes, sólo deseo que entiendan que este logro mío, es también suyo, y mi esfuerzo es inspirado en ustedes, que son mi único ideal”

RESUMEN

El comercio electrónico alrededor del mundo ha tenido un gran avance y desarrollo debido a que cada vez es mas sencillo y rápido comerciar sea entre empresas en el caso del comercio electrónico Business to Business o sea cuando estas negocian con el consumidor final (Business to Consumers) o en cualquiera de las clases de comercio electrónico que existen. Debido a este gran avance muchos países han visto la necesidad de establecer tributos que puedan gravar esta actividad, de este punto surgen muchos debates que tienen que ser analizados y conocidos para saber cual es la mejor opción con respecto a la regulación tributaria de esta nueva forma de comercio.

El primer debate que surge, es si el comercio electrónico debe ser gravado con impuestos al igual que el comercio tradicional, así como lo consideran la mayoría de países y tratadistas del mundo, o se lo tiene que dejar libre de cualquier tributo que retrase su avance como lo establecen en Estados Unidos.

Otro punto de discusión por parte de los que están de acuerdo con establecer tributos para el comercio electrónico es si se puede usar las legislaciones ya aplicadas al comercio tradicional realizando algunos cambios que se adapten, a esta nueva forma de negociar o si se tiene que crear un marco jurídico, debido a sus características nuevas y propias. Los que creen que se debe alcanzar con tributos para el comercio electrónico se encuentran con grandes problemas que surgen sobretodo al momento en que el comercio electrónico es realizado en su totalidad a través de la red, es decir que la compra y la entrega del bien así como el pago, se lo realiza sin necesidad de algún medio tradicional y es muy difícil la aplicación de las legislaciones ya establecidas.

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I COMERCIO ELECTRONICO

1.1.	ANTECEDENTES.....	2
1.2.	ARGUMENTOS TÉCNICOS.....	4
1.3.	CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	6
1.4.	CLASIFICACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	9
1.4.1.	En cuanto a los sujetos o participantes.....	9
1.4.2.	En cuanto a la entrega del bien.....	11
1.5.	PAGO ELECTRÓNICO.....	12
1.5.1.	Introducción.....	12
1.5.2.	Concepto de Pago Electrónico.....	14
1.6.	MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO.....	15
1.6.1.	Tarjeta de Crédito.....	16
1.6.2.	Tarjeta de Débito.....	16
1.6.3.	Dinero Electrónico.....	17
1.6.4.	Cheques Digitales.....	19

CAPITULO 2. TRIBUTOS

2.1.	NECESIDAD DE ESTABLECER TRIBUTOS POR PARTE DE LOS ESTADOS.....	19
2.2.	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.....	20
2.2.1.	Concepto.....	20
2.2.2.	Clases.....	21
2.2.3.	Sujetos.....	21

2.3.	DEFINICIÓN DE TRIBUTO.....	22
2.4.	TIPOS DE TRIBUTO.....	23
2.4.1.	Impuestos.....	23
2.4.2.	Tasas.....	25
2.4.3.	Contribuciones.....	25

CAPITULO 3. POSICIONES PARA LA TRIBUTACION EN EL COMERCIO ELECTRONICO.

3.1.	TRIBUTOS PARA GRAVAR EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	25
3.1.1.	La Red es libre no se deben establecer Tributos para el Comercio Electrónico.....	26
3.1.2.	Nuevos Tributos que graven el Comercio Electrónico.....	27
3.1.3.	Los mismos Tributos ya existentes para gravar el Comercio Electrónico.....	29

CAPITULO 4. REGULACION TRIBUTARIA DEL COMERCIO ELECTRONICO EN ESTADOS UNIDOS

4.1.	INTRODUCCION.....	29
4.2.	IMPUESTOS QUE GRAVAN AL COMERCIO ELECTRONICO.....	30
4.2.1.	Impuesto a las Ventas y al Uso.....	30
4.2.2.	Internet Tax Freedom Act.....	32
4.2.3.	Recomendaciones de La Comisión Asesora sobre Comercio Electrónico (“A.C.E.C.”) para la Recaudación del Impuesto a Las Ventas y al Uso.....	33
4.2.4.	Impuesto a las Actividades Comerciales.....	35
4.2.5.	Impuesto a los accesos a Internet.....	35

CAPITULO 5. REGULACIÓN TRIBUTARIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EUROPA.

5.1. EL IVA EN LA UNION EUROPEA.....	36
5.1.1. El IVA en el Comercio Electrónico Business To Consumer sobre Bienes Físicos.....	38
5.1.2. El IVA en el Comercio Electrónico Business to Business.....	38
5.1.3. El IVA en la importación de Bienes por parte de los Consumidores de la Unión Europea.....	39
5.2. IMPUESTOS QUE GRAVAN EL COMERCIO ELECTRONICO EN ESPAÑA.....	40
5.2.1. El Impuesto Sobre La Renta De Las Personas Físicas (IRPF)...	40
5.2.2. El Impuesto sobre la Renta de no Residentes (IRNR).....	41
5.2.3. Impuesto sobre Sociedades.....	42
5.2.4. Impuesto al valor añadido.....	43

CAPITULO 6. REGULACIÓN TRIBUTARIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ARGENTINA.

6.1. IMPUESTO A LAS GANANCIAS EN ARGENTINA.....	43
6.2. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) EN ARGENTINA.....	45
6.2.1. El IVA en la Adquisición de productos digitalizados para Consumidores Finales. (“Business to Consumer”).....	45
6.2.2. El IVA en la Adquisición de productos digitalizados entre Empresas (“Business to Business”).....	46
6.3. IMPUESTO A LOS INGRESOS BRUTOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	47

CAPITULO 7 ANALISIS COMPARATIVO DE LA TRIBUTACIÓN PARA EL COMERCIO ELECTRONICO ENTRE EEUU, EUROPA Y ARGENTINA.

- 7.1. ¿Cómo gravan los sistemas de impuestos vigentes a las operaciones de Comercio Electrónico que transfieren bienes tangibles?..... 47
- 7.2. ¿Cómo están gravadas las operaciones de Comercio Electrónico que transfieren bienes intangibles?..... 48
- 7.3. ¿Cómo son considerados los productos digitalizados a los efectos del comercio electrónico?..... 48

CAPITULO 8 CONTRIBUCIONES A LA REGULACIÓN TRIBUTARIA EN EL ECUADOR

- 8.1. COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR..... 49
- 8.2. TRIBUTOS PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ECUADOR..... 51

CAPITULO 9. PROBLEMAS TRIBUTARIOS GENERALES QUE SURGEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

- 9.1. ESTABLECER LA JURISDICCIÓN TRIBUTARIA COMPETENTE. 52
- 9.2. IDENTIFICACION DEL SUJETO PASIVO..... 53
- 9.3. CONTROL DE LA RENTA O TRANSACCION..... 54
- 9.4. ESTABLECIMIENTO PERMANENTE..... 54
- 9.5. CALIFICACIÓN DE LAS RENTAS..... 55
- 9.6. LOCALIZACIÓN DEL HECHO IMPONIBLE DEL IVA..... 56
- 9.7. PROBLEMAS ADUANEROS..... 56

**CAPITULO 10 APORTES INTERNACIONALES PARA LA REGULACIÓN
TRIBUTARIA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

10.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC).....	57
10.2 ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (OCDE).....	57
CONCLUSIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	62

“Contribuciones para la Regulación Tributaria en el Comercio Electrónico”

Por Leonel Ortega

INTRODUCCIÓN:

El comercio electrónico consiste en la transferencia de bienes y servicios a través de medios electrónicos. La entrega y el pago de muchos bienes y servicios se los realiza utilizando también los medios electrónicos, es decir todo el proceso de compra y venta se lo efectúa dentro de la red. Estos métodos han sido muy acogidos debido a la sencillez, rapidez y bajos costos, a más de la eliminación de los intermediarios; para este tipo de negocios existen una inmensa cantidad de usuarios y clientes ya que en nuestros tiempos, tener acceso a un computador es muy sencillo.

El gran avance de la tecnología, el Internet y el desarrollo de las comunicaciones han permitido que el comercio alrededor del mundo sufra un cambio vertiginoso, en la actualidad ya no se negocia solo por las vías tradicionales, sino que con los últimos adelantos, no se necesita tener un establecimiento físico que permita realizar las operaciones comerciales. En el comercio electrónico se encuentran muchas ventajas, pero a la vez han surgido dificultades sobre todo en el campo del Derecho con respecto a la vinculación del vendedor y el comprador con alguna jurisdicción, por lo que no se puede fijar un control fiscal.

Otros inconvenientes e interrogantes que han surgido en el Derecho y sobre todo en el campo tributario son la gran dificultad de saber si el ordenamiento jurídico vigente, es aplicable al comercio electrónico, realizando algunas

variantes que se adapten a este nuevo medio de negociación o si es necesario que se cree un nuevo ordenamiento. El principio de territorialidad también cobra particular vigencia e importancia en materia de comercio electrónico pues se presenta como inconveniente, la determinación del Estado al que corresponde la recaudación de los tributos.

CAPITULO I COMERCIO ELECTRÓNICO

1.1. ANTECEDENTES

Modos de pago en el comercio tradicional fueron el billete, la letra de cambio, el cheque y muchos otros, los primeros avances que se dieron con la era electrónica son las tarjetas para uso de servicios como teléfonos públicos o celulares, las tarjetas de crédito y cajeros automáticos, todos estos fueron un gran desarrollo en los medios de pago electrónicos e informáticos y también un gran avance en el comercio, pero que aún planteaban limitaciones como la validación de datos y la firma para poder realizar cualquier tipo de transacción.

Con todos estos nuevos medios de pago surgieron también nuevas formas de comerciar, diferentes e innovadoras como las ventas por catálogo o las ventas por televisión, donde los productos se podían apreciar por vías diferentes a las tradicionales y que fueron las precursoras del comercio electrónico.

Con el avance de la informática y de la computación se quiso poner en comunicación ordenadores y optimizar las redes de transporte de datos e información, primero se establecieron las normas OSI (Interconexión de Sistemas Abiertos) que definían las reglas del juego entre los operadores de comunicaciones y los usuarios avanzados, esto fue un primer paso dentro de las comunicaciones.

Múltiples actividades de comercio detectaron la necesidad de normalizar los mensajes y formatos, que permitieran su procesamiento automático, lo que finalizó con lo que vino a llamarse EDI (Electronic Data Interchange) un sistema que facilitaba extraordinariamente las operaciones comerciales. EDI es el antecedente más reciente del Internet que sirvió principalmente para el negocio entre empresas.

La concepción EDI tuvo avance pero fue lento, debido a su rigidez y falta de interactividad ya que no permitía las negociaciones, ni las búsquedas.

Posterior a este gran avance que sirvió de mucho, pero a la vez tenía muchas limitaciones, nace el Internet que es una red globalizada que supera la rigidez en que se encontraba la EDI y que emplea un gran adelanto con la tecnología multimedia, la que permite transmitir información y datos de todo tipo como son: sonidos, imágenes de alta calidad, texto, video, gráficos en movimiento, etc., por todas estas razones se pueden apreciar grandes ventajas con respecto a todos los sistemas anteriores. Además el Internet tiene un gran adelanto y sencillez debido a que no se necesita de un gran entrenamiento y capacitación para poder manejarlo, tiene bajos costos de instalación, mantenimiento y explotación en lo que también les lleva una gran ventaja a todos los sistemas predecesores.

