

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
FINANCIERAS

UNIDAD DE MAESTRIA Y POST GRADO

DIPLOMADO EN TRIBUTACION 1ª VERSION

TRABAJO DE MONOGRAFIA

TRIBUTACION
EN EL COMERCIO ELECTRONICO

TRABAJO HECHO POR:

EUSEBIO SANDRO ZERRILLO RONDON

C.I. 4283437 L.P.

LA PAZ – BOLIVIA
Julio de 2005

INDICE GENERAL

INTRODUCCION

- 1. CAPITULO 1: TRIBUTOS QUE GRAVAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.**
 - 1.1 DEFINICION DE COMERCIO ELECTRONICO**
 - 1.2 EL IMPUESTO A LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS**
 - 1.3 EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO.**
 - 1.4 EL IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES**
 - 1.5 IMPUESTOS ADUANEROS**

- 2. CAPITULO 2: PROBLEMAS TRIBUTARIOS QUE PLANTEA EL COMERCIO ELECTRÓNICO**
 - 2.1 PROBLEMAS EN LA CALIFICACIÓN DE LAS UTILIDADES Y OPERACIONES**
 - 2.1.1 IMPOSICION SOBRE LAS UTILIDADES**
 - 2.1.2 IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO**
 - 2.1.3 IMPUESTOS ADUANEROS**
 - 2.2. PROBLEMAS DE LOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES ELECTRONICAS**
 - 2.2.1 ESTABLECIMIENTO PERMANENTE**
 - 2.2.2 MEDIOS DE PAGO**
 - 2.2.3 POSICIONES ACERCA DE LA TRIBUTACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**
 - 2.2.4 BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA**

- 3. CONCLUSIONES**

- 4. BIBLIOGRAFIA**

TRIBUTACION EN EL COMERCIO ELECTRONICO

INTRODUCCION

El empleo de las tecnologías de la información en las actividades comerciales ha dado lugar a importantes cambios, entre ellos adquieren gran importancia los relacionados con la fiscalidad, ya que el comercio electrónico genera un gran número de transacciones financieras susceptibles de tributación.

Los tributos gravan manifestaciones de capacidad económica y es evidente que en el comercio electrónico se producen hechos que pueden ser considerados como tales.

¿Hay alguna diferencia entre quien adquiere una mercancía por alguno de los métodos tradicionales y quien lo hace a través de Internet?. Desde el punto de vista tributario, ¿son distintas las utilidades que puede obtener un comerciante o un empresario cuando para conseguirlas se hace uso de redes de comunicación abiertas?.

Evidentemente, la respuesta a las preguntas anteriores debe ser negativa, y a partir de ella nos encontraremos con problemas importantes. Si bien es cierto que el comercio electrónico no puede ser concebido como una fórmula fácil para defraudar, no lo es menos que en la práctica se plantean numerosos problemas que es preciso resolver. Para llegar a conclusiones válidas sobre estas cuestiones es conveniente referirse, en primer lugar, a los tributos que gravan el comercio tradicional. Nos centraremos en los más importantes: por un lado los impuestos que recaen sobre la utilidad (Impuesto a las Utilidades IUE) por otro el Impuesto sobre el Valor Añadido que grava el consumo (Impuesto al Valor Agregado IVA), y por último de una manera mas escueta al impuesto que grava la transacción (Impuesto a las Transacciones IT).

En segundo lugar, se analizarán los problemas que plantea la aplicación efectiva de estos tributos, así como sus posibles soluciones. Destacan, entre otros, la dificultad para localizar las actividades comerciales y la calificación jurídica de las operaciones realizadas y de las utilidades obtenidas. La fiscalidad del pago por medios electrónicos, por la importancia que éstos están adquiriendo en la sociedad actual, merece especial atención. El último punto se dedicará a comentar las posibilidades que tiene la Administración tributaria para controlar el comercio electrónico.

CAPITULO 1

TRIBUTOS QUE GRAVAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

1.1 DEFINICION DE COMERCIO ELECTRONICO

Tomando el concepto más amplio, entendemos por comercio electrónico al conjunto de aquellas transacciones comerciales y financieras realizadas a través del procesamiento y la transmisión de información, incluyendo texto, sonido e imagen; es un subconjunto de la sociedad de la información, en la cual las nuevas tecnologías, en particular el uso de la red, se aplican a transacciones comerciales de contenidos muy diferentes.

Aunque nos resulta interesante además destacar dos esfuerzos legislativos de definición en países latinoamericanos, tal es el caso de Colombia que en su normativa legal plantea que será aquella categoría que “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” (Ley 527, Art. 2b); y México, que en su Código de Comercio señala que “el comercio electrónico es aquél donde se utiliza para la comunicación y acuerdo entre las partes, el intercambio de datos, a través de medios electrónicos, electromagnéticos, ópticos u otros, de naturaleza análoga”. El punto de convergencia de todas las definiciones consultadas es el uso del medio electrónico para la realización del negocio.

