

UNIVERSIDAD PANAMERICANA SEDE GUADALAJARA

"LA FISCALIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO"

David Calderón Medina

Trabajo presentado para optar por el título de Licenciado en
Contaduría con Reconocimiento de Validez Oficial de
Estudios de la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA,
según acuerdo número 045366 con fecha 19-11-85.

Guadalajara, Jalisco, Abril de 2002



UNIVERSIDAD PANAMERICANA
SEDE GUADALAJARA



UNIVERSIDAD PANAMERICANA
SEDE GUADALAJARA
BIBLIOTECA

**"LA FISCALIZACIÓN DEL COMERCIO
ELECTRÓNICO"**

David Calderón Medina

Tesis presentada para optar por el título de Licenciado en
Contaduría con Reconocimiento de Validez Oficial de
Estudios de la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA,
según acuerdo número 085366 con fecha 19-II-85.

Zapopan, Jal., Abril de 2002

CLASIF: 7E CON CA 2
ADQUIS: 47601
FECHA: 23-08-02
DONATIVO DE _____
\$ _____



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

CAMPUS GUADALAJARA

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

C. David Calderón Medina
Presente

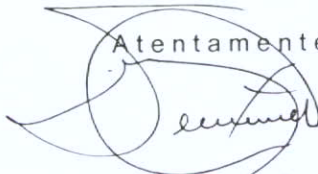
En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales, y después de haber analizado el trabajo de Titulación en la alternativa

TESIS

titulado:

“LA FISCALIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO ”

presentado por usted, le manifiesto que reúne los requisitos a que obligan los reglamentos en vigor para ser presentado ante el H. Jurado del Examen Profesional, por lo que deberá entregar siete ejemplares como parte de su expediente al solicitar su examen.

Atentamente


Lic. Francisco Augusto Benítez Ríos
Presidente de la Comisión



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

CAMPUS GUADALAJARA

Jefe del Departamento de Control Escolar
Secretaría de Educación Pública
Presente

Por medio de la presente me permito hacer de su conocimiento que el **Sr. David Calderón Medina**, de la Licenciatura en Contaduría, ha concluido satisfactoriamente su trabajo de Titulación con la alternativa de **TESIS** titulada:

“LA FISCALIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO”

Manifiesto que después de haber sido dirigida y revisada previamente, reúne todos los requisitos técnicos y pedagógicos para solicitar fecha de Examen Profesional.

Agradezco de antemano la atención que se sirva otorgar a la presente, sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente

C.P. Francisco Wilson Loaiza
Asesor de Tesis

A TODOS LOS QUE BUSCAN LA
JUSTICIA EN CUALQUIERA DE SUS
FORMAS. ESTA OBRA ES PARA
ELLOS.

INDICE

Página

INTRODUCCION

1. INTERNET Y COMERCIO ELECTRONICO.....	14
1.1. Historia de Internet. La red de redes.....	14
1.2. Herramientas de Internet.....	17
1.2.1. Correo electrónico.....	18
1.2.2. Listas de correo.....	19
1.2.3. "World Wide Web" (WWW ó 3W).....	19
1.2.4. Mosaic.....	20
1.2.5. Próspero.....	21
1.2.6. Gopher.....	21
1.2.7. Verónica.....	21
1.2.8. "File transfer protocol" (FTP).....	22
1.2.9. Archie.....	22
1.2.10. Telnet.....	22
1.3. Otras herramientas de Internet.....	23
1.3.1. Wais.....	23
1.3.2. Whois.....	23
1.3.3. Cello.....	23
1.3.4. Lynx.....	23
1.3.5. Kermit.....	24
1.3.6. URL.....	24
1.4. Realidades de la Internet.....	24

1.5. El esquema del comercio electrónico.....	25
1.5.1. ¿Qué es el comercio electrónico?.....	25
1.5.2. ¿Cómo funciona el proceso del comercio electrónico?.....	26
1.5.3. Beneficios e inconvenientes del comercio electrónico.....	28
1.6. Tipos de comercio electrónico.....	29
1.6.1. Clasificación general.....	29
1.6.2. Clasificación de las operaciones “Business to Business” (B2B).....	30
1.7. Mecanismos y herramientas de pago electrónico.....	32
1.7.1. Aspectos generales.....	32
1.7.2. Herramientas utilizadas en los sistemas de pago electrónico.....	32
1.7.3. Mecanismos de pago electrónico.....	34
2. SISTEMAS FISCALES.....	39
2.1. Consideraciones generales.....	39
2.1.1. Principio de proporcionalidad.....	40
2.1.2. Principio de certidumbre o certeza.....	40
2.1.3. Principio de conveniencia de pago.....	41
2.1.4. Principio de economía.....	41
2.1.5. Adecuada contribución al gasto público.....	42
2.1.6. Simplicidad.....	42
2.1.7. Neutralidad.....	42
2.1.8. Crecimiento económico y eficiencia.....	43
2.1.9. Transparencia.....	43
2.1.10. Mínimo de lagunas fiscales.....	43
2.1.11. Justicia.....	43
2.1.12. Armonización global.....	43
2.1.13. Flexibilidad.....	43
2.2. Sistemas de imposición más comunes.....	44
2.2.1. El impuesto sobre la renta de las personas físicas.....	44
2.2.2. Los impuestos locales y regionales sobre la renta a las personas físicas.....	45

2.2.3. Las contribuciones salariales a la seguridad social.....	45
2.2.4. Los sistemas de imposición de las empresas.....	45
2.2.5. Los sistemas de impuestos sobre el consumo.....	48
3. EL PANORAMA INTERNACIONAL DE LA FISCALIZACION DEL COMERCIO ELECTRONICO.....	55
3.1. Aspectos generales.....	55
3.2. Principales problemas que plantea el comercio electrónico.....	56
3.3. El panorama internacional.....	58
3.3.1. Iniciativas de las organizaciones internacionales.....	58
3.3.2. Enfoques nacionales.....	65
4. EL CONCEPTO DE ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO ELECTRONICO.....	67
4.1. Antecedentes históricos.....	67
4.1.1. Consideraciones teóricas.....	67
4.1.2. El origen del concepto de establecimiento permanente.....	69
4.2. Establecimiento permanente y comercio electrónico.....	71
4.2.1. La jurisdicción fiscal del comercio electrónico.....	71
4.2.2. El impacto de la revolución en las comunicaciones en el lugar de administración efectiva como regla para determinar la residencia de una sociedad.....	75
4.2.3. Lugar de administración efectiva en múltiples jurisdicciones.....	77
4.2.4. Atribución de ingresos a un establecimiento permanente que realiza transacciones de comercio electrónico.....	81
4.3. Tipos de ingresos en las operaciones de comercio electrónico.....	88
5. IMPUESTOS AL CONSUMO Y COMERCIO ELECTRONICO.....	98
5.1. Imposición indirecta.....	99
5.1.1. Aspectos generales.....	98
5.1.2. El lugar de consumo.....	99