El Internet tiene un acceso universal y globalizado no se necesita ser un usuario experto para poder usarlo, para negociar y hasta comerciar dentro de esta gran red que cada día va teniendo un mayor avance y que ha transformado y sigue transformando el comercio en nuestros tiempos.

1.2. ARGUMENTOS TECNICOS

¿Cómo funciona el Internet en el Comercio Electrónico?

El comercio electrónico actualmente funciona en mayor parte a través del Internet que es una red integrada por cientos de miles de computadores. Estos computadores pueden ser de dos tipos: servidores o clientes.

- Servidor: es un computador que contiene información que puede ser consultada por usuarios.
- Cliente: es un computador que no está presentando información, sino que la va buscando; es decir, los ordenadores cliente se conectan a los servidores para obtener información.

Se debe advertir que los servidores han de estar conectados permanentemente a Internet, pues en caso contrario, alguien intentaría acceder a ellos y no los encontraría. Existen muchos tipos de servidores, cada uno dedicado a funciones diferentes y cada uno de los cuales es capaz de proporcionar un determinado servicio.

Los más importantes son:

Servidor de correo: Un ordenador donde se guardan todos los mensajes de correo, en espera de que se conecte el usuario al que van dirigidos y que los recoja.

Servidor de news: Un ordenador que contiene las news, es decir, los mensajes de los grupos de noticias, para las personas puedan conectarse y leerlos. Se suele denominar servidor NNTP.

Servidor Web: Un ordenador que presenta información según el estándar Web (WWW). Se conecta a un servidor Web y lee su contenido en forma de páginas con colores, texto, fotografías y otros objetos.

Todas las acciones que se realizan sobre Internet se reducen siempre a una sola, conectarse a un servidor y examinar la información que contiene.

Internet se puede definir como un conjunto de servidores que ofrecen información a ordenadores clientes de todo el mundo.

He aquí el esquema básico de funcionamiento de una plataforma de comercio electrónico:

Primeramente conviene analizar como funciona el Comercio Electrónico realizado entre empresas y consumidores finales, que se hará a continuación y que es el que tiene mayor actividad en la actualidad.

El Internet permite realizar compras a través de un ordenador u otro dispositivo conectado. Las tiendas virtuales no tienen horarios comerciales, ya que funcionan las 24 horas del día y actualizan la información de los productos y servicios que venden permanentemente en tiempo real.

Aunque hay excepciones, las tiendas acostumbran a adherirse a mercados virtuales organizados por terceros. Son estos intermediarios los que crean la plataforma tecnológica de seguridad necesaria y establecen la relación con las entidades financieras; detrás de una tienda virtual siempre hay un banco que da validez a las órdenes de pago.

Cuando el consumidor se decide a comprar, pasea por la Web, selecciona los productos o los servicios que desea adquirir y los va añadiendo a su carro de la compra virtual.

El proceso de pedido se inicia cuando el usuario pulsa el botón de compra. Automáticamente se accede a un servidor de seguridad, que recibe el número de la tarjeta de crédito del comprador.

Posteriormente se procede a la validación de la tarjeta, a la autorización de la compra y al cargo a la cuenta del comprador.

La red financiera se encarga de los flujos de dinero y de la emisión de los recibos y las notificaciones, que también pueden llegar por Internet. La tarjeta de crédito es el método de pago más utilizado hasta ahora, aunque cada vez más se está generalizando el uso de tarjetas de débito y de dinero electrónico, propiedad de las empresas que ofrecen las plataformas de comercio electrónico.

1.3. CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Muchos autores han dado una variedad de conceptos de comercio electrónico, es así que Mario Elizondo dice que:

“El Comercio Electrónico es básicamente el uso de redes (Internet) para realizar la totalidad de actividades involucradas en la gestión de negocios: ofrecer y demandar productos y servicios, buscar socios y tecnologías, hacer negociaciones con su contraparte, seleccionar el transporte y los seguros que más convengan, realizar los tramites bancarios, pagar, cobrar comunicarse con los vendedores de su empresa, recoger

los pedidos, es decir todas aquellas operaciones que requiere el comercio.”¹

Mejan, Luís Manuel dice:

“Hacer comercio electrónico no significa solamente comprar cosas a través de Internet, sino la posibilidad de establecer una línea de comercio estable y realizar a través de medios electrónicos toda una conducta mercantil que incluye ofertas, pedidos, negociaciones, en general todo lo que es usual en el comportamiento de la vida mercantil, incluyendo todos los problemas legales que conllevan en el entorno ajeno a lo electrónico las transacciones de negocios.”²

La Legislación Colombiana señala que:

El Comercio Electrónico “Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de

¹ Elizondo, Mario (Enero de 1999). Comercio electrónico.

² Mejan, Luis Manuel (Agosto de 1998). El comercio electrónico.

*consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera*³

La Comisión Europea dice: *"El comercio electrónico, basado en el tratamiento electrónico y la transmisión de datos, abarca actividades muy diversas que van desde el intercambio de bienes y servicios, a la entrega en línea de información digital, pasando por la transferencia electrónica de fondos, la actividad bursátil, la contratación pública"*⁴.

Como se puede ver en los conceptos antes mencionados el comercio electrónico abarca una gran cantidad de actividades, siempre y cuando se las realice utilizando un medio electrónico o mensajes de datos, este es el punto de analogía que encontramos en cada uno de estos conceptos y que es la característica principal del comercio electrónico.

Dentro de la Legislación Ecuatoriana encontramos una definición o un concepto de comercio electrónico en la Ley de Comercio Electrónico que dice "Es toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad, a través de redes electrónicas de información"⁵

³ Ley Número 527 de 1999 - Colombia Art. 2 Literal b

⁴ Comunicación de la Comisión de 18 de abril de 1997: Una iniciativa europea en el sector del comercio electrónico [COM (97) 157 final - no publicada en el Diario Oficial].

⁵ Ley de Comercio Electrónico Ecuatoriana, 9na Disposición General. Glosario de Términos.

1.4. CLASIFICACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico puede clasificarse de acuerdo a dos aspectos:

1.4.1. En cuanto a los sujetos o participantes

- **Business to Business (B2B).**- Es el comercio electrónico en el cual, tanto el comprador como el vendedor son empresas y entre estas dos existe una relación comercial. Es un comercio restringido que se realiza entre productores y distribuidores; se lo puede efectuar de diversas formas, un modelo es el uso del mismo software tanto por el productor como por el distribuidor, de esta forma el distribuidor puede tener acceso a inventarios de los productos del fabricante por medio de claves, así como también permitir la revisión de saldos, estados de cuenta y pagos. Este tipo de comercio plantea muchas ventajas para los fabricantes y para los distribuidores, como pueden ser:
 - La reducción de costos y gastos de envío, cobranzas, etc.
 - Aumento de la eficiencia y la productividad debido a la sencillez y a la prontitud del manejo de los negocios, pedidos y pagos.
 - Seguridad en el manejo de cuentas y reducción de la circulación de efectivo.
- **Business to Consumers (B2C).**- Es aquel que se desarrolla entre empresas y consumidores finales, dentro de este tipo de comercio electrónico se encuentran las ventas que se realizan por Internet, en las cuales el consumidor o el público en general tienen acceso a productos de todo tipo, los mismos que se los puede ver a través del Internet. Este tipo de comercio tiene una serie de ventajas como son:

- Grandes y pequeñas empresas, pueden publicar sus catálogos en la red y vender sus productos, sin incurrir en altas inversiones en publicidad y marketing, tienen comunicación directa con los clientes, sin necesidad de que existan intermediarios.
- No es necesario grandes cantidades de mercadería en existencia para poder vender a través de la red, solamente soluciones inmediatas y eficientes de comercialización de sus productos.
- Disminución de costos (administrativos, de transacción, marketing, de publicidad). Mejor gestión informativa con el entorno externo y el interno.
- Facilidad de encontrar nuevas posibilidades de negocios.
- Eliminación de Intermediarios debido a que los productores pueden publicar su mercadería directamente.
- Se acortan distancias ya que los consumidores pueden tener acceso a productos alrededor del mundo.
- ***Business to administration (B2A)***. - Se conoce también como Empresa –Gobierno. Es aquel que se realiza entre empresas con Entidades Estatales; cubre todas las relaciones comerciales que se desarrollan entre empresas particulares con cualquier ente que pertenezca al Gobierno; este tipo de comercio electrónico ayuda a ahorrar tiempo, ya que en muchos países el gobierno publica propuestas de negocios, resoluciones o disposiciones gubernamentales a través de Internet; a las cuales las empresas responden o anuncian sus ofertas utilizando la misma vía.

- **Consumer to administration (C2A).**- Se realiza entre los individuos o ciudadanos con el gobierno; comprende básicamente pagos de impuestos por Internet y también información de requisitos y trámites que las personas realicen en cualquier entidad estatal.
- **Consumer to consumer (C2C).**- Es aquel que se realiza entre consumidores; se lo realiza a manera de subasta de la siguiente forma: El vendedor publica una oferta de algún producto utilizando la red; a la cual millones de usuarios tienen acceso sin ningún tipo de restricción y presentan sus contraofertas, de las cuales el vendedor tomará una y así se realizará el negocio, este tipo de comercio se autorregula.

1.4.2. En cuanto a la entrega del bien

- **Indirecto.**- En este tipo de comercio lo más importante a destacar, es que la materia del negocio, es un bien tangible, la oferta se la hace utilizando cualquier medio electrónico organizado por el vendedor; pero la entrega del bien se la hace utilizando los medios tradicionales como los servicios de courier y correo convencional, un ejemplo de este tipo de comercio es una página Web, en la cual se pueden ofrecer una diversidad de productos a los que tienen acceso muchos compradores, pero como ya se mencionó antes, la entrega del producto seleccionado se la hace en una tienda o se lo envía al domicilio del comprador. En cuanto al aspecto tributario de este tipo de comercio se le pueden aplicar las modalidades e impuestos tradicionales debido a que es más fácil identificar tanto al comprador como al vendedor, la entrega del bien se la hace con comprobantes de venta normales que pueden facilitar el

control fiscal por parte del Estado, se puede encontrar el lugar de donde provienen los bienes objeto de actividad comercial y por lo tanto es más fácil establecer la jurisdicción que se pueda aplicar.

- **Directo.-** Es aquel en el cual la oferta del bien o servicio y a la vez la entrega se realizan utilizando medios electrónicos, por ejemplo la compra de un libro en la cual la oferta se la puede hacer a través de una página Web, a la cual el comprador tiene acceso desde su ordenador, tanto la oferta, el pago y a la vez la descarga del libro digitalizado se los realiza usando la red. Desde el punto de vista jurídico este tipo de comercio electrónico presenta algunos inconvenientes como son: la dificultad de determinar al sujeto pasivo de las obligaciones tributarias, así como también la jurisdicción aplicable para el pago y cobro de los impuestos, debido a que la red es amplia y dentro de ella es muy fácil camuflar la identidad tanto del vendedor y comprador, lo cual dificulta el control fiscal del Estado dentro de la red ya que cualquier persona puede usarla desde su computador portátil para realizar una operación comercial de venta de bienes o servicios online, se dificulta también al momento de establecer cual es la jurisdicción aplicable y puede darse el caso de incompatibilidad de jurisdicciones.

1.5. PAGO ELECTRÓNICO

1.5.1. Introducción

Antes de entrar al análisis del pago electrónico conviene examinar lo que es una transacción electrónica. Varios autores señalan que una transacción

electrónica no es más que un contrato realizado a través de medios electrónicos.