Los tributos que debieran gravar el comercio electrónico son los mismos que se aplican en la actualidad al comercio tradicional: impuestos directos como el Impuesto a las Utilidades de la Empresas (IUE), y los indirectos como el caso de Impuesto al Valor Añadido (IVA) y en nuestro caso de una manera excepcional el Impuesto a las Transacciones (IT).

Estos impuestos, que recaen sobre la utilidad y el que grava el consumo, son los que afectan de forma más directa al comercio, pero también inciden los Impuestos Aduaneros. A continuación analizaremos los caracteres de estos impuestos y los supuestos que son de aplicación, los cuales nos permitirán comprender los problemas que pueden plantearse cuando recaen sobre el comercio electrónico.

1.2 EL IMPUESTO A LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS

El Impuesto a las Utilidades de las Empresas grava las utilidades obtenidas por estas, el hecho imponible está constituido precisamente por la obtención de esas utilidades, siendo indiferente su fuente u origen, esto es confirmado en nuestra legislación, en la cual se menciona el principio de fuente, mas propiamente en el artículo 42 de la ley 843, que a la letra menciona lo siguiente: "En general y sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos siguientes, son utilidades de fuente boliviana aquellas que provienen de bienes situados, colocados o utilizados económicamente en la República; de la realización en el territorio nacional de cualquier acto o actividad susceptible de producir utilidades; o de hechos ocurridos dentro el límite de la misma, sin tener en cuenta la nacionalidad, domicilio o residencia del titular o de las partes que intervenga en las operaciones, ni el lugar de celebración de los contratos", razón por la cual no hay ninguna razón para excluir o discriminar las utilidades provenientes u obtenidas por el ejercicio del comercio electrónico.

1.3 EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

El Impuesto al Valor Añadido es un impuesto indirecto que recae sobre el consumo, según la Ley 843 en su artículo 1 referido al objeto del IVA, menciona lo siguiente: "Créase en todo el territorio nacional un impuesto que se denominará Impuesto al Valor Agregado (IVA) que se aplicará sobre:

- a) Las ventas de bienes muebles situados o colocados en el territorio del país, efectuadas por los sujetos definidos en el artículo 3 de esta ley;
- b) Los contratos de obras, de prestación de servicios y toda otra prestación, cualquiera fuere su naturaleza, realizadas en el territorio de la Nación; y
- c) Las importaciones definitivas.

El comercio electrónico es susceptible de incluirse en cualquiera de los tres aplicaciones expuestas, si tomamos en cuenta que a través de la red se pueden dar casos de transacciones de bienes o servicios materiales o inmateriales, como se verá mas adelante, por lo cual este tipo de actividad no puede considerarse excluido de la aplicación de este impuesto.

1.4 EL IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES

Por la naturaleza sui géneris que presenta este impuesto el cual es directo y acumulativo y por no encontrarse casos de impuestos similares a este, en el contexto internacional, es que limitamos su aplicación solo al ámbito nacional en el caso de transacciones electrónicas entre personas jurídicas o naturales que tengan su residencia o establecimiento permanente en el territorio boliviano, por lo cual estarían alcanzados por este impuesto según lo mencionado en el artículo 72 de la Ley 843 que hace referencia al objeto de este impuesto: “El ejercicio en el territorio nacional, del comercio, industria, profesión, oficio, negocio, alquiler de bienes, obras y servicios o de cualquier otra actividad – lucrativa o no cualquiera sea la naturaleza del sujeto que la preste, estará alcanzado con el impuesto que crea este Título, que se denominará impuesto a las transacciones...”

1.5 IMPUESTOS ADUANEROS

Por Impuestos Aduaneros debemos entender todos aquellos que tienen como objeto el tráfico internacional de mercancías. En la actualidad son tributos de regulación comunitaria. La figura más importante que se incluye en ellos es la de los derechos a la importación, tributo que se exige por la entrada de mercancías en el territorio aduanero.

CAPITULO 2

PROBLEMAS TRIBUTARIOS QUE PLANTEA EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Una vez analizados los distintos tributos que gravan el comercio electrónico, es necesario profundizar en los problemas que plantea su aplicación efectiva. El hecho de que el comercio electrónico no quede excluido de los impuestos a los que nos hemos referido no significa que no surjan inconvenientes que dificulten el llevar a la práctica la teoría expuesta. Los problemas que pueden plantearse son, por un lado, la calificación de las utilidades obtenidas y de las operaciones que se realizan, por otro, la determinación del lugar en el que deben entenderse realizadas las actividades comerciales electrónicas.

2.1 PROBLEMAS EN LA CALIFICACIÓN DE LAS UTILIDADES Y OPERACIONES

Los problemas relacionados con la calificación de las utilidades y operaciones deben analizarse por separado en la imposición sobre las utilidades y en el Impuesto sobre el Valor Añadido.