5.1.3. La tributación de las actividades del juego.....	102
5.2. El “bit tax” o impuesto sobre bits.....	102
5.3. El impuesto sobre el valor agregado.....	103
5.3.1. Consideraciones teóricas.....	103
5.3.2. Provisión de bienes y de servicios.....	104
5.4. Opciones de recaudación.....	105
5.5. Tecnologías relevantes.....	106
5.5.1. Elementos tecnológicos.....	106
5.5.2. Verificación jurisdiccional.....	107
5.5.3. Los modelos de recaudación.....	109
6. PRECIOS DE TRANSFERENCIA.....	119
6.1. Antecedentes históricos.....	119
6.2. Concepto de precios de transferencia y objetivos generales.....	121
6.2.1. Concepto de precios de transferencia.....	121
6.2.2. Objetivos generales de las políticas de precios de transferencia.....	122
6.3. Métodos de precios de transferencia.....	123
6.3.1. Análisis para la determinación de precios de transferencia.....	123
6.3.2. Métodos de determinación.....	126
6.4. La metodología de precios de transferencia en el contexto del comercio electrónico.....	130
6.4.1. Aplicación del principio “arm’s length” en las operaciones de comercio electrónico.....	130
6.4.2. Aplicación de los métodos de precios de transferencia en la atribución de beneficios en las operaciones de comercio electrónico.....	133
7. LA ADMINISTRACION FISCAL EN EL ENTORNO DEL COMERCIO ELECTRONICO.....	137
7.1. Objetivos generales de las administraciones fiscales modernas.....	137
7.2. Gestión y control tributario.....	139
7.2.1. Obligaciones de registro.....	139

7.2.2. Relaciones entre la administración tributaria y los contribuyentes por medios electrónicos.....	140
7.2.3. Oportunidades y propuestas.....	141
7.2.4. Control tributario.....	146
7.3. Pequeñas y medianas empresas.....	148
7.3.1. Panorama internacional de las pequeñas y medianas empresas.....	148
7.3.2. Justificación de un régimen especial para las Pymes.....	150
7.3.3. Medidas propuestas.....	152

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

GLOSARIO

INTRODUCCION

A través de la historia, los adelantos tecnológicos y desafortunadamente también las guerras, así como las caídas de los grandes imperios han marcado las diferentes etapas de la misma. En la actualidad se dice que la humanidad vive en la era de la información, es decir, en una época donde el principal recurso es la información, en cuanto que esta es capaz de ser un elemento valioso en la toma de decisiones. En mucho ha influido al respecto la Internet, toda vez que esta red de redes es capaz de transmitir rápidamente datos de un confín del mundo al otro a la velocidad de un “click” del “ratón” de la computadora. Sus ventajas saltan a la vista, y es claro que representa una oportunidad que los hombres de empresa no desaprovecharán al utilizarla como un medio para comerciar y hacer negocios.

Hoy en día hay personas que consideran a dicha red como lenta, superficial, caótica, intelectualoide, hostil y como una gran pérdida de tiempo, ya que consideran que es un mundo que insulta a la gente que no conoce de computación. La realidad es que los números nos dicen que “el mercado de Internet, de acuerdo con Forrester Research será de más de 550 millones de usuarios en el año 2003 y el 70 % de las empresas efectuarán su abastecimiento vía electrónica”.¹

Dentro de este contexto, “el término de comercio electrónico es aplicado al grupo de prácticas y tecnologías de soporte que utilizan computadoras y telecomunicaciones para facilitar el flujo de información. Esto incluye tecnología de captura, proceso, almacenamiento, análisis, presentación, envío y comunicación de datos”.²

Hace algunos años se comentaba que hacer negocios en Internet era muy sencillo, puesto que no estaba regulada por ningún reglamento comercial, legal o arancelario. El único código que existía era el moral. Al respecto habría que señalar que el comercio electrónico

¹ FERRON Solís, Juan Manuel, “Negocio Eléctronico: más allá del e-business”, Contaduría Pública, núm. 342, Febrero 2001, México D.F., pp. 42-45

² GARCIA, José Julio, “Comercio Electrónico”, Prontuario de Actualización Fiscal, núm. 260, Agosto 2000, México D.F., pp. 120-125

es una nueva forma de hacer negocios y por tanto, de generar riqueza, en consecuencia los sujetos que vean incrementado su patrimonio a través de este tipo de actos o actividades, en principio deben ser sujetos pasivos de las cargas tributarias impuestas por las autoridades de la jurisdicción que resulte competente. Se debe recordar que la sumisión a las autoridades legítimas y el servicio del bien común, exigen de los ciudadanos que cumplan con su responsabilidad en la vida de la comunidad política, dicha sumisión exige moral y legalmente el pago de impuestos, entre otras responsabilidades.

Sin embargo, por otra parte, se habla de que las tecnologías de la comunicación han eliminado las fronteras. Como consecuencia, las operaciones fronterizas aumentan el riesgo de jurisdicciones fiscales inconsistentes y de que los contribuyentes estén sujetos al pago de impuestos quijotescos. De pronto, los contribuyentes se enfrentan con regulaciones fiscales basadas en conceptos desarrollados pensando en un mundo donde predominaban las transacciones físicas, pero ahora, un extranjero fácilmente puede llevar a cabo transacciones extensivas de bienes digitales, que de suyo son de naturaleza intangible, sin tener necesidad, por lo tanto, de localizarse físicamente en un país.

Aunque el comercio electrónico esta apenas en su infancia, hay consenso entre la comunidad empresarial internacional respecto a las enormes oportunidades que ofrece aquel. Simplemente hay que destacar que “el crecimiento de Internet ha sido relativamente rápido comparado con el de la televisión y la radio. Para alcanzar cincuenta millones de usuarios le tomó treinta y ocho años a la radio, trece a la televisión y cuatro a la Internet”.³

International Data Corporation estimó que las ventas de software en general superaron los 3,500 millones de dólares en 1999 y que para el año 2003 se podría alcanzar la cifra de 32,900 millones de dólares al año, y este tipo de actividad sólo es una entre tantas que se realizan bajo la infraestructura de la Internet.