Para empezar se debe analizar lo que constituye un contrato en el comercio tradicional, nuestra legislación señala.- *“Contrato o convención es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa”*⁶ como consecuencia nace una relación jurídica entre dos partes, de la cual surgen también obligaciones, la de la una parte es entregar un bien o prestar un servicio y como contraprestación, la otra parte deberá pagar por este bien o servicio.

Dentro del ámbito electrónico surgen las mismas circunstancias y situaciones que en el ámbito tradicional, con algunas variantes, pongamos un ejemplo; una persona se encuentra navegando en la red, mirando ofertas de algún producto para adquirirlo, visita una tienda virtual que tiene el producto que desea comprar, para poder acceder al mismo tiene que seguir algunos pasos en la pagina Web, dependiendo de la tienda, sea cual sea el método de compra a partir de este surgen obligaciones tanto para la tienda virtual como también para la persona que desea comprar el producto o servicio; la obligación de la tienda virtual será la de entregar el producto o de prestar el servicio mientras que la obligación del comprador será la de pagar por ese producto, como se puede ver, una transacción electrónica tiene mucho de semejante a un contrato tradicional pero presentan diferencias. La diferencia que directamente conviene analizar es en cuanto al pago. Como mencionamos anteriormente, el pago es la contraprestación que debe cumplir el comprador a cambio del bien o

⁶ Código Civil Ecuatoriano Art. 1481.

del servicio que el vendedor le entrega, en el campo civilista debemos tener en cuenta que en un contrato el pago puede hacerse no solo en dinero sino también entregando otro bien a cambio como contraprestación, sea este mueble, inmueble, fungible o no, en Derecho Civil se entiende efectuado el pago cuando ha sido ejecutada íntegramente la contraprestación; mientras que en una transacción electrónica no se puede realizar el pago sino a través de medios electrónicos.

Por estas razones es estrictamente necesario definir el pago desde el punto de vista del comercio electrónico, ya que posee características propias y particulares que son indispensables para tener una idea clara y completa de lo que es el pago electrónico.

1.5.2. Concepto de Pago Electrónico

Ursula Patroni Vizquerra define al pago electrónico como *“Aquel mecanismo mediante el cual se ejecuta la contraprestación de una obligación, asumida a través de la Internet, es decir mediante la contratación electrónica”*⁷.

Según la Comisión de las Comunidades Europeas, el pago electrónico es definido como: *“Cualquier operación de pago realizada con una tarjeta de pista magnética o con un microprocesador incorporado, en un grupo terminal de pago electrónico o terminal de punto de venta”*⁸.

⁷ Pago Electrónico y clases de Medios de Pago Electrónico - Ursula Patroni Vizquerra – Revista Jurídica Alfa Redi.

⁸ Segunda disposición de la Comisión de las Comunidad Europea.

De las definiciones antes mencionadas podemos concluir que el pago electrónico no es más que el cumplimiento de la contraprestación a la cual está obligada el comprador en una transacción electrónica, a través de medios electrónicos.

Al saber que es el pago electrónico, ahora conviene analizar los medios que se deben utilizar para poder cumplir con esta contraprestación.

1.6. MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO

En el comercio tradicional, el medio de pago más común es el dinero, pero en el comercio electrónico por más que se tenga el dinero físicamente no podemos adquirir ningún tipo de bien, debido a que ninguna tienda virtual acepta como medio de pago el dinero, porque no brinda seguridad, agilidad ni sencillez dentro de una transacción electrónica.

Se debe decir que los medios de pago electrónicos son aquellos que permiten cumplir la contraprestación llamada pago dentro de una transacción electrónica y garantiza que el pago del comprador se efectúe sin ningún inconveniente y el vendedor reciba este pago.

Cuando se necesita comprar algún bien en una tienda virtual, se debe pagar utilizando medios de pago electrónico, entre los principales encontramos:

- Tarjetas de Crédito.
- Tarjetas de Débito.
- Dinero Electrónico.
- Cheques Digitales.

1.6.1. Tarjeta de Crédito

Es una tarjeta de plástico con una banda magnética, a veces un microchip y un número en relieve que sirve para realizar compras electrónicas. Por su capacidad de realizar pagos, se les llama también dinero plástico o dinero de plástico. Es un medio de pago que permite adquirir bienes con la sola presentación del mismo, sin necesidad de tener dinero en alguna cuenta para garantizar el pago, sino que una entidad bancaria es la encargada de financiar las compras que se hagan con este instrumento.

Es el medio mas usado en el comercio electrónico, debido a su uso sencillo y a la seguridad que brinda al vendedor, debido a que una tarjeta de crédito esta siempre respaldada por alguna institución financiera.

Para realizar la compra, se debe digitar el número de la tarjeta y la fecha de vencimiento de la misma.

1.6.2. Tarjeta de Débito

Al igual que las tarjetas de crédito, son tarjetas plásticas que sirven para poder realizar compras y también pueden ser utilizadas en el comercio electrónico, la diferencia principal con las tarjetas de crédito es que no existe ninguna entidad financiera que respalde o de crédito por los pagos, sino que el cliente debe cubrir estos pagos con su dinero depositado en una cuenta corriente o de ahorros.

Es necesario para poder realizar cualquier compra tener todo el dinero suficiente para cubrir el valor del bien y del envío del mismo en el caso del una transacción electrónica.

De la misma forma que con la tarjeta de crédito, una tienda virtual pide ingresar el número de la tarjeta y la fecha de vencimiento.

La tarjeta de debito no tiene tanta aceptación como la tarjeta de crédito, por esta razón cuando se vaya a realizar una compra se debe estar seguro de que la tienda virtual acepte este tipo de medio de pago.

1.6.3. Dinero Electrónico

Es una representación abstracta de un valor con soporte electrónico, respaldado por una autoridad y generalmente admitida para la realización de intercambios. Se pretende que el dinero electrónico cumpla con todas las características que posee el dinero tradicional que son a) aceptación universal, b) pago garantizado, c) inexistencia de costes para el usuario, y d) anonimato.

El dinero electrónico es similar al dinero tradicional, la diferencia es que se debe sustituir el soporte tradicional por el soporte magnético, es decir reemplazar el papel o el metal por información electrónica.

Se conoce dos tipos de dinero electrónico dependiendo del medio donde se encuentra almacenado, que puede ser dentro de una tarjeta magnética o dentro del disco duro de un computador; el primero se lo conoce con el nombre de tarjeta monedero y el segundo con el nombre de digital cash o e-cash.

Tarjeta Monedero.- *“Se trata de dinero electrónico incorporado o almacenado en tarjetas inteligentes”⁹.*

Es una tarjeta prepago que posee un dispositivo electrónico, el cual lleva un registro de fondos o un valor económico para el titular de la tarjeta, los mismos

⁹ Aproximación al Concepto Jurídico de Dinero Electrónico - Apollònia Martínez Nadal y Josep Lluís Ferrer Gomila - España

que pueden ser usados en una transacción electrónica y que son descontados dependiendo del valor.

Cabe diferenciar entre tarjetas monedero de uso específico o individual es decir que sirven para utilizar en una sola actividad o servicio como por ejemplo las tarjetas prepago de telefonía; y tarjetas monedero multiuso que permiten gastar los fondos en cualquier actividad.

Dinero Electrónico (E-cash).- Es un medio de pago que no necesita de ningún soporte material y su valor económico esta atribuido a un mensaje electrónico almacenado en el disco duro de un ordenador y que circula por las redes electrónicas.

Funciona en dos fases una de emisión y una de uso.

Fase de emisión: El comprador que desee emplear el dinero electrónico debe emitir monedas electrónicas, para lo cual contará con un software que genera un número de serie lo suficientemente largo como para que no pueda repetirse, posteriormente el usuario lo firma y lo remite a un banco para que también sea firmado y se le de un valor monetario. Simultáneamente, el banco retirará una cantidad equivalente de la cuenta bancaria del usuario y así el usuario obtiene la moneda electrónica firmada por el banco y que será almacenada en su computadora.

Fase de uso: Cuando el usuario decide comprar en una tienda virtual utilizando su dinero electrónico deberá transmitir toda la cantidad de monedas virtuales suficientes para cubrir el valor del bien. Una vez que la tienda virtual tiene las monedas electrónicas las remite al banco para que este verifique su autenticidad y también compruebe que las mismas no han sido gastadas

anteriormente en otra transacción, para lo cual cuenta con una base de datos lo suficientemente grande en la que constan todos los números de serie que han sido utilizados, una vez verificados estos dos datos el banco deposita el valor de las monedas electrónicas en la cuenta de la tienda virtual.

Concepto Legal de Dinero Electrónico

Se han hecho algunos intentos por definir al dinero electrónico desde el punto de vista jurídico, uno de ellos es el siguiente:

“Un valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor:

i) almacenado en un soporte electrónico;

ii) emitido al recibir fondos de un importe cuyo valor no será inferior al valor monetario emitido;

iii) aceptado como medio de pago por empresas distintas del emisor”¹⁰

1.6.4. Cheques Digitales

Son similares a los cheques físicos, pero a diferencia de la firma ológrafa que se utiliza en este tipo de cheques, se utilizan claves o contraseñas electrónicas las cuales tendrán el mismo valor jurídico.

CAPITULO 2. TRIBUTOS.

2.1. NECESIDAD DE ESTABLECER TRIBUTOS POR PARTE DE LOS ESTADOS.

El Estado ha sido creado para cumplir algunos fines esencialmente el de permitir y satisfacer las necesidades y el desarrollo de los pueblos a quienes representan, por esta razón los estados poseen algunas fuentes que les

¹⁰ Directiva 2000/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de septiembre de 2000, sobre el acceso a la actividad de las entidades de dinero electrónico y su ejercicio así como la supervisión cautelar de dichas entidades

permiten obtener los recursos necesarios para poder cumplir con sus obligaciones.

Dentro de los principales ingresos que tienen los estados se encuentran:

Ingresos Originarios: los de dominio territorial como son los ingresos mineros, petroleros, etc., los de dominio comercial e industrial como los obtenidos por empresas estatales que desempeñan sus actividades como si fueran particulares y otras ingresos más.

Ingresos Derivados: son los que conviene analizar en el tema que se está estudiando, porque una parte de estos ingresos son los tributos que en muchos países y principalmente en el nuestro representa la principal fuente de ingresos del Estado, e ahí la importancia de los mismos y de que los diferentes estados sepan establecer los tributos necesarios para de esta manera cumplir con sus obligaciones y permitir el avance de sus pueblos.

2.2. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Antes de entrar en el estudio de los tributos, conviene revisar y tener claro ¿qué es y cuáles son las clases de obligaciones tributarias que encontramos.

2.2.1. Concepto

Nuestra legislación establece un concepto bastante claro de obligación tributaria:

Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una

prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley¹¹.

2.2.2 Clases

Las obligaciones tributarias son de dos clases:

- *Principales.*- consisten en el pago como por ejemplo el IVA, el Impuesto a la Renta, etc.
- *Secundarias.*- son aquellas de carácter formal, que ayudan y facilitan el control y el cobro de impuestos al Estado como por ejemplo la emisión de notas de venta, facturas, comprobantes de retención, etc.

2.2.3. Sujetos

La obligación tributaria al ser una relación legal tiene dos partes que participan en ella que son:

Sujeto Activo.- La legislación ecuatoriana nos da una definición: *“Sujeto activo es el ente acreedor del tributo”¹².*

El sujeto activo dentro de la obligación tributaria es el Estado, el acreedor de los tributos, desempeña esta función a través de distintas entidades encargadas de recaudar estos tributos.