2.1.1 IMPOSICION SOBRE LAS UTILIDADES

En la imposición sobre las utilidades es preciso distinguir los problemas que se producen en función de que el objeto de la contratación sean suministros on line o off line. Como sabemos, la diferencia entre unos y otros está en que el primer caso los bienes o servicios que se adquieren a través de la red circulan por la misma. Así, mientras los suministros off line suelen ser bienes materiales que se transportan por los medios tradicionales o servicios profesionales contratados a través de la red, los suministros on line son siempre bienes o derechos derivados de la propiedad intelectual. Obviamente, esto no significa que no puedan transmitirse bienes derivados de la propiedad intelectual off line, pensemos por ejemplo en la adquisición en una página Web de un libro o un disco que llegará a nuestras manos por los medios tradicionales de transporte.

Evidentemente, es la contratación off line la que presenta menores complicaciones. No hay más que aplicar a las utilidades obtenidas la normativa general, y así éstas se

considerarán rendimientos de actividades económicas de personas naturales o se integrarán en el beneficio contable en el caso de personas jurídicas o empresas unipersonales. En definitiva, la utilización de la vía electrónica tiene una incidencia nula en este tipo de contratos.

En cuanto a la contratación on line, la cuestión principal está en conocer si la adquisición del producto digitalizado implica sólo la obtención de un derecho para su uso o si por el contrario, se adquiere el producto en soporte informático lo cual supone la transmisión de los derechos de propiedad intelectual.

Para avanzar en este tema conviene aclarar la diferencia entre cesión de uso y compra-venta. Con la cesión del mero uso se adquiere un producto constituido por el soporte y el derecho a su uso. La compra-venta supone además la transmisión de los derechos de la propiedad intelectual.

En principio, la utilización de un soporte telemático no tiene por qué suponer, a priori, que la utilidad obtenida deba calificarse como una cesión de uso por lo cual resultaría imprescindible estudiar cada contrato para distinguir cuándo se cede el uso del programa y cuándo se transmiten los derechos de la propiedad intelectual sobre el mismo.

La comercialización de los programas de ordenador en el ámbito interno no plantea demasiados problemas. Si la utilidad que obtiene el autor es consecuencia de la venta del programa será considerada rendimiento de actividad económica sujeta al gravamen, lo mismo ocurrirá cuando los beneficios provengan de la cesión de su uso. Si la explotación la lleva a cabo una persona distinta del autor, los rendimientos serán considerados también rendimientos de actividades económicas sujetas a tributación.

Pero, los problemas más importantes se dan en el ámbito del comercio internacional, debido a que el uso del comercio electrónico trae consigo serias dificultades a la hora de clasificar la clase de renta a gravar (dividendos, intereses, regalías, ganancias de capital, utilidades empresariales, etc.). Tipificación que nos es relevante si tenemos en cuenta que si se han vendido bienes, la empresa vendedora obtendrá beneficios empresariales; pero si esta empresa ha permitido por una sola vez, por ejemplo, el uso

de un determinado software, la contraprestación o retribución por dicho uso, derecho o concesión, podría constituir una regalía (canon), renta gravada de distinta manera que la obtenida por concepto de beneficios empresariales. El problema en este asunto es la calificación de los derechos derivados de la propiedad intelectual e industrial transmitidos mediante comercio electrónico, así como su transmisión y conservación; realmente plantearse cómo tributan las cesiones de derechos de propiedad intelectual o industrial por medio de la red es secundario, porque lo verdaderamente discutido en este debate es obtener y controlar los réditos derivados de su utilización por terceros.

Una persona puede conectarse a la red y “bajar” (download) una imagen digitalizada a cambio del pago de cierta cantidad de dinero. Los derechos de uso de la imagen electrónicamente adquirida pueden variar dependiendo del acuerdo entre las partes. Por ejemplo, el adquirente de la imagen digitalizada puede obtener el derecho a usar una sola copia de la imagen, el derecho a reproducir diez copias de la imagen para usarlas en un informe interno de empresa, el derecho a reproducir la imagen para usarla en un trabajo académico de difusión limitada, o el derecho a reproducir la imagen en un periódico o revista de circulación masiva. Cabe argumentar que, mientras algunos de esos derechos son equivalentes a la compra de una copia física de una fotografía, lo que supondría un beneficio empresarial para el vendedor, otros son equivalentes a una cesión de derechos de uso, lo que determinaría la percepción por el cedente de un canon, sujeto a tributación en el país de la fuente.