³ NELLEN, Annette, Overview to Ecommerce Taxation. Guide to Understanding the Current Discussions and Debates, San José State University, http://www.cob.sjsu.edu/facstaff/nellen_a/, Octubre 2000, pp. 5-13

La realidad es que el mercado del siglo XXI requiere de un sistema fiscal del siglo más simplificado, que permita el desarrollo de la economía y la eficiencia gubernamental. Bien es conocido que la estrategia fiscal puede afectar la posición competitiva de una compañía en el mercado. Se necesita conocer el quién, el qué, el dónde, el cuándo, el cómo y el porqué de los impuestos, para diseñar la estrategia, es decir, necesitamos tener certeza jurídica de las consecuencias legales y fiscales de una decisión; y aunque los efectos fiscales no son por lo general el motivador principal de una estrategia de “e-business”, a la vez no pueden ser vistos en forma aislada.

Es evidente que en la era de la información lo que más está influyendo en un plano empresarial, es de naturaleza intangible. Los negocios del mundo digital tienen dimensiones no previstas por la mayor parte de la regulación fiscal existente, y por otro lado, se encuentra que el comercio electrónico es por definición global y las leyes fiscales son territoriales, por lo que se tiene un mundo en aparente conflicto.

Hay quien opina, por lo tanto, que aplicar los sistemas actuales fiscales al comercio electrónico sería desastroso, ya que consideran que dichos sistemas son complejos, ineficientes y que provienen de una economía obsoleta. Sin embargo, la mayor parte de los conceptos sobre los cuales se sustentan los sistemas fiscales actuales, han demostrado su utilidad por muchos años, por lo que suplantarlos por conceptos radicalmente nuevos sería partir de cero, y por lo tanto algo poco práctico.

El objetivo del presente trabajo de investigación no es encontrar formulas inamovibles que solucionen la cuestión de la fiscalización del comercio electrónico, sino simplemente demostrar que a partir del análisis de la incidencia de esta actividad en el ámbito fiscal y de la cooperación internacional, se puede lograr adaptar los conceptos fiscales actuales para aplicarlos a las nuevas tecnologías y lograr un cierto nivel de certeza legal respecto al tratamiento fiscal de este tipo de operaciones.

Debido a la naturaleza tan amplia de la cuestión fiscal, se han seleccionado los conceptos que resultan los más controvertidos bajo el contexto del comercio electrónico y que

requieren de una clarificación más urgente, esto es: establecimiento permanente, precios de transferencia, impuestos al consumo y la administración fiscal, entre otros, sin abordar directamente el tema de las aduanas, por considerarlo propiamente una cuestión más enfocada al área de comercio internacional. Por otra parte, el análisis de los temas se acomete principalmente desde un punto de vista internacional, ya que así se facilita la comprensión de los mismos, en virtud de que el comercio electrónico es una forma de hacer negocios global, por lo que requiere de un análisis que atienda a dicha peculiaridad.

Por tanto, se destaca la necesidad de la cooperación internacional entre las naciones para que los retos que representa el tratamiento fiscal del comercio electrónico deriven en oportunidades y en una simplificación de los sistemas fiscales, de forma que las autoridades faciliten el logro del bien común de sus gobernados. Lo anterior se ve reflejado en el trabajo que vienen desarrollando las administraciones fiscales de las principales economías del mundo, y de organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés), a la cual se citará constantemente en los próximos capítulos, de los cuales se hablará brevemente en los siguientes párrafos.

El primer capítulo pretende mostrar un panorama general de lo que es la Internet, el funcionamiento del comercio electrónico; mientras que los capítulos segundo y tercero, versarán respectivamente sobre los sistemas de imposición más comunes a escala internacional y las principales iniciativas de fiscalización del comercio electrónico que se llevan a cabo en estos tiempos. Lo anterior con la finalidad de permitir al lector comprender el análisis más complejo a desarrollar en los siguientes capítulos, ya que así lo sugiere la fórmula aristotélica: “Nada está en la inteligencia que primero no haya pasado por los sentidos”.

El cuarto capítulo versará sobre el concepto de establecimiento permanente a la luz de la actividad electrónica, ya que mediante ese análisis se podrá determinar si existe o no, fuente de riqueza en una jurisdicción como consecuencia del comercio digital, ya que aún se discute si un sitio “web” en la Internet, constituye por sí solo establecimiento permanente.

El quinto capítulo tratará sobre una de las principales fuentes de recaudación en los países del orbe, los impuestos al consumo y el cómo aplicarlos al comercio electrónico.

En el sexto capítulo se podrá encontrar información acerca de los precios de transferencia y su relación con el comercio electrónico. Este tópico por sí solo podría ser motivo de un extenso trabajo adicional debido a su complejidad e importancia, pero esta investigación se limitará a mostrar un panorama general sobre el tratamiento que debe darse a las operaciones digitales y al análisis de riesgo y el control de las mismas, para evitar deriven en una fuente de evasión y elusión fiscal.

En el último capítulo se destacarán las principales oportunidades y riesgos para las administraciones fiscales, consecuencia de la expansión del comercio electrónico.

Con el propósito de presentar la información más novedosa y actualizada referente a los temas señalados, se ha seguido la evolución de los diferentes foros de discusión sobre comercio electrónico de los últimos años, a través de la propia Internet, asistencia a conferencias, lectura de material didáctico y artículos especializados, así como charlas informales con expertos en la materia, con la finalidad de contar con información de vanguardia y de primerísimo nivel.

Finalmente no se debe olvidar que una fiscalización precipitada y mal planeada sobre esta actividad, puede asfixiar y aniquilar el desarrollo del comercio electrónico y por lo tanto echar por la borda una excelente oportunidad de crear prosperidad y bienestar económico y social en una nación, en especial para países como México, que requieren de sistemas fiscales acordes con los objetivos macroeconómicos y de apertura comercial exigidos por los tiempos modernos.

1. INTERNET Y COMERCIO ELECTRONICO

1.1. Historia de Internet. La red de redes

Generalmente se relaciona al comercio electrónico con la red de computadoras más grande a escala mundial, la Internet, y es que en verdad, que gran parte del auge del comercio electrónico se debe a la actual popularidad de la Internet; sin embargo, es importante señalar que el comercio electrónico no es una actividad limitada a transacciones en la Internet, ya que aquél involucra un sinnúmero de transacciones distintas, realizadas por las computadoras por medio de redes privadas que comprenden, entre otras, las compraventas de productos y/o servicios, transferencias electrónicas de fondos, intercambio electrónico de datos, por mencionar algunas; pero en virtud de la estrecha relación entre el comercio electrónico y la Internet, debido a que ésta es una red pública y global de computadoras, sobre la cual la información digital y los productos pueden ser distribuidos, razón por la cual en los siguientes párrafos se tiene una breve historia de la red Internet y en general de sus principales aplicaciones.