Sujeto Pasivo.- Una definición de sujeto pasivo, también la podemos encontrar dentro de nuestra legislación, la misma que establece: *“Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley, esta obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como contribuyente o como responsable.”¹³*

¹¹ Art. 15 Código Tributario del Ecuador

¹² Art. 23 Código Tributario del Ecuador

¹³ Art. 24 Código Tributario del Ecuador

De esta definición se puede concluir que, sujeto pasivo es aquella persona a quien la ley obliga a cumplir con la obligación tributaria, también se diferencian dos clases de sujetos pasivos que son:

Contribuyentes.- Son las personas que han cumplido con el hecho generador de la obligación tributaria, por lo cual están directamente obligados a efectuarla. El Código Tributario al respecto establece: *“Contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas¹⁴”*.

Responsables.- Son las personas que sin haber cumplido con el hecho generador de la obligación tributaria, por autoridad de la ley están obligados a efectuarla, es decir no son directamente obligados a cumplir con la prestación tributaria sino que soportan la carga tributaria imputada a otras personas.

2.3. DEFINICIÓN DE TRIBUTO

Se pueden encontrar muchas definiciones de tributo; muchos autores nos dan conceptos amplios y completos de este tema y también en las distintas legislaciones, se menciona lo que se debe entender por tributo.

Héctor Villegas dice *“Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva, en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines”*.¹⁵

¹⁴ Art. 25 Código Tributario del Ecuador

¹⁵ Definición de Héctor Villegas; *Curso de Finanzas, Derecho Tributario y Financiero*. Tomo I - Buenos Aires

En nuestra legislación no se encuentra una definición de lo que es un tributo simplemente se establece: *“debe entenderse por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora”*¹⁶

Después de analizar que es una obligación tributaria y los conceptos que se dan de tributos, se puede decir que son los ingresos que percibe el Estado por parte de los sujetos pasivos de la obligación tributaria, que son creados y exigidos por el Estado, en uso de su potestad y soberanía y que siempre deben estar amparados en una ley.

2.4. TIPOS DE TRIBUTOS

Existen tres clases de tributos que son:

2.4.1. Impuestos

“Obligación en dinero que el Estado, en virtud de su potestad y soberanía exige a los ciudadanos para la satisfacción de sus necesidades. A diferencia de las tasas, el impuesto no implica una contraprestación directa de servicios”.¹⁷

Se entiende por impuestos las prestaciones de dinero realizadas por el sujeto pasivo de la obligación tributaria a favor del Estado, exigida por ley y sin contraprestación para el sujeto pasivo.

Como elementos principales de los impuestos encontramos:

- a) *Hecho Imponible*.- Presupuesto de naturaleza jurídica, fijado por la ley cuya realización origina el nacimiento de una obligación tributaria.
- b) *Base Imponible*.- Es la magnitud tributaria expresada en dinero o en circunstancias de hechos o elementos sobre la cual se aplica la tarifa del impuesto.

¹⁶ Art. 1. del Código Tributario del Ecuador

¹⁷ Definición encontrada en: <http://www.glosario.tributos.com.ve/index.php>

c) *Tarifa del Impuesto.*- Es un porcentaje que se aplica a la base imponible y que determina cual es el valor total a pagar como concepto de impuesto.

Los Impuestos son de dos clases:

Impuestos Directos.- son impuestos directos aquellos que inciden finalmente en el propio patrimonio del sujeto pasivo y que no puede trasladar a otras personas.

Ejemplos:

Impuesto a la Renta sobre Personas Físicas.

Impuesto sobre El Patrimonio.

Impuesto sobre Sociedades.

Impuesto sobre Actividades Económicas.

Impuesto sobre Bienes Inmuebles.

Impuesto sobre Sucesiones Y Donaciones.

Impuestos Indirectos.- son impuestos indirectos aquellos que, por el contrario, el sujeto pasivo, puede trasladar a otras personas, de manera tal que no sufre el impacto económico del impuesto en forma definitiva.

Ejemplos:

Impuesto sobre El Consumo

Impuesto sobre El Valor Añadido

Impuestos Aduaneros

2.4.2. Tasas

Según Giuliani Fourouge afirma que la tasa es *“la prestación pecuniaria exigida compulsivamente por el estado en virtud de la ley, por la realización de una actividad que afecta especialmente al obligado.”*¹⁸

Por lo tanto se puede decir que tasas son las prestaciones de dinero que se realizan como contraprestación de un servicio público o por la realización de una actividad, por parte del Estado y que proporciona un beneficio directo al usuario, por ejemplo: La tasa de recolección de basura.

2.4.3. Contribuciones

Prestaciones de dinero que se realizan por un motivo determinado, pero cuyo beneficio obtenido por el dinero pagado no será únicamente para el contribuyente sino para toda la colectividad, por ejemplo: Contribución por construcción y pavimentación de caminos.

CAPITULO 3. POSICIONES PARA LA TRIBUTACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Debido al gran avance que tiene y seguirá teniendo el comercio electrónico; muchos estudiosos del Derecho y muchos países están planteando correcciones e ideas que permitan solucionar la gran dificultad de establecer cargas tributarias a los negocios efectuados a través de vías electrónicas.

3.1. TRIBUTOS PARA GRAVAR EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Existen varias posiciones claras con respecto a los tributos para gravar al comercio electrónico que son:

¹⁸ Gulini Fonrouge, C. M. Derecho Financiero.

- La red es libre, no se deben establecer tributos para el comercio electrónico.
- Nuevos tributos que graven el comercio electrónico
- Los mismos tributos ya existentes, para gravar el comercio electrónico.

3.1.1 La Red es libre no se deben establecer tributos para el comercio electrónico.

Esta posición es radical y afirma que los negocios electrónicos son autorregulables debido a que se logran mediante acuerdos libres entre las partes que intervienen. El mayor argumento que existe, es que si se establecen gravámenes para este tipo de comercio lo único que se logra es estancar el avance y el crecimiento de la economía y de esta actividad.

Argumenta también que la red permite que se realice el comercio sin ningún tipo de fronteras y por lo cual es una zona franca libre de regulaciones tributarias.

Alberto de Blas López dice:

“Detrás de esta posición se tejen intenciones... mantener el comercio electrónico libre de tasas permitiría a EEUU permanecer a la cabeza del mercado mundial, con un volumen de ventas que, según los expertos, se triplica anualmente. Por otro lado, crear impuestos dejarían en desventaja a las

*empresas de EEUU frente a otros países que no tuvieran una legislación fiscal análoga, y crearía zonas francas más allá de sus fronteras"*¹⁹

Los grandes opositores a esta posición son los comerciantes tradicionales, debido a que existe una desventaja de estos con respecto a los que realizan comercio electrónico, por otra parte los consumidores evaden impuestos que les corresponden por sus compras. Otro punto de vista importante es que los estados están dejando de percibir impuestos que a la larga sirven para poder cumplir con sus obligaciones y sus actividades.

3.1.2 Nuevos tributos que graven el comercio electrónico.

Esta posición se basa en que debido a la naturaleza única e innovadora del comercio electrónico y también a las grandes dificultades y diferencias que se tienen al querer aplicar los tributos tradicionales al comercio electrónico, se debe replantear completamente el sistema tributario actual y establecer nuevos tributos que se adecuen completamente a las nuevas características del mismo.

Esta posición afirma que los tributos tradicionales gravan objetos imponibles como rentas, consumos, etc., bienes tangibles como mercaderías, bienes muebles, etc., y que en el comercio electrónico surgen inconvenientes como la deslocalización de los sujetos, indeterminación del tipo de negocio, etc. debido a la intangibilidad de los bienes.

Esta posición ha hecho uno de los aportes más valiosos e innovadores, aporte llamado bit tax, que consiste en el cobro de una tasa o impuesto que grava el

¹⁹ artículo periodístico "Posición de la UE relativa al Comercio electrónico y la fiscalidad indirecta" (Dictamen del Comité Económico Europeo 98/C 407/49), se encuentra en <http://www.injef.com/revista/apuntes/uecefi.htm>

número de impulsos que pueden ser utilizados dentro de una transacción electrónica para la transferencia de un bien o un servicio a través de la red.

"Si una Administración Tributaria no va a ser capaz de gravar lo que hay detrás de los impulsos informáticos que trasladan las órdenes de compra y venta, es decir, los productos que se transmiten y los servicios que se prestan, la única solución consiste en sujetar el medio a través del cual se transmiten las órdenes de compra y venta de bienes y servicios, que es el impulso electrónico informático, el bit"²⁰.

A pesar de lo innovador de este nuevo impuesto, ha recibido una serie de críticas debido que lo que esta gravando es la cantidad de bits que se utilizan para realizar una transacción electrónica, mas no cual es el valor de los bienes objetos de la transacción, por lo que es imposible determinar la verdadera base imponible de la transacción, ni el valor real que genera la capacidad contributiva. El tema de que la red no tiene una localización física, vuelve a causar problemas en este impuesto debido a que no se sabría cual es el país encargado de cobrarlo, esto solo se remediaría creando una entidad internacional a la que se le faculte para cobrar este impuesto en particular y aún mas problemático sería la repartición de lo recaudado hacia todos los países.

Por todas estas razones se considera que no sería una solución para la tributación en el comercio electrónico y se siguen analizando y estudiando nuevas posibilidades.

²⁰ Revista Impuestum, Lunes 15 de Septiembre de 2003,
<http://www.impuestum.com/articulos/52.html>

3.1.3 Los mismos tributos ya existentes para gravar el comercio electrónico

Esta posición manifiesta que en vista de que los productos o bienes que se negocian en el comercio electrónico en esencia son los mismos que en el comercio tradicional, no es necesario la creación de una legislación tributaria específica ni de nuevos tributos, sino que se debe mantener los mismos pero adecuarlos a este nuevo medio de transmitir los bienes. Al respecto Javier Luque Bustamante dice: "*no nos encontramos ante una nueva o distinta expresión de riqueza que justifique la creación de nuevos impuestos que graven de manera específica la contratación electrónica*"²¹

Esta posición insiste en que se graven los bienes que en esencia son los mismos que en el comercio tradicional y que no se los debe particularizar por el simple hecho de utilizar un medio distinto al tradicional, pero que se deben tomar medidas con respecto a los nuevos problemas que surgirán con la aplicación del mismo sistema tributario.

CAPITULO 4 REGULACIÓN TRIBUTARIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESTADOS UNIDOS.

4.1. INTRODUCCIÓN

Los Estados Unidos de América mantienen tres niveles de gobierno que son el Federal, el de los Estados y los Gobiernos locales o municipales. El poder de imposición lo tienen los Estados los cuales lo ceden parcialmente tanto a la

²¹ Las Administraciones Fiscales en un Mundo Electrónico" (Montreal, Canadá, 3-6 de junio de 2001) encontrada en:
http://www.mecon.gov.ar/comercio/electronico/operaciones_montreal.htm

Federación como a los Municipios con el fin de que puedan cumplir con sus obligaciones y funciones.

La principal imposición o tributo que se aplica en los Estados Unidos es el de las rentas, esta imposición es aprovechada no solo por el Gobierno Federal sino también por 43 Estados de los cuales 9 han facultado a sus Gobiernos locales al cobro del mismo.

La segunda imposición más importante después de la imposición a las rentas lo constituyen las imposiciones a la Seguridad Social.