Por otro lado “algunas de tales transferencias, como la adquisición electrónica de un libro cuyos contenidos están digitalizados, podrían ser meros sustitutos de la compra convencional del objeto físico (el libro en papel) y parecería inapropiado que fueran tratadas como cesiones de derechos generadoras de cánones. Pero por otro lado, puede también afirmarse que tal adquisición electrónica presenta substanciales diferencias respecto de la compra convencional del objeto físico, pues el adquirente de un libro en papel no puede manipular sus contenidos, mientras que para quien adquiere una copia digital no existe inconveniente técnico que le impida alterar su formato o modificar sus contenidos. Entra en crisis entonces el concepto de canon, pues si antes

el canon suponía el pago de una renta a cambio de la transmisión previa de un derecho intelectual o industrial como contraprestación por el uso del mismo, ahora puede vía online obtener y hasta se difundir ese mismo bien, aun sin que el haya adquirido su forma física. Lo más acertado que se nos ocurre al respecto es redefinir el concepto de canon a partir de un cuestionamiento de su operatividad.

En el marco internacional se tiende a restringir en la medida de lo posible la aplicación de los cánones, excluyéndose del concepto los supuestos en los que se transmiten parcialmente los derechos de la propiedad intelectual y aquellos en los que la finalidad del programa cedido es el uso personal de su receptor. Por lo tanto, sólo cabría hablar de canon cuando el programa informático se transmita para su explotación comercial, permaneciendo los derechos de la propiedad intelectual en la esfera jurídica del transmitente.

2.1.2 IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

La aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido, igual que ocurre en la imposición sobre la utilidad, no plantea especiales problemas cuando los que se tratan son bienes materiales que no circulan por la red. Así, dependiendo de los casos, las operaciones podrán considerarse operaciones comerciales tradicionales sujetos de tributación, tampoco encontraremos problemas si el objeto de la transacción electrónica es un servicio.

Cuando los bienes o servicios circulan por la red, es trascendental, igual que en el apartado anterior, la calificación de las operaciones como cesiones de uso o como compraventas. En este impuesto, las cesiones de uso son consideradas prestación de servicios, mientras que las compraventas son adquisiciones de bienes. Y respecto del concepto de cesión de uso son aplicables las consideraciones efectuadas al tratar esta misma cuestión en relación con la imposición sobre la utilidad.

El concepto de prestación de servicios puede definirse desde el siguiente punto de vista: se considera como tal toda operación sujeta al impuesto que no tenga la

consideración de entrega de bienes, y las entregas de bienes pueden ser definidas como la transmisión del poder de disposición sobre bienes corporales. Por lo tanto, dependiendo de que el objeto de la contratación electrónica sea o no la transmisión del poder de disposición de un bien corporal, podrá ser calificado como entrega de bienes o como prestación de servicios. Y lógicamente, en las cesiones de uso no se transmite el poder de disposición, de ahí que afirmemos que las cesiones de uso deben considerarse prestaciones de servicio.

2.1.3 IMPUESTOS ADUANEROS

Una vez más, si los bienes objeto de estos impuestos no circulan por la red, es irrelevante el carácter electrónico de la transacción. Pero cuando se trata de suministros on line surgen dificultades, sobre todo porque esos bienes no atravesarán la aduana físicamente. Por lo cual sería más que lógica la solución que se viene propugnando en el mundo para este tipo de impuestos la cual pasa por la exención de los Impuestos Aduaneros de los bienes digitalizados.

2.2. PROBLEMAS DE LOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES ELECTRONICAS

Como se puede observar en las páginas precedentes, con el correr de los años han surgido una gran cantidad de nuevos tipos de transacciones, muchas de las cuales no difieren de las que ya existían, solo que se realizan por este medio electrónico, pero también han aparecido nuevos negocios derivados del comercio electrónico. Es así que se puede diferenciar al comercio electrónico directo (on line) o indirecto (off line). El comercio electrónico indirecto es aquél en el que los bienes comercializados necesitan ser enviados a través de canales tradicionales de distribución (por ejemplo, envío postal y servicios de mensajería), mientras que el directo es aquél donde el pedido, pago y envío de los bienes intangibles y/o servicios se produce a través de la Web (como por ejemplo, programas informáticos, servicios de información, etc.)

Por otro lado, el fundamento de toda tributación se encuentra en el concepto de territorialidad. Este concepto hace referencia a la noción de residencia fiscal, tanto de las personas físicas como de las personas jurídicas, a través de los conceptos de sede,

dirección efectiva o de establecimiento estable, para la imposición de los ingresos; las nociones de lugar de entrega o de consumo para los impuestos indirectos; la aplicación de las tasas de retención en la fuente convencionales en función del lugar de origen y de destino de la transacción, etc. Todos estos postulados resultan confusos cuando se los trata de verificar en el comercio a través de Internet, ya que el postulado máximo, y lo más atrayente, del comercio vía Internet es esa concepción de "El Mundo es el Mercado".

Sobre la base de lo afirmado, y previo a toda consideración es necesario tener en cuenta que la remoción de las fronteras económicas repercute en la independencia del ejercicio de la jurisdicción tributaria; lo cual por si mismo tiene una enorme implicancia en la formación de la estructura de la base imponible del sistema fiscal de cada país.

2.2.1 ESTABLECIMIENTO PERMANENTE

Este es uno de los temas más polémicos y relevantes si de tributación del comercio electrónico se trata. La cuestión radica en determinar si un servidor o el sitio web de un vendedor incorporado en un servidor, constituye un establecimiento permanente a efectos fiscales.