“La frase supercarretera de la información era desconocida hasta 1969 cuando el hombre llegó a la luna”.⁴ La madre de la Internet fue desarrollada por una docena de científicos miembros de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA en inglés) en los Estados Unidos (EEUU), la orden era desarrollar una red de computadoras que pudiera transmitir información a largas distancias. En septiembre de 1969, el sistema fue sometido a una prueba entre computadoras de las universidades de UCLA y Stanford, ambas en el estado de California, y la prueba se completó exitosamente.

“Para 1971 había más de veinte sitios o nodos, un año después el primer correo electrónico fue enviado”.⁵ La demanda en el uso de la red creció muy pronto, de tal modo que las instituciones conectaron sus redes locales a “Arpanet”, esto permitiría que todas las computadoras de esa red local tuvieran acceso a los recursos de “Arpanet”, esta era una red

⁴ O'MALLEY, Chris, "Drowning the net", Popular science, Junio 1995, pp. 78-87

⁵ Ibidem

experimental diseñada al principio para fines militares, en particular para resolver la cuestión de cómo construir redes que pudieran resistir a una guerra nuclear y seguir funcionando.

“En 1983 las funciones civiles y militares de Internet fueron separadas con la creación de “Milnet”, que se ocupó de asuntos militares, en tanto “Arpanet” transportaba datos de investigación correspondientes a otros campos de acción”.⁶ A mediados de los años ‘80 la NSF (“National Science Foundation”; Fundación Científica Nacional), una agencia del gobierno de EEUU, creó la “Nsfnet”. La NSF hizo posible que los recursos de “Arpanet” estuvieran al alcance de cualquier centro de investigación universitario. Repentinamente estas escuelas tenían en sus manos un mundo de datos y colaboradores.

“El tráfico en la red se incrementó hasta que las computadoras que controlaban la red y las líneas telefónicas se sobrecargaron. En 1987, se adjudicó el contrato para manejar y actualizar la red a la compañía Merit Network Inc. con la participación de la universidad de Michigan, IBM y el MCI. La red fue actualizada con líneas telefónicas más rápidas y computadoras más veloces”.⁷

De este modo, Internet pudo continuar adelante, pues de otro modo, si no hubiera sido actualizada, habría sido condenada al fracaso, en virtud de que no hubiera respondido a las necesidades y requerimientos de los usuarios en forma efectiva. Aquí es importante señalar lo siguiente: “la NSF promocionó el acceso a todos los centros educativos, permitiéndoselos sólo si se comprometían a motivar y permitir el acceso en todas sus áreas. Así cualquier estudiante universitario se pudo convertir en usuario de Internet”.⁸

Una vez que el contrato de la red pertenecía al grupo Merit, éste trabajó junto con la compañía telefónica MCI y la empresa de computadoras IBM, con el objetivo de lograr la expansión y mejora del acceso nacional a alta velocidad.

⁶ Ibidem

⁷ UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA, *Internet*, pp.3-7

⁸ Ibidem

Para 1990, la “Nsfnet” había tomado el lugar de “Arpanet”, y esta última había quedado discontinuada. Se creó la red NREN que utilizaría a la “Nsfnet” como su base. Algo importante, sin embargo, es que la NREN fue establecida en forma específica para reunir organizaciones gubernamentales y comerciales, lo que vino a significar que la política no comercial de “Nsfnet” desapareciera en su mayor parte.⁹

Mientras ocurría todo esto, otras organizaciones, viendo lo que podría representar la red en un futuro, empezaron a interesarse en las redes globales y surgieron las redes: Csnnet (“Computer Science Network”) y “Bitnet” (“because it’s time”; porque ya era hora). Las dos anteriores redes trabajaron para lograr su unión, a pesar de que las dificultades técnicas eran considerables, para luego unirse a NREN.

Con la finalidad de no quedarse atrás, en otras partes del mundo decidieron conectarse a la red emergente. Canadá estableció el “Ca*net” y el “Netnorth”, el primero corresponde aproximadamente al “Nsfnet”, y el segundo a “BITnet”. Europa creó “EARN” y “Eunet”, “El término Internet se refería originalmente a los experimentos de ARPA en redes internacionales, pero se convirtió virtualmente en la abreviatura del trabajo en red internacional (en forma popular, sí no es que oficialmente)”.¹⁰

En todo lo anterior hay que reconocer el mérito y la labor de cada una de las compañías o grupos que hicieron posible el desarrollo de Internet, pero en especial a los creadores de “Arpanet”, que tuvieron la visión “cuando las computadoras estaban todavía conectadas con aparatos que semejabán tubos de aspiradora, los “arpanautas” entendieron que esas máquinas no eran sólo dispositivos de cómputo, sino mucho más. Las computadoras estaban destinadas a ser las más poderosas herramientas de comunicación en la historia”.¹¹

A continuación se describen las principales redes que conforman a Internet, y otras que no pertenecen, pero que tienen acceso por medio de correo electrónico:

⁹ RANDALL, Neil, Aprendiendo Internet en 21 días, pp.35-41

¹⁰ Ibidem

¹¹ O’MALLEY, Chris, Op. cit.

- ❖ “Arpanet”. Primera red de paquetes que permitió conectar computadoras heterogéneas. En 1984 se dividió en dos partes: “Arpanet”, para propósitos de investigación; y “Milnet”, que provee soporte operativo no clasificado para usuarios militares.
- ❖ “Nsfnet”. Descendiente de “Arpanet”. Se trata de una red de redes jerárquica, entre las cuales hay representantes de colegios y universidades.
- ❖ “Milnet”. Red separada en 1984 de “Arpanet”, es soportada por el Departamento de Defensa de los EEUU; se comunica con la “Nsfnet”/Internet, aunque sus fines sean militares.
- ❖ “Bitnet”. Se trata de una red mundial académica que soporta correo electrónico, listas de interés y una forma de transferencia de archivos.
- ❖ “Usenet”. Es una red de cobertura internacional, siendo un sistema de transmisión de noticias. No existe una organización administrativa para “Usenet”, la organización que desea unirse tiene que conectarse a través de otro nodo que ya pertenece a esa red.
- ❖ “NASA Science Internet”. Está integrada por redes de la NASA, que unidas forman una red mundial.
- ❖ “Esnet”. Perteneció al Departamento de Energía de EEUU y se interconecta a Internet. Su uso es restringido a proyectos patrocinados por el Departamento mencionado.

1.2. Herramientas de Internet

Internet cuenta con una serie de herramientas que facilitan su utilización, estas herramientas no son más que programas que permiten “navegar” por la red en busca de información, o en caso contrario, para enviarla, ninguno es mejor que otro, simplemente uno será mejor que otro dependiendo de las necesidades y gustos del usuario, aunque algunos sean de uso más popular que otros. A continuación, en los numerales siguientes, se analizarán las herramientas más importantes de Internet, con el fin de tener una idea general sobre cada una de ellas.