La que le sigue en importancia es la imposición al consumo de bienes y a la prestación de servicios, esta es la principal para los gobiernos estatales. El Gobierno Federal grava determinados consumos y los gobiernos estatales cobran un impuesto a las ventas, principalmente en la última etapa de comercialización y también cobran un impuesto al uso cuando la venta se realiza entre estados y recae sobre el consumidor del estado donde la propiedad se usa.

En lo que respecta al comercio electrónico analizaremos los impuestos que afectan a las operaciones que se realizan a través del Internet como son: Impuestos a las ventas y al uso, impuestos a las actividades comerciales y los impuestos que gravan a las telecomunicaciones.

4.2. IMPUESTOS QUE GRAVAN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

4.2.1. Impuesto a las Ventas y al Uso.

Este es un impuesto que los Estados aplican a los ingresos que provienen de las ventas o alquiler de bienes tangibles, así como también A la prestación de

ciertos servicios. Para su explicación conviene analizarlo en dos partes, la primera parte es el Impuesto a las ventas, este impuesto lo cobran los vendedores, pero recae sobre los compradores, siempre que los dos estén ubicados dentro del mismo estado.

La segunda parte se da cuando la venta se realiza entre vendedor y comprador de distintos estados se lo llama "*Use Tax*" (Impuesto al uso), el mismo que recae sobre el comprador del estado en el cual la propiedad se usa, el vendedor es requerido para recaudar esa tasa si tiene presencia física en el estado en el cual esa propiedad es usada, a esto se le llama NEXO; si el vendedor no posee un nexo, el consumidor tiene la obligación de pagar el impuesto directamente hacia el Estado.

En el comercio electrónico se aplica este mismo sistema de cobro del Impuesto a las ventas y al uso, cuando la transacción se realiza entre vendedor y comprador pertenecientes a un mismo estado no existen inconvenientes para el cobro del impuesto a las ventas, ya que el vendedor es el encargado del cobro.

En el caso del "*Use Tax*" que se configura cuando el vendedor y el comprador son de distintos Estados no existe ningún inconveniente cuando son transacciones entre empresas (Business to Business), debido a que los estados tienen un registro de las empresas lo cual permite su identificación, control y cobro; la mayor recaudación como resultado de este impuesto provienen de estas transacciones electrónicas; el inconveniente surge en las transacciones electrónicas entre empresas y consumidores cuando la empresa no tiene nexo en el estado en el que se usará el bien, debido a que el

comprador será el encargado de pagar el impuesto, el cobro y recaudación del mismo dependerá del esfuerzo de las jurisdicciones y de la voluntad de los consumidores por pagar.

Este impuesto ordinariamente recae sobre la venta de cosas tangibles, aunque en algunos estados también se gravan ciertos servicios por lo general las ventas que están sujetas a impuesto cuando ocurren fuera de Internet, también están sujetas a impuestos cuando tienen lugar en Internet. Los Estados tienen la facultad de establecer la tarifa y también las exenciones al impuesto.

En el caso de los productos que se transfieren vía online, solamente en pocos estados se encuentran gravadas las transferencias online de software, por lo que los vendedores de este tipo de productos deben realizar un esfuerzo para recoger la información que necesitan, con el fin de cumplir con el pago de sus impuestos cuando venden productos digitales en estados donde tengan nexos y estos productos estén sujetos al Impuesto a las Ventas y al Uso; pues si no cumple con esto, puede incitar a los auditores de impuestos de estos estados, a imponer impuestos sobre toda la venta de software transferidos electrónicamente.

Con respecto a otros productos que se transfieren también vía online como son música, libros digitalizados, videos, etc., todavía no existe ninguna norma para gravarlos con este impuesto.

4.2.2. Internet Tax Freedom Act (ITFA)

Es una moratoria que exime del pago de impuestos estatales o locales a los accesos a Internet. Estas exenciones no fueron hechas valer para tributos que hayan sido establecidos antes de 1998.

4.2.3.Recomendaciones de La Comisión Asesora sobre Comercio Electrónico (“A.C.E.C.”) para la Recaudación del Impuesto a Las Ventas y al Uso.

Según la A.C.E.C.:

Se estima que los estados y los gobiernos locales en el 2000 recaudaron \$140 millones en concepto de impuestos a las ventas y al uso, por compras que los consumidores realizan por Internet, pero se calcula que los estados son incapaces de recaudar unos \$525 millones aproximadamente, de impuestos por compras al por menor que se realizan por la Web...”²²

Por lo cual se elaboraron las siguientes recomendaciones:

- Por un período de 5 años extender la moratoria, impidiendo la proliferación de impuestos discriminatorios y prohibiendo la imposición de ventas de productos digitales y de sus partes no digitalizadas (lo que implica la extensión de los plazos del Tax Freedom Act. que establecía una moratoria de nuevos impuestos hasta octubre de 2001).
- Clarificar que cualquiera de los siguientes factores, no implicarán por ellos solos el establecimiento de una presencia física del vendedor que determine un nexo para el estado que impone obligaciones:
 - a. El vendedor usa un proveedor de servicios de Internet (ISP) que posee presencia física en el Estado.
 - b. La ubicación de un dato del vendedor en un servidor localizado en el estado.

²² Advisory Commision on Electronic Commerce (ACEC) – Reporte del Congreso - April 2000.

- c. El vendedor usa servicios de telecomunicaciones de proveedores con presencia física en el estado.
 - d. El vendedor es propietario de propiedad intangible que es usada o esta presente en el estado.
 - e. La presencia del cliente y del vendedor en el estado.
 - f. La prestación de servicios de reparación o garantía a vendedores sin presencia física en el estado.
 - g. La relación contractual entre el vendedor y la otra parte localizada dentro del estado que permite que los productos puedan ser comprados a través del "sitio Web" del vendedor y ser remitidos al comprador con presencia física dentro del estado.
 - h. La publicidad de los negocios del vendedor, número telefónico y la dirección del sitio Web.
- Animar a los estados y a los gobiernos locales a trabajar para uniformar los Impuestos a las Ventas y al Uso que afecten a las operaciones que se realizan por Internet, lo que debería comprender:
- a. Uniformar las definiciones de tasas
 - b. Uniformar los descuentos a los vendedores
 - c. Uniformar y establecer reglas simples
 - d. Uniformar las alícuotas
 - e. Uniformar los procedimientos de auditoría
 - f. Uniformar los métodos de recaudación electrónica
 - g. Uniformar las exenciones

- h. Uniformar las metodologías de aprovisionamiento de software con los cuales los vendedores determinan Impuestos a las Ventas y al Uso.²³

4.2.4. Impuestos a las Actividades Comerciales.

Es un impuesto que se aplica a las utilidades netas que una empresa obtiene de sus actividades de negocios.

Es una especie de Impuesto a la Renta que se aplica en varios de los países latinoamericanos, que grava las utilidades que tengan los sujetos dentro del país o estado como resultado de sus actividades comerciales y de negocios.

En Estados Unidos en la mayoría de Estados se cobra el impuesto sobre las ganancias y franquicias corporativas por cualquier actividad operada dentro de sus jurisdicciones, con respecto al comercio electrónico surgen problemas similares a los que ocurren con respecto a los impuestos directos como el Impuesto a la Renta; que son el control de la renta o transacción, identificación del sujeto pasivo, establecer la jurisdicción competente, etc., sobre todo en la transferencia de bienes intangibles o digitalizados.

4.2.5. Impuestos a los Accesos a Internet

Son los impuestos que se cobran por el acceso a Internet que pueden ser de dos tipos:

- a) *Conexión Directa.*- Es la conexión de uno o varios computadores a una base permanente de Internet, es un servicio que se da constante y directamente sin necesidad de ninguna conexión a otro servicio como el

²³ Advisory Commission on Electronic Commerce (ACEC) - Reporte del Congreso - April 2000.

telefónico. Lo usan empresas o personas que necesiten estar conectados constantemente a la Internet.

- b) *Conexión Indirecta o "Dial Up"*.- Es aquella que se realiza a través de la línea telefónica con la utilización de un MODEM. La empresa telefónica cobrará por el servicio y aparte la empresa que presta el servicio de Internet cobrará por el tiempo de conexión.

En la mayoría de Estados de los Estados Unidos de Norteamérica, se aplica lo que se conoce como "*Internet Tax Freedom Act*" (ITFA) que exime de cobro de ningún impuesto para las conexiones de Internet, sin embargo muchos Estados están adaptando sus legislaciones con el fin de poder alcanzar con impuestos que graven los accesos a Internet.

CAPITULO 5 REGULACIÓN TRIBUTARIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EUROPA.

Con respecto al tema de la tributación del comercio electrónico La Unión Europea busca establecer un entorno regulatorio claro y aceptado por todos; gobiernos, empresas y consumidores, donde exista un clima de confianza en el que haya inversión, negocios y que la regulación tributaria no sea una barrera para el crecimiento sino que provea un escenario seguro para el desarrollo del comercio electrónico.

5.1. EL IVA EN LA UNIÓN EUROPEA

El impuesto que se aplica a las ventas y transferencias de bienes y a la prestación de servicios dentro de La Comunidad Europea es el IVA; incluso este impuesto se aplica a las importaciones de bienes y la prestación de

servicios que hagan empresas y cualquier persona, aunque provengan de fuera de la Unión Europea.

El desarrollo y crecimiento del comercio electrónico, la desaparición de fronteras por lo que se hace complicado saber la identidad y la ubicación de las partes en una transacción electrónica, son los problemas que enfrentan los gobiernos al momento de recaudar este impuesto; por eso la preocupación de la Comisión Europea de adaptar las reglas del IVA a esta realidad, por lo que recomienda que se deben centrar todos los esfuerzos necesarios en adaptar los impuestos existentes y al desarrollo del comercio electrónico, en consecuencia en la Unión Europea no se considera la creación de nuevos impuestos.

En la Unión Europea, las transacciones efectuadas dentro de la Comunidad, que utilicen como medio el comercio electrónico y que su consumo también se efectúe dentro, están sujetas al IVA. En el caso de transacciones que se realicen entre un vendedor de fuera de la Comunidad y el destinatario o comprador que sea comunitario, los medios habituales de importación a la Unión Europea garantizan la aplicación del IVA, sin que tome importancia el medio que se haya utilizado para la transferencia. Con respecto a determinados servicios ejecutados en la Unión y prestados desde países no comunitarios también son sujetos del IVA comunitario. Por otro lado en la UE los bienes que son susceptibles de ser digitalizados y que son transmitidos por la red son considerados como servicios por lo tanto son sujetos del IVA.

El IVA significa un gran porcentaje de ingresos para la Comunidad Europea, por lo cual el desarrollo del comercio electrónico representa una gran dificultad

para el cobro y el control de este impuesto, y por tanto una baja en la recaudación. Uno de los principales problemas es el suministro de bienes digitalizados, en los cuales existe dificultad de identificar al sujeto pasivo del impuesto y la ubicación del mismo, por lo cual se están tomando medidas para poder adaptar el IVA a todos estos cambios, mientras tanto como ya se mencionó, para efectos del IVA este tipo de suministros son considerados como servicios.

5.1.1.El IVA en el Comercio Electrónico Business to Consumer sobre Bienes Físicos.

Gran parte del comercio por Internet se realiza con la transferencia de bienes tangibles, lo cual en la Unión Europea no presenta problemas, ya que el IVA se cobraría en el país donde el producto se entrega, para lo cual existen reglas comunitarias.