El primer desglose que haremos va referido a la función que realice dicho servidor o página web; porque si son utilizados únicamente para actividades complementarias, tales como la publicidad o promoción, sería entonces irrelevante y por lo tanto excluyente. Cuestión contraria será si están dirigidos a desarrollar actividades principales del trabajo de la correspondiente empresa, que pueden ser: Suministro y alojamiento de sitios informáticos, mantenimiento a distancia de programas y equipos, provisión de programas y su actualización, suministro de imágenes, texto, información y la puesta a disposición de bases de datos, suministro de enseñanza a distancia, suministro de música, películas, juegos, etc. Ya sea la venta directa de estos bienes o la contratación de servicios, así como cualquier otra actividad de recepción de pedidos u órdenes de compra, servicios post-venta y de organización de envíos de mercancías.

Lo cierto es que un sitio web no tiene otra apariencia física que su servidor y por otro lado el servidor puede encontrarse en un edificio, pero también en el ordenador portátil de una persona que cambia constantemente de sitio, es posible que se cambie el sitio Web electrónicamente a otro servidor sin necesidad de trasladar los servidores, incluso la empresa puede tener su sitio pero no ser propietaria del servidor o no ser dueña de ninguno de ellos, arrendados ambos por un proveedor de servicios y compartidos entonces con otros usuarios. Además puede ser muy difícil establecer las transacciones que deberían ser atribuidas al servidor como establecimiento permanente, pues pueden haber servidores conectados entre sí y localizados en muchas jurisdicciones que intercambian las señales y actúan alternativamente dependiendo del volumen del tráfico electrónico en cada momento, lo cual plantea enormes problemas prácticos en orden a determinar qué servidor fue usado en un momento particular y para qué actividad.

Al respecto no existe un criterio conclusivo ni absoluto, de hecho en la práctica existen casos de doble o múltiple imposición y de hasta de nula imposición. Pero sí hay determinadas propuestas de soluciones recopiladas y presentadas a continuación:

- Fijar la obligación de señalar -por parte de la empresa- el lugar que considera su principal sede de dirección efectiva. Por supuesto que esta alternativa asume el riesgo que la empresa elija su sede en países de baja tributación, los llamados Paraísos Fiscales.
- Aplicar la regla del lugar de residencia del autor intelectual, tomando por país la residencia de quien explota la propiedad intelectual de una idea o concepto por intermedio de una empresa virtual. Aquí también podrá manipularse a fin de disminuir la tributación; además se tendrá que fijar un establecimiento permanente tantas veces como el titular se mude de residencia.
- Utilizar la regla del artículo 17 del Modelo OCDE -generalmente aplicable a artistas y deportistas- según la cual las rentas obtenidas puedan someterse a imposición en el país en donde se realicen las actividades, sin necesidad de que exista o no un establecimiento permanente. Sin embargo, se mantiene el problema de la cuantificación o determinación de la renta gravable.

- Valerse del criterio de la cifra relativa global (cifra relativa de negocios), entendiéndose aplicar a los beneficios mundiales obtenidos una fórmula entre las diferentes jurisdicciones en donde la empresa realice actividades. Debido a la aplicación compleja y poco fiable de este método, es que a sido prácticamente descartado por la OCDE; quien prefiere optar por la contabilidad separada.
- Abandonar el concepto de establecimiento permanente. De acuerdo con esta regla, el Estado de residencia del cliente o usuario de la red se abstiene de gravar la renta generada en una operación, siendo el Estado de residencia de la empresa que otorga el servicio o vende el bien, el que gravará renta generada en la operación. Esta solución es prácticamente inviable ya que estancaría la negociación de convenios entre países en vías de desarrollo y desarrollados, así como que se tendrían que revisar los convenios vigentes, perjudicando la repartición de renta entre los países.

Con respecto a los tributos directos como es el caso del impuesto a las utilidades, el hecho imponible está constituido precisamente por la obtención de la utilidad, siendo indiferente su fuente u origen. Se requiere que su constitución se hubiera realizado conforme a las leyes del territorio por el cual se tributa, que su domicilio legal se halle en ese territorio y que tengan la sede dirección efectiva en dicho territorio.

Los impuestos indirectos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), recae sobre el consumo, gravando las prestaciones de servicios efectuadas por personas jurídicas o naturales, las adquisiciones de bienes y las importaciones de bienes. Entre las principales dificultades a las que se enfrenta este impuesto en el comercio electrónico, están lo referente a la localización del hecho imponible, la ya comentada distinción entre transferencia de bienes intangible o prestación de servicios y la identificación y/o localización de los sujetos intervinientes en la transacción. En síntesis se distinguen dos criterios fundamentales respecto a la fijación del IVA un establecimiento relevante (sea del prestador o del destinatario) y/o el lugar donde el servicio se realiza físicamente.