1.2.1. Correo electrónico. El correo electrónico es un servicio que consiste sencillamente en el envío y recepción de mensajes a través de una red de computadoras. En lugar de escribir un mensaje, meterlo en un sobre y depositarlo en un buzón, este mensaje se tecléa en una computadora y se envía a través de Internet a cualquier persona y en cualquier parte del mundo. Las ventajas que ofrece el correo electrónico son obvias: es muchas veces más barato que el servicio postal o una llamada telefónica; es rápido, pues los mensajes llegan en cuestión de segundos o minutos. En el correo electrónico no es necesario que las computadoras emisora y receptora se comuniquen directamente entre sí, sino que usan una serie de ruteadores para hacer que el mensaje llegue a la computadora destino.

En general un mensaje de correo electrónico consiste de un encabezado y de un texto. El texto es en sí el mensaje que se está enviando, y el encabezado contiene todo lo necesario para enviar el mensaje al destinatario, o bien, para devolverlo al remitente. En la práctica, por lo regular, el encabezado contiene una línea sobre el asunto ("subject") del mensaje, así cuando se revisa la correspondencia se despliega el asunto de cada mensaje para dar una idea de lo que trata, si no se utiliza la línea de "subject" al enviar mensajes, no hay esperar que el mensaje sea leído, a menos que el usuario sea una persona de confianza o con bastante tiempo libre para leer su correo.

"Cada usuario en el sistema tiene un buzón en donde recibe el correo electrónico que otros usuarios le envían. Para enviar correo electrónico a una persona en particular se acostumbra a escribir el nombre del usuario seguido de una arroba (@) que significa algo así como que tiene su buzón en ("at"), seguido de la dirección".¹² Ejemplo: si se envía un correo a billg@microsoft.com, quiere decir que será recibido por Bill Gates de Microsoft, que es una empresa comercial; y si se envía a president@whitehouse.gov, será recibido por George W. Bush que trabaja en la Casa Blanca, que, como se conoce, pertenece al gobierno de Estados Unidos.

¹² Ibidem

1.2.2. Listas de correo. Algo muy utilizado en Internet es la comunicación colectiva entre grupos de personas con intereses comunes por medio de listas de correo, en donde todos los suscriptores a ella reciben mensajes electrónicos sobre un determinado tema, que envían cualquiera de sus suscriptores. Estos usuarios, entre los que habrá seguramente representantes de los cinco continentes, recibirán diariamente en sus buzones electrónicos, los mensajes que cualquiera de ellos envíe a un servidor encargado de distribuir los mensajes a todos los demás.

La cantidad de información es casi ilimitada, y si aún se cree que no se encontrará algo, la verdad es que siempre habrá caminos para hacerlo. Cuando alguien se suscribe a una lista de correo por lo general le envían una confirmación con la FAQ (“frequently asked questions”) o preguntas más comunes sobre esa lista y/o sobre el tema. Ahí se encontrará también como cancelar el servicio.

1.2.3. “World Wide Web” (WWW ó 3W). En marzo de 1989 un equipo de científicos del Centro Europeo de Investigaciones Nucleares (CERN, por sus siglas en inglés) comandados por Tim Berners-Lee, propusieron un proyecto que permitiera a los grupos de científicos de todo el mundo compartir información. Este proyecto recibió el nombre de “World Wide Web”. Uno de sus primeros frutos fue la creación del estándar HTML (“hypertext markup language”; lenguaje mejorado de hipertexto) para producir documentos hipertexto, es decir al pulsar con el “mouse” dentro de un menú una palabra o un gráfico, esto envía a otro menú y así sucesivamente hasta que se encuentra la información buscada.

Conforme el proyecto se diseminó a lo largo del mundo, surgieron nuevos grupos de colaboradores, en especial el Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputadoras (NCSA, por sus siglas en inglés) de la universidad de Illinois, el cual desarrolló una interfase multiplataforma para el proyecto “Web” que, además de leer archivos con el formato HTML, permitiría desplegar gráficos e incluso audio en las computadoras clientes. Este software denominado Mosaic, revolucionó el concepto del proyecto, pues lo convirtió en una herramienta hipermedia, con lo que la navegación por Internet se convertía en una experiencia totalmente nueva e interactiva.

El WWW es el servicio de información más reciente de Internet, y se diseñó como vimos anteriormente, para explotar al máximo la capacidad de las computadoras PC, Mac, Work Stations, etc., y sus ambientes gráficos. El ambiente gráfico, sumado a los textos, hacen al WWW ideal para mostrar información, de tal forma, que consultar páginas WWW sea lo mismo que consultar una revista electrónica. Es el medio ideal para difundir información de universidades, servicios o vender a través de Internet. Su sencillez de consulta y riqueza de información ha provocado que sean más los usuarios que se suman a Internet debido a este servicio, el cual promete ser el que predomine en Internet, y ya lo está logrando a unos cuantos años de su creación.

La computadora que accesa el servicio WWW debe tener recursos suficientes, ya que no depende para nada de un "host" (computadora principal). Debe contar con:

- ❖ Un procesador veloz (digamos x486 de 33Mhz mínimo).
- ❖ Monitor de alta resolución a color (super VGA a color a .28 mínimo).
- ❖ Disco duro de alta velocidad y de alta capacidad (250 MB mínimo).
- ❖ Memoria RAM suficiente para ejecutar Windows (al menos 4MB).

EL WWW además de localizar y acceder información en sistemas de cómputo de forma interactiva, puede desplegar texto, gráficas o imágenes fotográficas desde un sistema remoto o reproducir sonido, y desplegar grabaciones de vídeo y de audio almacenados en una computadora remota.

1.2.4. Mosaic. Es una herramienta interdisciplinaria para la búsqueda de recursos de información en la Internet, fue creado por el Centro Nacional de Aplicaciones de Cómputo (NCSA). Es capaz de desplegar diferentes modos de información como vídeo, texto, gráficas y reproducir vídeo; asimismo, controla la pantalla del usuario y manipula la información multimedia usando el "ratón". Concretamente, Mosaic es un hojeador gráfico de WWW para sistemas X Windows, Macintosh, Microsoft Windows y Amiga; a menudo es empleado como sinónimo de WWW, aunque eso es incorrecto.

1.2.5. Próspero. Permite a los usuarios organizar grandes volúmenes de información disponibles en las redes. El sistema de archivos de Próspero ofrece una visión global de archivos dispersos a través de Internet.