Cuando los productos son entregados por medios tradicionales, la aduana es la encargada de recaudar los impuestos sobre los productos que llegan de fuera de la Unión Europea.

Cuando una empresa de un país miembro vende al consumidor de otro país miembro carga al producto el valor del IVA de su propio país.

5.1.2.El IVA en el Comercio Electrónico Business to Business.

La mayor parte de transacciones de comercio electrónico en Europa y en el mundo se realizan entre empresas (Comercio Electrónico Business to Business). En Europa para poder llevar a cabo la recaudación del IVA entre países de la Unión, se aplica el sistema de *cargo revertido o auto factura*, que consiste en que la empresa compradora del bien o del servicio es la encargada

de realizar y emitir la factura, con los mismos requisitos que se exigen para las facturas comunes, solo que en este caso la empresa que compra autoliquida el impuesto y lo retiene para posteriormente pagarlo a la administración debido a que el proveedor se encuentra fuera de la jurisdicción donde el impuesto se debe pagar y recaudar. Este sistema ha sido muy útil para poder gravar las transacciones realizadas mediante el comercio electrónico intracomunitario.

5.1.3.El IVA en la Importación de Bienes por parte de Consumidores de La Unión Europea.

Los servicios prestados y también la entrega de bienes digitalizados por parte de países extracomunitarios, es decir de fuera de la Unión Europea para consumidores dentro de la Unión, son los que presentan mayores inconvenientes ya que no son sujetos del IVA, esto significa una gran desventaja y una competencia desleal para las empresas que se encuentran dentro de la Comunidad ya que éstas si están en la obligación de gravar estas transacciones.

Todavía la Unión Europea no encuentra como resolver este inconveniente pero la Comisión Europea se encuentra abocada a que el Sistema Comunitario del IVA garantice que:

- Los servicios prestados mediante comercio electrónico u otra forma, destinados al consumo en la UE, se graven dentro de la UE, independientemente de su origen.
- Esos mismos servicios destinados al consumo fuera de la UE, no estén sujetos al IVA en la UE, si bien el IVA soportado en su producción dará derecho a deducción.

Esto supondría que todos los servicios y ventas on-line que provengan de fuera de la Comunidad se encuentren gravados con el IVA, mientras que los que se exporten de la Comunidad hacia países que no forman parte de la misma, no se encuentren gravados, con lo que se garantizaría el principio de neutralidad y evitaría la competencia desleal que perjudica a empresas comunitarias. La Comisión Europea dio una iniciativa para poder solucionar este problema que consiste en que los países que no son miembros de la UE, que efectúen ventas de mas de 100.000 euros dentro de la Comunidad, por transferencias de juegos, software, música o cualquier bien susceptible de digitalización y transmisión on-line, tiene la obligación de registrarse en alguno de los Estados de la Unión.

Lo que presenta algunos inconvenientes como: ¿Qué hacer para obligar a las empresas a registrarse? es muy difícil debido a la dificultad para poder localizar a los vendedores on-line y mucho más a los compradores dentro de un mundo virtual muy amplio.

5.2. IMPUESTOS QUE GRAVAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA.

Los impuestos que gravan al comercio electrónico en España son los mismos que gravan al comercio tradicional.

5.2.1.El Impuesto sobre La Renta de las Personas Físicas (IRPF).

El hecho imponible de este impuesto es la obtención de una renta por parte del contribuyente, el mismo que debe ser una persona física con residencia habitual en España.

Se considera que la persona tiene residencia habitual en los siguientes casos:

- Permanencia en su territorio más de 183 días al año
- Ubicación en ella del núcleo principal de sus intereses económicos
- En caso de traslado a un paraíso fiscal, se considerará que el contribuyente sigue residiendo en España en el año del cambio y en los cuatro siguientes.

La base imponible de este impuesto se compone por todos los ingresos o rendimientos del trabajo, del capital mobiliario, y los de las actividades económicas, además de por las ganancias y pérdidas patrimoniales y las imputaciones de renta.

El Comercio Electrónico se relaciona directamente con lo que se refiere a ingresos o rendimientos de actividades económicas, además dentro de la Legislación Española se menciona que rendimientos de actividades económicas son los que se obtienen del comercio y de la prestación de servicios.

Tomando en cuenta lo expuesto se puede decir que no importa que las actividades económicas se realicen a través de otro medio como es en el comercio electrónico, siempre que la persona física tenga su residencia en España, todos estos ingresos son sujeto del Impuesto a la Renta de Personas Físicas.

5.2.2.El Impuesto sobre la Renta de no Residentes (IRNR)

Este impuesto grava las rentas obtenidas por personas físicas pero la diferencia es que estas personas no residen en España.

En la Legislación Española encontramos los requisitos o condiciones que deben existir para que las rentas obtenidas por no residentes en España producto de actividades económicas o comerciales, sean gravadas con este Impuesto. Las circunstancias que deben existir son:

- Que las actividades o explotaciones económicas sean realizadas en territorio Español.
- Que se traten de prestaciones de servicios utilizadas en ese territorio (en particular las referidas a la realización de estudios, proyectos, asistencia técnica o apoyo a la gestión).

De esta forma se puede decir que siempre y cuando se cumplan las circunstancias antes mencionadas, las rentas obtenidas por no residentes como producto del comercio electrónico, están sujetas a este gravamen.

5.2.3.El Impuesto sobre Sociedades (IS)

Este impuesto grava los ingresos obtenidos por sociedades y demás entidades jurídicas; sin que interese el origen o el medio utilizado para obtener estos ingresos.

Se requiere que estas sociedades o entidades jurídicas cumplan cualquiera de los siguientes requisitos:

- Que su constitución se hubiera realizado conforme a las leyes españolas.
- Que su domicilio social se halle en territorio español.
- Que tengan la sede, dirección efectiva en dicho territorio. Se entiende por ésta el lugar en el que radica la dirección y control del conjunto de sus actividades.

Igual que los impuestos anteriores, no hay razón para que este impuesto no sea aplicable al comercio electrónico, por lo cual todos los ingresos obtenidos por entidades jurídicas o sociedades a través del comercio electrónico, estarán gravados por el Impuesto sobre Sociedades (IS).

5.2.4. Impuesto al Valor Añadido (IVA)

Recae sobre el consumo, gravando las prestaciones de servicios efectuadas por empresarios o profesionales, las adquisiciones de bienes y las importaciones de bienes.

El comercio electrónico puede incluirse en cualquiera de los supuestos mencionados, por lo cual las transferencias efectuadas a través de este medio estarán gravadas con el IVA.

En el caso de transferencias que se realicen con países de la comunidad Europea se aplicaran las reglas Comunitarias.

CAPITULO 6. REGULACIÓN TRIBUTARIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ARGENTINA.

6.1. IMPUESTO A LAS GANANCIAS EN ARGENTINA.

De acuerdo con la Ley del Impuesto a las Ganancias Art. 1 establece que:

Los sujetos residentes en el país tributan sobre la totalidad de sus ganancias obtenidas en el país o en el exterior, pudiendo computar como pago a cuenta de esta ley las sumas efectivamente abonadas por gravámenes análogos, sobre actividades en el extranjero. Los no

residentes tributan exclusivamente sobre sus ganancias de fuente argentina²⁴.

Por otro lado, el artículo 5 de la misma ley establece que:

Los sujetos no residentes obtienen ganancia de fuente argentina cuando provienen de bienes situados, colocados o utilizados económicamente en la República, de la realización en el territorio de la Nación de cualquier acto o actividad susceptible de producir beneficios, o de hechos ocurridos dentro del límite de la misma, sin tener en cuenta nacionalidad, domicilio o residencia del titular, o de las partes que intervengan en las operaciones, ni el lugar de celebración de los contratos²⁵.

De estos dos artículos podemos concluir que el comercio electrónico si es gravado por este impuesto en algunas de las actividades económicas como son:

- En el caso de que el adquirente sea una persona física y el producto digitalizado sea destinado a consumo personal, nos encontramos frente a una prestación de servicios; si el prestador de servicio es una persona residente en el país y la receptora del servicio no es residente, los ingresos se encuentran gravados por el impuesto, esto se da porque en el Art. 1 se establece que los residentes tributan sobre sus ganancias sean estas obtenidas dentro o fuera de Argentina; lo mismo ocurre si el receptor del servicio es un residente.

²⁴ Ley del Impuesto a la Ganancias de Argentina Art. 1

²⁵ Ley del Impuesto a la Ganancias de Argentina Art. 5

- Otro caso es cuando se negocian y se transfieren bienes tangibles; al igual que en el caso anterior si la persona que comercializa estos bienes es residente el país va a estar alcanzado por el impuesto.

6.2. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) EN ARGENTINA

El Artículo 1 de la Ley del IVA establece:

Que el impuesto se aplica sobre la venta de cosas muebles situadas o colocadas en el país; las obras, locaciones, y prestaciones de servicios realizadas en el territorio de la Nación; las importaciones definitivas de cosas muebles y prestaciones de servicios, salvo aquellas expresamente exentas²⁶.

De este artículo se puede concluir que el comercio electrónico si es gravado por este impuesto. La comercialización de Bienes muebles tangibles no representa ningún problema para la aplicación de este impuesto, todas las operaciones realizadas dentro del país así como también las importaciones se encuentran gravadas por el IVA.

Si se comercializan bienes digitalizados susceptibles de ser transmitidos por la red, se podría asociar a estas transacciones como prestaciones de servicios para que puedan ser gravados por el IVA.

6.2.1.El IVA en la Adquisición de productos digitalizados para Consumidores Finales. (“Business to Consumer”)

En lo que se refiere a importaciones de productos digitalizados por parte de consumidores finales en Argentina no están alcanzados por el IVA, es así que

²⁶ Ley del Impuesto al Valor Agregado Argentina Art. 1

si una persona compra vía on-line un libro para su uso a una empresa Norteamericana y el pago se lo hace con su tarjeta de crédito personal, esta transacción no esta alcanzada y por lo tanto tampoco será gravada por este impuesto.

Cuando son adquisiciones de productos digitalizados por parte de consumidores locales a prestadores locales, estas si se encuentran alcanzadas y gravadas por el impuesto.

6.2.2.El IVA en la Adquisición de productos digitalizados entre Empresas (“Business to Business”).

Lo primero que se debe hacer cuando se analiza este punto es distinguir una licencia de uso y una licencia de explotación.

Cuando se trata de una licencia de uso con un prestador externo, la transacción se encuentra alcanzada por el impuesto; si el prestador es residente, también se encuentra alcanzado por este impuesto, debido a que la licencia de uso en Argentina es considerada como una prestación de servicios.

Por el otro lado si se trata de una licencia de explotación esta no se encuentra alcanzada por el IVA.

Si se toman las dos consideraciones antes mencionadas se podría decir que cuando la transferencia de un producto digitalizado por parte de una empresa Argentina a un prestador extranjero se la realice para explotarlo en el país, es decir adquiriendo los derechos de propiedad, esta exento del impuesto; mientras que cuando esta transferencia se la hace con el fin de que la empresa prestataria del servicio use este producto, en este caso si estaría gravada con el tributo.

6.3. IMPUESTO A LOS INGRESOS BRUTOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Las ventas en el comercio electrónico entre Empresas y Consumidores Finales (B2C), que se perfeccionan dentro de las provincias estarán sujetas al Impuesto a los Ingresos Brutos en la provincia en que se efectúe la venta y para las ventas interprovinciales se aplicará el Convenio Multilateral.