Impuestos como el IVA, o directos como el IUE, deben reformularse en lo que respecta a este novedoso fenómeno.

2.2.2 MEDIOS DE PAGO

La revolución del comercio electrónico, además de realizar la entrega del bien mediante un medio electrónico, concretará también el pago por vía electrónica. Para ello han ingeniado múltiples medios de pago, de los cuales los más usados serán:

- **Fundados en tarjetas:** Abarcan tarjetas tanto de crédito como de débito. Mediante un registro generado por el propio sistema informático que realiza la negociación, quedará plasmado los datos del banco originante, el motivo de la transacción y el banco aceptante. Para los negocios con el exterior –en virtud de las reglas de prevención del lavado de dinero- los giros se complejizan más, quedando siempre debidamente controlados, incluso de forma física.
- **Cheques digitales:** Son similares a los cheques físicos, donde las palabras claves (passwords) utilizadas por las personas adherentes, tendrán el mismo valor jurídico que la firma ológrafa. Este mecanismo está aun en desarrollo, contando entre sus desarrolladores más fieles a los EUA y Argentina .
- **Dinero electrónico:** Dinero almacenado en una tarjeta inteligente (Smartcards) también llamadas genéricamente monederos. Las tarjetas inteligentes son similares en tamaño a las tarjetas de crédito con un conjunto de contactos que proveen la interfaz electrónica a un microprocesador interno, con su propia memoria y sistema operativo. Puede no tener la identificación del usuario, dificultando en ese caso rastrear la fuente.

Destaquemos que el Banco Central de Cuba previó en su estrategia del ya transitado período 2000-2001 “Continuar la fase de modernización de la infraestructura tecnológica, a fin de posibilitar la total interconexión electrónica de los bancos y la introducción, en mayor escala, de medios de pago electrónicos” y “Consolidar el uso de medios de pagos electrónicos”, como sus objetivos una y dos respectivamente. Alcanzando por resultado que al cierre del 2001, del total de 950 oficinas, 428 se

encuentran conectadas a la Red Pública de Transmisión de Datos y se amplió a más de 100 la red de Cajeros Automáticos del país bajo la marca RED; además la emisión de tarjetas de bandas magnéticas por bancos cubanos alcanzó la cifra de 550,000.

2.2.3 POSICIONES ACERCA DE LA TRIBUTACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Existen algunas corrientes que manifiestan que la red es un territorio libre (de impuestos también) pone fe en la autorregulación, lográndose con acuerdos libres entre los sujetos intervinientes. Su mayor argumento es que el impuesto atrasará la expansión de la economía y evitará el crecimiento, así como reducirá la eficiencia económica total y no es ético bajo la noción de comercio electrónico como capitalismo sin fricción, "Gravar un impuesto al comercio electrónico, impondrá condiciones artificiales a lo que actualmente es un modelo de capitalismo extremadamente eficiente". Detrás de esta posición se tejen intenciones ocultas, como el de mantener el comercio electrónico libre de tasas lo que 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, esta tasa dejaría 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. Los más fieles opositores a esta corriente son los comercios tradicionales, que se quejan de los paranoicos impuestos para los más sencillos negocios, mientras que por Internet se realizan grandes negocios libres de gravamen.

Además al no establecer el impuesto el gobierno está subsidiando a los negocios que realizan comercio electrónico, dándoles una ventaja competitiva injusta sobre los negocios tradicionales.

Por su parte los consumidores también evaden los impuestos que les corresponderían por sus compras fuera del Estado, que a la larga haría disminuir los servicios sociales que tales impuestos sufragan. Lo que sí nos parecería aberrante es que las nuevas leyes que graven el comercio electrónico tengan carácter retroactivo, pues para muchas empresas sería una deuda impagable.

Otras corrientes tienen como criterio único establecer tributos al comercio electrónico, pero nuevos tributos: Se fundamenta en esa naturaleza sui generis que tiene el comercio electrónico, pretendiendo replantear la aplicación de todo el sistema tributario. Esbozan que como los tributos básicos estaban fundados en objetos imponibles (rentas, consumos, etc.) y en bienes tangibles (mercancías, bienes de activo, etc.), así como otra ensartas de diferencias con el comercio tradicional que ya hemos venido mencionando (difícil localización de los sujetos, indeterminación de la tipología del negocio, etc.); se tendrá entonces que reformular el sistema tributario a los efectos del comercio electrónico. Niegan incluso los conceptos clásicos del Derecho Internacional Tributario como es la idea de establecimiento permanente, el uso del término de canon, los medios de prueba y facturas utilizados, el sistema de retenciones, etc.