1.2.6. Gopher. “Gopher es un sistema diseñado para proporcionar información diversa acerca de una gran cantidad de temas dentro de Internet. Es un medio que ayuda a efectuar búsquedas en grandes bases de información, formadas por todos los servidores Gopher que encontramos en Internet”.¹³ Gopher fue desarrollado en la universidad de Minnesota y comenzó a funcionar como un servidor de distribución de información interna en el campus de la universidad; se le dió el nombre de Gopher (topo), debido a que al igual que los topos su función principal consiste en “ir por” cosas o información. Es en Minnesota donde se ubica el principal servidor Gopher del mundo, el cual tiene registrados a todos los servidores Gopher del mundo.

Gopher despliega la información a través de menús jerárquicos, es decir, muestra una lista de tópicos, de los cuales se puede seleccionar el que se desee, y Gopher llevará hasta él sin importar el lugar donde se encuentre y sin la necesidad de que se conozca la dirección, ya que Gopher localiza a la computadora, efectúa una conexión hacia ella y obtiene la información del Gopher, la cual se muestra enseguida en la computadora. Por esto se dice que Gopher es información disponible a través de menús. Es una herramienta muy poderosa y sencilla de utilizar; una vez que se llega a un Gopher, se tiene acceso a todos los demás, ya que siempre se encuentra una opción en el menú que indica “otros Gophers”, pero lo más probable es que se brinque de Gopher en Gopher sin ni siquiera notarlo, ya que todos están interconectados entre sí. A todos los servidores Gopher, sus recursos de información y a todos los recursos de Internet que pueden contactar se les conoce como “Gopherspace” (espacio Gopher).

1.2.7. Verónica. Es una herramienta de localización que permite realizar búsquedas basadas en palabras clave en directorios y archivos de Gopher. Verónica surgió ante la necesidad de resolver el problema de que con tantos y tantos Gophers, la búsqueda de la información requerida se convertía en un proceso sumamente lento. Por ello nació Verónica, para

¹³ Ibidem

automatizar la localización de información en Gophers. Por lo general a Verónica se le encuentra dentro de los Gophers en la opción “otros Gophers”. Lo único que hay que hacer es indicar la palabra o tema a buscar, y en unos segundos Verónica dará la respuesta.

1.2.8. “File Transfer Protocol” (FTP). El FTP o protocolo de transferencias de archivos es una herramienta sumamente importante que permite transferir archivos entre computadoras remotas. Su uso más popular en Internet es como “FTP anónimo”, en el que se conecta o registra de entrada en un sistema remoto, usando “anónimo” como nombre de registro y tecleando, como contraseña, su dirección. Con un FTP anónimo no se requiere tener una cuenta de usuario en la máquina remota para tener acceso a ciertos archivos. Cualquier archivo puede ser transferido por FTP: textos, imágenes, sonidos, vídeo, programas para cualquier tipo de computadora y de cualquier tamaño. Una vez que se utiliza un FTP anónimo se tiene a disposición millones de programas de cómputo gratuitos, los cuales solo faltarían descargar en la computadora.

1.2.9. Archie. Es un sistema de búsqueda que permite localizar archivos que luego se pueden recuperar vía FTP anónima. “Es una herramienta que sirve para realizar búsquedas sobre una base de datos para localizar información disponible en Internet”.¹⁴ El sistema se integra en dos partes: la primera es un manejador que da mantenimiento a bases de datos, el cual automáticamente rastrea la información disponible a lo largo de la red y la almacena en el nodo local de Archie; la segunda permite el acceso al usuario del servidor de Archie para consultar la información que se requiera en la base de datos.

1.2.10. Telnet. Cuando surgió el proyecto “Arpanet,” el objetivo era poder intercambiar información para el desarrollo de proyectos y el uso remoto de las computadoras para optimizar los recursos de cómputo. Para esto se desarrolló Telnet (uso remoto de las computadoras en la red), a través del cual se establece una sesión de trabajo con una computadora con sistema operativo UNIX, que tiene las características de multiusuario y multiproceso. En pocas palabras Telnet es una opción que permite realizar una conexión

¹⁴ MAYO, Laura, “Internet: la versatilidad de una red en beneficio del usuario”, *Red*, núm. 42, pp. 11-14

remota a otras computadoras que están conectadas a Internet: universidades, bases de datos, bibliotecas, servicios “on line”, boletines electrónicos, etc.

La conexión es instantánea y en tiempo real sin importar la distancia. Es mas, al conectarse a un sistema en el mismo edificio o a un sistema al otro lado del mundo cuesta igual y tarda quizá sólo unas fracciones de segundo más. “Con Telnet las barreras de tiempo, distancia y costo quedan atrás”.¹⁵ Para hacer Telnet, lo único que se necesita es indicar la dirección electrónica del lugar.

1.3. Otras herramientas de Internet

Las herramientas definidas anteriormente, aunque son las más importantes, no son las únicas, pero por otra parte pretender dar a conocer todas las herramientas con que cuenta Internet podría resultar sumamente aburrido para el lector y transformaría la investigación que aquí se presenta en una enciclopedia de varios tomos. Por eso sólo se citaron las herramientas anteriores, dado que son realmente las más importantes y conocidas, pero además es conveniente mencionar las que se mostrarán a continuación, porque aunque no tienen la importancia de las anteriores, si es necesario conocerlas o tener presente su existencia, y son las siguientes:

1.3.1. Wais. Fue desarrollado por Dow Jones, Apple, Thinking Machines Corp. y KPMG. Es utilizado para el descubrimiento y recuperación de forma fácil.

1.3.2. Whois. Es un programa que permite la búsqueda de información sobre un directorio Internet de páginas blancas donde se almacena todo lo relacionado a usuarios, nodos y redes.

1.3.3. Cello. Es un hojeador gráfico WWW de Microsoft; un competidor de Mosaic.

1.3.4. Lynx. Hojeador basado en caracteres de WWW para sistemas Unix.

¹⁵ Cfr. “Herramientas y ejemplos”, Op. cit., nn. 2

1.3.5. Kermit. Protocolo y programa común que permite transferir archivos entre una computadora personal y la computadora anfitriona.

1.3.6. URL. El localizador universal de recursos es un sistema de direccionamiento estándar para archivos y funciones de Internet, especialmente patente en WWW.