Lo mismo ocurre con el comercio electrónico entre empresas (B2B), si la venta se ejecuta dentro de una provincia se someterá al impuesto dentro de esa provincia y para ventas interprovinciales se sujetaran al Convenio Multilateral.

El Convenio Multilateral funciona distribuyendo el ingreso entre las dos provincias en las cuales se perfecciona la venta.

CAPITULO 7 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA TRIBUTACIÓN PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EEUU, EUROPA Y ARGENTINA.

7.1. *¿Cómo gravan los sistemas de impuestos vigentes a las operaciones de comercio electrónico que transfieren bienes tangibles?*

En Estados Unidos se encuentran gravadas por el Impuesto a las Ventas y al Uso, en todos los Estados, además del Impuesto a las Actividades Comerciales.

En La Unión Europea se encuentran gravadas por el IVA.

En Argentina se encuentran gravadas por el IVA. Con respecto al Impuesto a las Ganancias, están gravados los ingresos de las empresas residentes en el país y para ganancias de fuente argentina.

7.2. ¿Cómo están gravadas las operaciones de comercio electrónico que transfieren bienes intangibles?

En Estados Unidos, algunos estados los gravan por los Impuestos a las Ventas y al Uso. En otros se han eximido explícitamente estas operaciones.

En Europa se encuentran gravadas por el IVA. Existen mecanismos particulares para las operaciones B2C y B2B tanto intracomunitarias como extracomunitarias.

En Argentina se tiene que diferenciar si se trata de una Licencia de Uso o de Explotación, en el primer caso se encuentran gravadas con el IVA, mientras que en el segundo caso están exentas.

7.3. ¿Cómo son considerados los productos digitalizados a los efectos del comercio electrónico?

En Estados Unidos no son considerados como servicios sino como bienes debido a que no se considera importante el medio que se utilice para transmitir los bienes como para que se le tenga que dar distinto tratamiento.

En la Unión Europea se los considera como servicios al igual que en Argentina.

CAPITULO 8 CONTRIBUCIONES A LA REGULACIÓN TRIBUTARIA EN EL ECUADOR

8.1. COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR

Predicciones y análisis de la CORPECE establecieron que los años 2006 y 2007 serán años en los que el comercio electrónico deberá tener los mayores avances, serán años de despegue y asentamiento. El sector financiero a través de los Bancos actualmente proporcionan servicios bancarios a través de medios electrónicos, lo cual proporcionara confianza y avance en los negocios electrónicos.

Por otra parte instituciones como el IESS, SRI y la CAN; están aprovechando las ventajas que presta el Internet facilitando los trámites, pago de impuestos y en el caso del IESS, realizando las transferencias de los fondos de reserva a sus afiliados a través de la Internet.

La aprobación y creación de las Empresas certificadoras de Firmas electrónicas será un gran avance ya que permitirá la creación de facturas electrónicas lo cual impulsará y permitirá el desarrollo de los negocios electrónicos.

Algunos esfuerzos e iniciativas de instituciones y empresas públicas y privadas permitirán el avance del comercio electrónico en nuestro país como por ejemplo:

La conectividad y enlace entre los Concejos Provinciales del País a través de la iniciativa del CONCOPE (Consortio de Consejos Provinciales del Ecuador) permitirá la mayor familiarización y descentralización de los sistemas conectados en beneficio de los ciudadanos.

Grandes empresas como: Terra, El Comercio, HOY, ECUAVISA, Movistar entre otras han desarrollado iniciativas conjuntas con el fin de poder compartir contenidos y convergencia de medios que es otro de los factores que promoverán y permitirán el desarrollo del comercio electrónico en nuestro país. El programa CONQUITO desarrollado en la capital impulsará las tiendas virtuales de la pequeña industria lo cual será un incentivo para quienes quieran comprar y vender sus productos a través de la Internet.

La creación del sector TICs (Las tecnologías de la información y la comunicación) en las Cámaras de la Pequeña Industria, promoverán el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información, por medio de sistemas informáticos; particularmente software y hardware además impulsarán la industria de contenidos, industria de software e industrias TICs en general, permitiendo sobrepasar las limitaciones de organizaciones cantonales que actualmente existen y desarrollando alianzas internacionales existentes que impulsen el sector TICs en Ecuador.

Otros factores como la reducción de los costos en los servicios de Internet permitirán a los ecuatorianos el acceso a los negocios por Internet además la realización de eventos informáticos como ferias de computación, permiten el conocimiento y el acceso a una vitrina importante para el desarrollo de iniciativas basadas en las TICs.

Millones de teléfonos fijos y móviles que actualmente llegan aproximadamente a 10'000.000 en una población de alrededor de 12'000.000 permite el acceso a nuevas herramientas para mercadeo y efectivización de compras por otros medios.

El uso masivo del sms (mensajes por teléfono celular) para comunicación y pronto para micro pagos, con el fin de efectivizar compras es una señal directa de la orientación y del crecimiento del mercado de negocios electrónicos en Ecuador.

8.2. TRIBUTOS PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ECUADOR.

En nuestro país poco o nada se ha avanzado en lo que se refiere al tributación del comercio electrónico, debido al retraso y falta de avance con respecto a otros países.

El comercio electrónico en el Ecuador se encuentra regulado por la Ley de Comercio Electrónico que fue aprobada en el año 2002. La cual regula muchos aspectos del comercio electrónico pero no regula nada de lo que se refiere a los tributos que gravan esta actividad.

En el Ecuador el impuesto que grava la compra venta de bienes corporales y la prestación de servicios es el IVA, en el Art. 52 de la Ley de Régimen Tributario Interno se establece el Objeto del Impuesto y dice: "Establécese el impuesto al valor agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley"²⁷. Este impuesto es aplicable al comercio electrónico y no ocasionaría mayor inconveniente siempre y cuando los bienes que se transfieren sean corporales. El problema surge al igual que en otros países cuando los bienes que se transfieren son intangibles.

²⁷ Ley de Régimen Tributario Interno Art. 52

El Impuesto a la Renta (I.R.) grava las rentas obtenidas por personas naturales o jurídicas, producto de sus actividades comerciales, la Ley de Régimen Tributario establece:

Art. 1 Para efectos de este impuesto se considera renta:

- 1.- Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y,
- 2.- Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 94 de esta Ley²⁸.

En lo que se refiere a este impuesto al igual que el IVA, se puede aplicar a las rentas e ingresos que provengan del comercio electrónico pero surgen inconvenientes para la recaudación y cobro. Los cuales se presentan en el capítulo siguiente.

CAPITULO 9. PROBLEMAS TRIBUTARIOS GENERALES QUE SURGEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

La intensa y creciente actividad económica que se da con el comercio electrónico, ha generado algunos inconvenientes en el campo del Derecho y específicamente el Derecho Tributario como son:

9.1. ESTABLECER LA JURISDICCIÓN TRIBUTARIA COMPETENTE

Los conflictos entre jurisdicciones tributarias se agudizan debido a la gran dificultad al momento de establecer la residencia del sujeto pasivo que obtiene

²⁸ Ley de Régimen Tributario Interno Art. 2

la renta, o que realiza actividades de transferencia de bienes, o servicios a través del comercio electrónico y no solo esto sino que también es fácil manipular o alterar estos datos en la red; dificultándose el cobro de impuestos y empeorándose también los problemas de doble imposición o de falta de imposición.

9.2. IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO

Es muy difícil la identificación de la persona natural o jurídica que transfiere bienes o servicios y que obtiene la renta como producto del comercio electrónico por dos razones especialmente, la una es debido a que en la red es muy fácil esconder la identificación del vendedor y la segunda es porque en muchas ocasiones el nombre con el que se realiza la transacción electrónica, la identificación y la localización del instrumento electrónico utilizado para poder obtener el producto no coinciden con la persona que realmente esta manejando, pues como se sabe una página Web puede ser creada, manejada y utilizada por sujetos diferentes, de esta forma se dificulta el control y ubicación. Además los nombres de dominio del Internet no coinciden con la identificación tributaria.

Con respecto al IVA debido a que en muchos países no existe ningún tipo de registro de sujetos pasivos que realicen actividades económicas a través de la red, a la vez es muy difícil localizar al mismo, ya que cualquier sujeto puede transferir bienes o servicios desde cualquier computador incluso desde un computador portátil.

9.3. CONTROL DE LA RENTA O TRANSACCIÓN

En las transacciones por Internet es muy fácil encubrir la identidad, camuflarla y deslocalizar el sistema informático utilizado en la transacción electrónica, esto dificulta el control tributario por parte de los Estados, tampoco es posible en la actualidad poseer medios de prueba indirectos como facturas, esto lleva a que se tengan que crear facturas electrónicas para facilitar este control y la localización debido a que las transacciones por Internet dejan mínimos rastros y huellas, tampoco existen registros de servidores de Internet.

9.4. ESTABLECIMIENTO PERMANENTE

Se considera establecimiento permanente "cualquier lugar de negocios donde se desarrollen, parcial o totalmente, actividades empresariales o se presten servicios personales independientes"²⁹.

Así, el artículo 5 del modelo de la OCDE, establece una definición de Establecimiento Permanente en el primer párrafo establece que "...la expresión 'establecimiento permanente', significa un lugar fijo de negocios mediante el cual un residente de un Estado Contratante realiza toda o parte de su actividad"³⁰.

El problema de fijar el establecimiento permanente toma importancia dentro del comercio electrónico ya que las ideas de fijeza y permanencia que establecen las diferentes legislaciones, y que sirven de fundamento para conformar la existencia de un operador económico que permanece en un país determinado entran en problemas con comercio electrónico.

²⁹ Definición encontrada en:
http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/principiantes/eres_extranjero/78_2200.htm

³⁰ Artículo 5 del Convenio Modelo de la OCDE

El establecimiento en el comercio electrónico es muy difícil de fijar debido a que aparecen en una transacción electrónica muchos sujetos económicos susceptibles de ser identificados, partiendo del servidor de Internet, pasando por las páginas Web, siguiendo por el ordenador que toma la demanda, etc., como se puede ver es muy difícil fijar el establecimiento permanente, además todos estos carecen de fijeza, visibilidad que son características que usualmente han tenido los establecimientos tradicionales como almacenes, fábricas, tiendas, etc.

9.5. CALIFICACIÓN DE LAS RENTAS.

El comercio electrónico ha traído serias complicaciones al momento de clasificar el tipo de renta que va a ser objeto del gravamen tributario; regalías, ingresos, cánones, etc. El problema de calificación de rentas se da porque en el comercio tradicional el bien es transferido de una persona a otra por medios físicos como por ejemplo la venta de un libro, que se lo hace en papel, en el comercio electrónico se lo puede hacer de una forma digitalizada y utilizando la red para transferirlo, es difícil gravar la renta producto de esta transferencia porque existe dificultad cuando dentro de esta venta existen de por medio derechos industriales o de autor por lo cual el ingreso ya no sería producto de una transferencia de bienes sino de un contrato de uso, por consiguiente existe una dificultad a querer calificar las rentas, esto se puede ver agravado cuando existen convenios de doble tributación y una jurisdicción le da otro tratamiento fiscal a ese tipo de renta, lo cual puede conducir a una exacción por parte de la una jurisdicción o incluso puede provocar ausencia de tributación.