Esta posición ha hecho aportes muy ingeniosos de tributos que intentan adecuarse a la nueva economía, de los cuales el más destacado es el llamado bit tax; sobre la base de que la tecnología actual se centra en el uso de la lógica binaria que está detrás de todo el proceso de los ordenadores, entonces lo que se grava es los impulsos que permiten trasladar productos y servicios. "Si una Administración Tributaria no va 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". Más allá de lo perspicaz de este gravamen, ha tenido serias e irrefutables críticas: primeramente tenemos que lo que se está gravando es el impulso informático y no el producto o servicio transmitido, lo cual es un absurdo, porque será el valor de estos bienes y servicios los que generan la capacidad contributiva y no su simple medio de transferencia, que es lo que este impuesto capta; asimismo se iguala todo lo transmitido (atendiendo al irrelevante parámetro: cantidad de megas), de modo que la base económica no tendrá nada que ver con el gravamen ni el valor de la operación incidirá en la deuda; por lo demás el tema de que la Red no tiene localización física vuelve a importunar, se tendría que designar una autoridad internacional que se encargara de este impuesto particular y sobre todo (lo más espinoso) determinar su

distribución entre todas las naciones; y por último, esta la flamante tendencia a las tecnologías de telefonía móvil, donde con la desaparición del ordenador se extinguiría el alcance de este tributo.

Nosotros juzgamos que no se trata de adaptar el tributo a la realidad informática, sino precisamente de lo inverso. Los mismos tributos para el comercio electrónico: es la posición más pragmática, se trata de adaptar el sistema tributario conocido a la nueva realidad, puesto que 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. Insisten en que se carguen los bienes y servicios transmitidos (que en esencia serán los mismos) y no se particularicen por el simple hecho que usen un medio distinto.

2.2.4 BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA

No todo son espinas en el comercio electrónico, sino que hay muchos que ven en él un arma preciosísima en manos de la Administración Tributaria.

La Administración es una unidad productora de bienes y servicios y está visto que el comercio electrónico tiene mucho que enseñar en la gestión de estas unidades, así que podrá entonces valerse de sus ventajas; de ello tenemos que la reducción de costo, una de las grandes preeminencias que se airean en el comercio electrónico, no le vendría nada mal a la Administración ni a los contribuyentes. De hecho son muchas las declaraciones tributarias por medios electrónicos que se vienen realizando, aligerándose el costo en tiempo, papel y dinero; además que desaparecen los costos de complementación. Se podrá al mismo tiempo mejorar la asistencia de la Administración al contribuyente, a través de las páginas web se ofrecerán información legislativa, consultas tributarias con su propia respuesta online, exposiciones didácticas de la doctrina tributaria etc. En otro orden de cosas vemos que paradójicamente aparecen nuevos métodos de control tributario, nos referimos a los certificados y firmas electrónicas, que tan buenos resultados han arrojado en otras latitudes en el tema de la seguridad informática.

3. CONCLUSIONES

Como se puede observar a lo largo del trabajo, el Comercio Electrónico se encuentra en etapa de expansión gracias a los mecanismos de Internet, de carácter global y que seguramente seguirán apareciendo nuevos tipos de operaciones en los próximos años. Es por esto que los estados deben estar atentos a estos cambios, para no perder ingresos mediante la tributación.

Para realizar un análisis del comercio electrónico en sus aspectos tributarios, hay que realizar la diferenciación entre el comercio directo e indirecto. Este último no reviste mucha diferencia con el comercio tradicional, de hecho existe materialidad, o sea que las mercancías deben ser entregadas físicamente. Esto trae aparejado que en dicha entrega también sea entregada la documentación respectiva, que acredite su venta. Pudiéndose corroborar la venta y el nacimiento de la obligación tributaria. Incluso si esa compra se realiza en otro país, este debe cruzar fronteras. Pero el inconveniente se suscita con el comercio electrónico directo ya que su carácter "Virtual" (o inmaterial) dificulta la creación de mecanismos confiables de control fiscal, y es más dificultoso debido a que las fronteras no existen en el plano de Internet. Según lo analizado, los estados se encuentran en la búsqueda de una solución a estos problemas. Una solución, a mí pensar transitoria, es la adaptación de las normas preexistentes, para poder abarcar a las nuevas operaciones. Pero como ya lo han dicho muchas personas, nos encontramos frente a una nueva economía. Para la cual será necesario adaptarse, tanto los estados como las empresas que quieran seguir creciendo. Considero que los estados deberán crear nuevas legislaciones más acordes a las nuevas realidades.

Como es sabido, en materia de imposición indirecta las distintas jurisdicciones fiscales se rigen por el principio de país de destino o de país de origen. Por aplicación del primero de ellos, el país de origen (exportador o vendedor) no debe gravar los bienes exportados, mientras que el país importador les debe dar un tratamiento igualitario respecto de los bienes originarios de otros países, como así también en relación con los producidos por el mismo internamente. Debe destacarse que la aplicación de este

criterio requiere necesariamente la existencia de fronteras fiscales entre las distintas jurisdicciones partícipes, que permitan la realización de lo que se conoce como ajustes en frontera: devolución o exención por parte del país exportador, de los impuestos que hayan incidido sobre los productos integrantes de los bienes comercializados, y el país importador debe aplicar similares gravámenes que los soportados por los bienes producidos domésticamente.

Por el contrario, la aplicación del principio de país de origen implica gravar las transacciones en virtud del lugar de localización del vendedor o exportador. En este caso no resulta necesario realizar ajustes en frontera, pero es necesario la existencia de estructuras fiscales similares a efectos de que no se produzcan distorsiones en el flujo económico entre ambos estados. Por lo cual la solución más atinada es el criterio de imposición en destino, de modo de no perjudicar la competitividad de sus productos en el mercado internacional.

Como tal el país importador tendrá la potestad tributaria de gravar la entrada de productos a su territorio o los servicios realizados en el exterior prestados a sus residentes. Sobre el particular, debe tenerse en cuenta que la provisión internacional de un servicio puede llevarse a cabo a través de una de las siguientes modalidades:

- el consumidor se traslada al país del productor
- el servicio se traslada al país del consumidor
- la información se envía al país del consumidor
- el productor se desplaza al país del consumidor
- una mercadería en la que se incorpora un servicio se traslada al país del consumidor
- el servicio es utilizado por el consumidor en la jurisdicción distinta a aquella de la cual es residente y/o en la que tiene su empresa

En virtud de ello, resulta de vital importancia definir adecuadamente donde se considera prestado el servicio y donde éste es consumido, pues la tributación variará en uno y otro caso, pudiéndose dar las siguientes posibilidades:

Importación de servicios y utilización económica en el país

- Prestación de servicios en el país y utilización económica del mismo en el exterior
- Prestación de servicios en el exterior y utilización económica también en el extranjero
- Prestación de servicios en el país y utilización económica en el mismo

Llegado a este punto, resulta necesario definir adecuadamente el concepto de establecimiento permanente, dado que si se considera que la página web instalada en un servidor constituye establecimiento estable, en el caso que éste se encuentre ubicado en el mismo Estado del prestatario no existirían dudas de que se encuentra alcanzado por el gravamen por tratarse de una transacción desarrollada íntegramente dentro de sus fronteras; esto queda en manos de los legisladores. Nuestra propuesta es que se oriente la rutina de control hacia el seguimiento de los pagos efectuados por los sujetos involucrados en la transacción, apoyándose en las entidades que actúan como intermediarios financieros, o sea, los bancos.

Como hasta aquí se observa y a riesgo de ser redundante, mencionamos que las principales lagunas tributarias con relación a la administración tributaria y los sujetos del comercio electrónico serán: la identificación de los sujetos que intervienen en las operaciones efectuadas a través del comercio electrónico y su naturaleza; el censo y localización de los sujetos actuantes. Respecto a la actuación desde la organización administrativa tributaria se deberá concluir en lo referente a la localización segura de los operadores y seguimiento de los mismos, ejecución y pago de las deudas tributarias, fórmulas para evitar la “deslocalización” de las operaciones, realización de declaraciones y liquidaciones adaptadas al comercio electrónico. Y en lo concerniente al funcionamiento del sistema creemos que lo más inmediato será determinar sobre la seguridad de las Bases de Datos Tributarias y de los censos de contribuyentes.

Por otro lado, estamos viviendo en una economía globalizada; y esta situación llegó para quedarse. Es por ello que los estados no solo deberán armonizar las legislaciones sino que deberán “crear en conjunto” para poder resolver cuestiones atinentes a este tipo de situaciones, como la del comercio electrónico global. Esto trae consigo la

pregunta de sí es posible lograr una legislación que no fortalezca a los más fuertes y debilite a los más débiles.

Lo cierto es que no compartimos el criterio de algunos autores que mencionan que la digitalización de productos lleva consigo que las fronteras desaparezcan y el Internet sea considerado una zona franca cibernética sin controles tributarios y como tal sugerimos que se proceda.

4. BIBLIOGRAFIA

1. Álvaro De Juan Ledesma, "Internet y nuevas tecnologías en telecomunicaciones: nuevos retos de la fiscalidad internacional", Pág. 97
2. Documento ubicado en: <http://www.un.or.at/uncitral/spanish/texts/electcom/ml-ec.htm>.
3. Las Administraciones Fiscales en un Mundo Electrónico" encontrada en: http://www.mecon.gov.ar/comercio/electronico/operaciones_montreal.htm
4. "Modelo de Convenio Fiscal sobre la Renta y sobre el Patrimonio", Comité de Asuntos Fiscales de la OCDE, Traducción efectuada por el Instituto de Estudios Fiscales, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid, 1997, Pág. 4.
5. <http://www.eurociber.es/index.php?mostrar=tarjetasinteligentes1>
6. Datos encontrados en http://www.bc.gov.cu/Espanol/sistema_pagos.asp
7. Impuestos en el e-commerce, <http://www.x2-media.com/impuesto.html>
8. Hance, Olivier: "Leyes y negocios en Internet" McGraw Hill