9.6. LOCALIZACIÓN DEL HECHO IMPONIBLE DEL IVA

El hecho imponible dentro de los impuestos indirectos como en el caso IVA es que grava la transferencia de bienes y la prestación de servicios, el problema se da en el campo internacional y es muy similar a lo que ocurre con el impuesto a la renta, que es fijar el lugar de localización de la operación económica, que como ya se dijo antes es muy complicado, debido a la dificultad de establecer el establecimiento permanente del sujeto que realiza la operación electrónica y por consiguiente realiza la transferencia de bienes o la prestación de servicios, sobre todo cuando se realizan transacciones electrónicas online es decir que tanto la oferta como la entrega del bien se lo hace utilizando vías electrónicas.

Todo esto conduce a otros problemas que también ya se mencionaron como son: falta de imposición, doble imposición, conflictos jurisdiccionales, sobre todo cuando dentro de una legislación específica existen más impuestos que gravan la transferencia de bienes o prestación de servicios.

9.7. PROBLEMAS ADUANEROS.

No existen problemas de tipo aduanero cuando se habla de bienes que necesitan ser trasladados por medios tradicionales, que son revisados y gravados en las fronteras, el problema surge cuando los productos son trasladados por medios digitalizados (disquetes, CD, discos duros, etc.) los cuales no pueden ser controlados en las fronteras o peor aún cuando estos productos son transmitidos por vía electrónica y por consiguiente nunca atraviesan la frontera.

CAPITULO 10 APORTES INTERNACIONALES PARA LA REGULACION TRIBUTARIA EN EL COMERCIO ELECTRONICO

En lo que están de acuerdo todos los estudiosos de este tema muy complejo, es en que el problema es mundial y que las soluciones deberán venir de Instituciones Internacionales, aunque no se han podido dar grandes avances dentro de este tema se pueden mencionar las siguientes:

10.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC).

En 1998 en Ginebra se presentó un informe denominado Comercio Electrónico y el Rol de la Organización Mundial del Comercio (“Electronic Commerce and The Rol of the TWO”) el que trata el impacto, costos y beneficios económicos y financieros del comercio electrónico, las necesidades para los países en desarrollo y en uno de sus puntos trata el tema de la tributación del comercio electrónico, de lo cual dice que el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y el Acuerdo sobre Comercio de Servicios (GATS) deben ser analizados antes de que entren en aplicación para el comercio electrónico, este organismo ha realizado varios seminarios posteriores en los cuales no se ha llegado a ningún resultado por falta de acuerdo entre los estados miembros.

10.2 ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y

DESARROLLO DEL COMERCIO (OCDE)

Es una organización que se ha encontrado muy activa al tratar el tema de la tributación del comercio electrónico, es una entidad conformada por países que representan el setenta por ciento del comercio mundial. Esta entidad realizó dos conferencias sobre comercio electrónico. Esta entidad tiene una comisión que se encarga específicamente del tema de la tributación para el comercio

electrónico la cual ha desarrollado un proyecto llamado Condiciones Marco para la Tributación (“The Taxation Framework Conditions”) además de un programa de trabajo, cuyo objetivo final es el establecimiento de normas tributarias destinadas a regular el comercio electrónico. Las condiciones marco para la tributación han sido agrupadas en cuatro áreas.

- a) **Tratados Internacionales:** En esta área se señala que las normas y principios internacionales son aplicables al comercio electrónico y que solamente son necesarios algunos ajustes y cambios.
- b) **Imposición al consumo:** Aquí se señala que el lugar de imposición de consumo debe ser en el cual se use del producto, también señala que la venta de suministros digitales debe ser considerada como una prestación de servicios y no como una provisión de mercancías.
- c) **Administración Tributaria:** Plantea que la información solicitada por la administración además de la recaudación, deben ser neutrales y justas observando siempre todo lo aplicable para el comercio tradicional aunque estos dos sean realizados a través de medios distintos.
- d) **Servicios al Contribuyente:** Se establecen nuevas alternativas tecnológicas para mejorar el servicio al contribuyente.

Todo esto fue recogido en el mismo año en la conferencia de Ottawa donde se desarrollaron las siete reglas básicas para la tributación del comercio electrónico, las se detallan a continuación:

- o **Equidad en el sistema:** Deben ser gravados de igual manera las transacciones similares, en situaciones similares, aplicando el principio de neutralidad.

- Sencillez en el sistema: se debe minimizar los costos de recaudación para las administraciones fiscales, también se deben minimizar los costos de cumplimiento para los contribuyentes.
- Certidumbre: Las normas tributarias deben generar certeza para los sujetos económicos, de tal manera que se puedan tomar conocimiento de forma anticipada las obligaciones fiscales que se tienen al realizar una transacción: ¿que es objeto de gravamen? ¿bajo que circunstancias? ¿dónde va a ser exigible el gravamen?
- Eficiencia del sistema adoptado: El sistema debe producir la recaudación adecuada minimizando la evasión de impuesto.
- Deber de evitar las distorsiones económicas: las decisiones de los sujetos económicos, deben tomarse siempre basadas en motivos económicos y no tributarios.
- Flexibilidad en el sistema: para asegurar, así que se adecúen al ritmo acelerado de la tecnología y la informática.
- Igualdad en la distribución del impuesto: Todos los acuerdos adoptados a nivel nacional y cualquier cambio de los principios de tributación internacional vigentes, deben estructurarse de forma que se asegure un reparto justo de la base del impuesto entre los países; que exista igualdad entre países desarrollados y en vías de desarrollo.

CONCLUSIONES

- El comercio electrónico no es más que la transferencia de bienes o servicios a través de medios electrónicos, y esta es su principal característica.
- Al igual que el comercio ha avanzado con esta nueva forma de realizar negocios, se han desarrollado otros aspectos importantes para que este pueda ser efectuado como son el pago digital a través de diversos medios como las tarjetas de débito, crédito, etc.
- El gran desarrollo del comercio electrónico ha planteado la necesidad de los países para que sea regulado en el aspecto tributario, ya que esta sería otra gran fuente de recursos que les permitiría poder cumplir con sus obligaciones y satisfacer sus necesidades.
- Todas las personas, sean naturales o jurídicas en la mayoría de países del mundo deben cumplir con obligaciones tributarias al momento en que realizan una actividad económica como en el caso de ventas y transferencias de bienes y servicios, por lo cual es necesario aplicar el principio de neutralidad que consiste en tratar en forma económicamente equivalente los ingresos generados por operaciones análogas como en el caso de ventas realizadas a través de medios tradicionales y el comercio electrónico.
- El Derecho tiene que adaptarse e ir evolucionando de acuerdo a las distintas realidades que vayan surgiendo a lo largo del tiempo, no puede permanecer estático, como en el caso del comercio electrónico que

necesita ser regulado con el fin de que no existan vacíos legales o desigualdad en relación al comercio tradicional.

- El Internet es un medio que se esta desarrollando con intensidad y que permite el comercio electrónico pero no es el único existen otras redes como la EDI que todavía sigue siendo aplicada para negocios entre empresas pero que ya esta quedando caduca.
- No se puede considerar al Internet como una Zona Franca como lo establecen algunos autores, y que permanezca sin ningún tipo de control tributario, se debe plantear una legislación tributaria que alcance al comercio electrónico y también permita su avance y desarrollo sin ningún tipo de obstáculo.
- Las legislaciones e impuestos tradicionales pueden ser aplicados al comercio electrónico pero es sumamente necesario que se establezcan los correctivos precisos con el fin de que pueda adaptarse a sus características propias.
- Los principales inconvenientes y vacíos legales con respecto a la tributación del comercio electrónico surgen sobre todo al momento en que este se realice en su totalidad a través de medios electrónicos.
- Los países que se encuentran más desarrollados y ya tienen las ideas claras de cómo se debe tratar el aspecto tributario del comercio electrónico son Estados Unidos y la Unión Europea.
- Es necesario que en nuestro país y en el resto de países sudamericanos se vaya desarrollando el tema tributario para el comercio electrónico porque si bien es cierto todavía no existe una cultura de comercio

electrónico avanzada; ya se encuentra creciendo y desarrollando, y no podemos permanecer pasivos ante esta situación.

BIBLIOGRAFIA

1. PATRONI VIZQUERRA, URSULA, *Pago Electrónico y clases de Medios de Pago Electrónico*. Revista Jurídica Alfa Redi. No. 041 - Diciembre del 2001.
2. DEL PESO NAVARRO, EMILIO. *Servicios De La Sociedad De La Información, Comercio Electrónico Y Protección De Datos*. Díaz de Santos, 2003. ISBN 84-7978-560-8
3. VILLEGAS, HÉCTOR. *Curso de Finanzas, Derecho Tributario y Financiero*. Buenos Aires, ARGENTINA. 3a. ed. 1984
4. VILLANUEVA, RITA. Comercio Electrónico y Tributación. Revista Jurídica Alfa Redi. No. 046 - Mayo del 2002
5. GÓMEZ, DIEGO MIGUEL ÁNGEL - *El Comercio Electrónico y los Tributos*. 2000
6. GIULIANI FONROUGE, C. M. Derecho Financiero. Buenos Aires, Argentina : Depalma, 1973
7. ILLESCAS ORTIZ, RAFAEL; RAMOS HERRANZ, ISABEL. *Derecho del Comercio Electrónico*. España 2001
8. SÁENZ, MARÍA JULIA Y CHANG, VERÓNICA. "El Impuesto General a las Ventas y el Comercio Electrónico". Ponencia conjunta presentada para las VI Jornadas Nacionales de Derecho Tributario ante el Desarrollo del Comercio Electrónico. Lima, Perú, 2000.

9. GALAZAR, CESAR. *Tributación en el comercio electrónico*. 2005
10. ZAMORA, BENJAMÍN. *Poder Financiero de los Estados Modernos*.
Volumen 4. No. 1. 2005
11. DRA. GARCÍA, YOLANDA. *Fiscalidad Del Comercio Electrónico*.
Universidad De Málaga.
12. Comunicación de la Comisión de 18 de abril de 1997: Una iniciativa europea en el sector del comercio electrónico [COM (97) 157 final - no publicada en el Diario Oficial.
13. Directiva 2000/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de septiembre de 2000, sobre el acceso a la actividad de las entidades de dinero electrónico y su ejercicio así como la supervisión cautelar de dichas entidades

LEYES Y CODIGOS CONSULTADOS

- Código Civil Ecuatoriano
- Código Tributario del Ecuador
- Ley Número 527 de 1999 - Colombia
- Ley del Impuesto a la Ganancias de Argentina
- Ley del Impuesto al Valor Agregado Argentina
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Convenio Modelo de la OCDE
- Ley de Comercio Electrónico

PAGINAS ELECTRONICAS CONSULTADAS

14. ELIZONDO, MARIO. *Comercio electrónico*. (Enero de 1999).
<http://clubs.infosel.com/i-commerce/referencia/conceptos/2736/>

- MEJAN, LUIS MANUEL. El comercio electrónico. (Agosto de 1998).
<http://clubs.infosel.com/i-commerce/referencia/historico/>
- <http://www.glosario.tributos.com.ve/index.php>
- artículo periodístico "Posición de la UE relativa al Comercio electrónico y la fiscalidad indirecta" (Dictamen del Comité Económico Europeo 98/C 407/49), se encuentra en <http://www.injef.com/revista/apuntes/uecefi.htm>
- Revista Impuestum, Lunes 15 de Septiembre de 2003,
<http://www.impuestum.com/articulos/52.html>
- "Las Administraciones Fiscales en un Mundo Electrónico" (Montreal, Canadá, 3-6 de junio de 2001) encontrada en:
http://www.mecon.gov.ar/comercio/electronico/operaciones_montreal