1.4. Realidades de la Internet

La Internet reúne una serie de características muy particulares, que son importantes de considerar en cualquier análisis que la involucre como plataforma del comercio electrónico, por lo que se muestran los siguientes puntos:

- ❖ La Internet es un recurso público, “prácticamente cualquiera puede participar en la Internet como un negocio, efectuando solamente una inversión modesta de entrada. Las oportunidades para anunciar nuevos productos y servicios y de llegar a clientes y socios potenciales son muy abundantes”.¹⁶
- ❖ Alcance global, es decir, el colapso de grandes distancias, restando importancia a las fronteras (no olvidar que se deben tomar en cuenta las leyes y costumbres de los países donde están disponibles los productos).
- ❖ Propiedad compartida, “ninguna empresa, sociedad, asociación o persona es propietaria de la Internet. Esta se ha desarrollado por colaboración, no por diseños propiedad de alguien”.¹⁷ La propiedad compartida también significa, no obstante, que la Internet tenga algunas características raras, especialmente en las áreas de seguridad y confiabilidad.
- ❖ Flexibilidad, en virtud de que existen pocas limitantes a las características de los sistemas de cómputo y de comunicaciones para que se puedan conectar a la red.

¹⁶ SENN, James, “La Revolución del E-Commerce”. *Actualización Gerencial ICAMI*, núm. 78, pp. 6-9

¹⁷ *Ibidem*

- ❖ Ventajas de costo, puesto que el costo de realizar negocios en Internet es muy modesto. El requerimiento principal es crear un sitio de negocios, generalmente en la porción “World Wide Web” de la Internet.
- ❖ Los usuarios de la Internet, en su gran mayoría son personas con más recursos económicos en relación con los que no tienen acceso a la Internet.

Esto nos lleva a entender porqué la Internet rompe con muchos de los paradigmas de la sociedad, los negocios y los gobiernos. No debe, por tanto, sorprender las dificultades en que se ven inmersos los profesionales de diversas áreas, acostumbrados a lidiar con conceptos de naturaleza tangible, al enfrentarse a este nuevo mundo de lo intangible.

1.5. El esquema del comercio electrónico

1.5.1. ¿Qué es el comercio electrónico?. Existe una gran cantidad de definiciones de lo que se entiende por comercio electrónico, la mayor parte muy válidas, pero la más completa para propósitos de esta investigación es la siguiente: “el comercio electrónico puede ser definido como la entrega de información, productos, servicios o pagos por teléfono, computadora u otros medios automatizados”.¹⁸ El comercio electrónico puede incluir transacciones de detallistas que se dan a través de teléfono, fax, máquinas bancarias automatizadas (ABM), tarjetas de crédito, tarjetas de débito, compras por televisión, redes informáticas de seguridad privada de intercambio electrónico de datos, la proveeduría de servicios gubernamentales y de negocios a través de Internet.

El interés actual que existe por el comercio electrónico, se debe en gran parte al hecho de que los consumidores empiezan a cuestionar el valor ofrecido por los canales de distribución actuales. Los incrementos que se dan entre manufactureros, vendedores, distribuidores, detallistas y consumidores pueden añadir hasta un 135 % al costo de los bienes adquiridos por los consumidores finales. En contraste, cuando los consumidores negocian directamente con

¹⁸ THE ADVISORY COMMITTEE ON ELECTRONIC COMMERCE OF CANADA, Electronic Commerce and Canada's Tax Administration. A Report to the Minister of National Revenue, <http://www.rc.gc.ca/ecomn/>, Abril 1998, pp. 6-13

los manufactureros, el incremento puede representar tan sólo el 10 %, de acuerdo con la empresa Cyber Management.

“Es indudable que en plena globalización el comercio electrónico es una pieza clave para el desarrollo económico de cualquier país, teniendo en cuenta que dentro de los 250 millones de cibernautas existen 75,000 compradores potenciales diarios”.¹⁹ Simplemente hay que considerar las siguientes estadísticas:

- ❖ “Actualmente se venden diariamente en el mundo más computadoras personales (PC’s) que las que existían en éste en 1975”.²⁰
- ❖ El sistema de juegos de vídeo Sony Play Station utiliza un procesador de mayor performance que el original de la supercomputadora Cray, la más poderosa del mundo en el año de 1976.
- ❖ La tarjeta electrónica que muestra una felicitación de cumpleaños, tiene más poder de computo que el existente en el mundo entero en 1950.
- ❖ “Más del 80 % de los directores de más alto rango de las empresas más grandes del mundo, esperan que el comercio electrónico transforme significativamente la manera en que sus empresas compitan en su industria”.²¹

1.5.2. ¿Cómo funciona el proceso del comercio electrónico? El comercio electrónico en su esencia, tal y como se definió, es un tipo de comercio y en consecuencia básicamente consiste en comprar, vender y permutar, así como en tener trato y comunicación con otras personas. Es decir, tienen que existir dos partes negociadoras, un objeto de comercio y un precio sobre el mismo. A grandes rasgos los pasos a seguir en una típica operación de comercio electrónico serían los que se enumeran continuación:

¹⁹ GARCIA, José Julio, *Op. cit.*

²⁰ THE ADVISORY COMMITTEE ON ELECTRONIC COMMERCE OF CANADA, *Op. cit.*

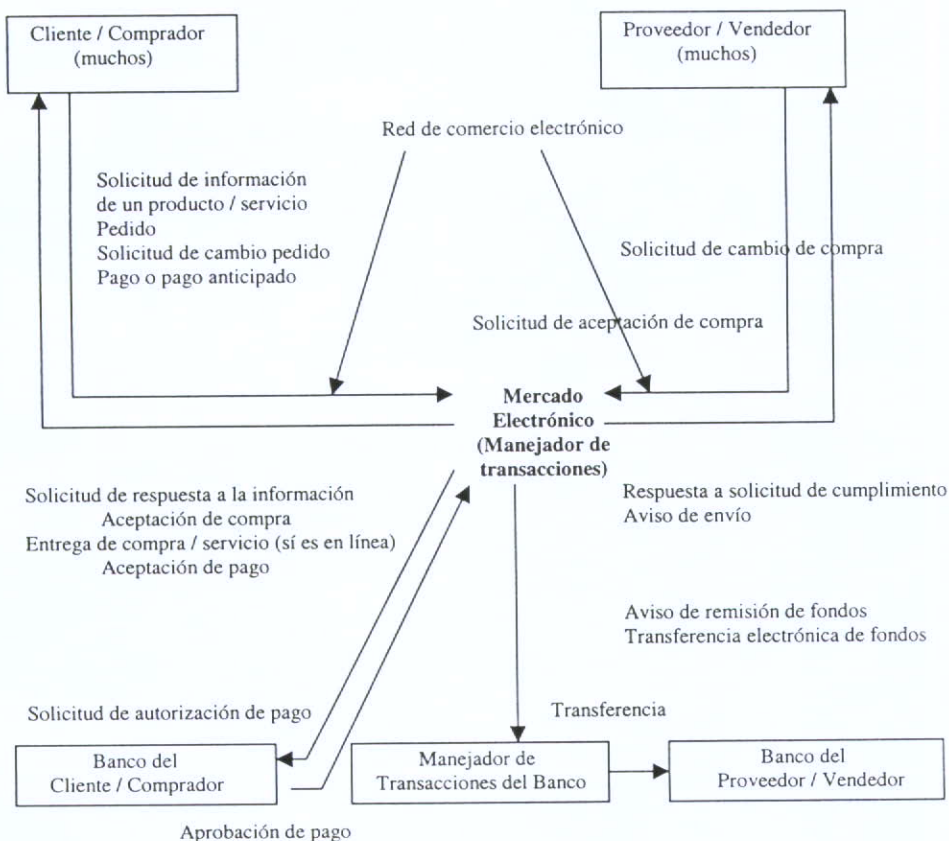
²¹ SENN James, *Op. cit.*

- 1) Un usuario navega por Internet buscando bienes y servicios observando que sitios están certificados como seguros (se supone que el sujeto del ejemplo tiene un cierto nivel de prudencia valorativa del riesgo).
- 2) El usuario localiza un sitio que ofrece un producto que le interesa, verifica el precio y decide hacer la compra.
- 3) El comprador introduce sus datos personales y bancarios en el formato de requisición de compra del sitio del vendedor, así que envía la información encriptada (ya se explicará en su momento en qué consiste el encriptamiento) y la envía al comerciante.
- 4) La tienda virtual recibe la información del comprador, la envía al banco y a los emisores de la tarjeta de crédito o de débito, para verificar la validez de la información y que el banco autorice la operación.
- 5) Una vez autorizada la operación, el comprador envía los datos a la agencia certificadora (ver punto 1) para verificar usuario y empresa.
- 6) El vendedor envía los bienes.

Lo anterior de forma gráfica y con mayor detalle, conforme al esquema de mercados electrónicos del investigador James Senn, sería como se muestra en la página siguiente:

Figura 1.1.

Esquema de mercados electrónicos



1.5.3. Beneficios e inconvenientes del comercio electrónico. Es importante recalcar que: “el comercio electrónico representa un nuevo canal de ventas para todos aquellos que decidan utilizarlo, haciendo hincapié en que esto más que tecnología son negocios”.²² De acuerdo con el Ministerio de Hacienda de España, el comercio electrónico permite la penetración de la globalización económica en las estructuras sociales, lo que autoriza a calificarlo como

²² GARCIA, José Julio, *Op. cit.*

fenómeno trascendente y taumatúrgico por sus potencialidades de influir en las relaciones sociales y económicas.

En resumen, los beneficios para una empresa que desarrolla actividades de comercio electrónico son los siguientes:

- ❖ Presencia las veinticuatro horas y los trescientos sesenta y cinco días del año.
- ❖ Ventaja competitiva, ya que no todos los competidores se encuentran en la Internet.
- ❖ Reducción de costos.
- ❖ Mejoría en la relación con los clientes.
- ❖ Mayor difusión de productos y servicios.
- ❖ Nuevas formas de venta y distribución.

Por otra parte, es indudable que existen inconvenientes, derivados principalmente del hecho de que el comercio electrónico aún se encuentra en su infancia, por lo que no es de extrañarnos que los puntos mostrados a continuación se señalen frecuentemente como tales a la hora de llevar a cabo este tipo de actividades:

- ❖ Diseños de páginas electrónicas inadecuados o no significativos.
- ❖ La velocidad, ya que a mayor rapidez del sistema implica mayor costo.
- ❖ La incertidumbre respecto a las cuestiones de seguridad y protección.
- ❖ Conocimientos insuficientes ante la evolución de la tecnología.
- ❖ La carga que representa la administración del proyecto por la necesidad del constante monitoreo de cambios y ajustes.

1.6. Tipos de comercio electrónico

1.6.1. Clasificación general. El comercio electrónico comprende tanto el directo mediante entrega por la Internet, en formato digitalizado, de bienes intangibles (comercio “online”) como el indirecto (comercio “offline”), que consiste en el pedido electrónico de bienes tangibles. A su vez, puede establecerse una clasificación en función de los agentes

intervinientes. Así se distingue entre las operaciones que se practican entre empresas (“Business to Business” o B2B), entre empresas y consumidores (“Business to Consumer” o B2C) o viceversa (“Consumer to Business” o C2B), entre consumidores (“Consumer to Consumer” o C2C), entre empresas y administraciones públicas (“Business to Government” o B2G), ect. Las dos primeras categorías, B2B y B2C, son las más conocidas y las que se considerarán para efectos del análisis posterior de las iniciativas de fiscalización del comercio electrónico.

Desde el punto de vista del valor de las operaciones que se realizan, el B2B supera con creces al B2C, ya que este último representa tan solo una pequeña fracción de las operaciones de comercio electrónico desde el punto de vista monetario, aunque no así desde la perspectiva del número de operaciones. Por otra parte, el tipo de transacción electrónica que es la más susceptible para la evasión fiscal y que requiere de una solución de recaudación fiscal es la de productos virtuales vendidos de empresas a consumidores.

Es importante considerar que la forma básica en que los consumidores accesan a Internet para la compra de productos virtuales es a través de computadoras o televisores interactivos, y con el tiempo a través de dispositivos móviles, aunque la mayoría de los productos virtuales no están diseñados para ser descargados en los teléfonos móviles actuales.

Por otro lado, existe una clasificación teórica del B2B que se comentará con mayor detalle en el siguiente numeral.

1.6.2. Clasificación de las operaciones “Business to Business” (B2B). Dos son las formas del comercio electrónico B2B: los sistemas interorganizacionales y los mercados electrónicos.

- **Sistemas interorganizacionales.** “Mediante los sistemas interorganizacionales los compradores y vendedores se ponen de acuerdo para realizar transacciones comerciales de

rutina sin tener necesidad de la negociación directa para cada transacción”.²³ Dentro de los tipos de sistemas interorganizacionales se tienen:

- ❖ Intercambio electrónico de datos (EDI). Intercambio de computadora a computadora (o de aplicación a aplicación) de documentos de negocios de formato estándar, transmitidos por redes de computadoras donde los sistemas de traducción superan las diferencias en la tecnología de información usada por los socios de negocios.
 - ❖ Transferencia electrónica de fondos (EFT). Intercambio automatizado de dinero entre socios de negocios en una transacción comercial, o entre bancos que representan socios de negocios responsables de cerrar operaciones comerciales.
 - ❖ Formas electrónicas. Llenado en línea y transmisión de formas de negocio (por ejemplo) que el receptor puede redireccionar al departamento interno para el procesamiento adecuado.
 - ❖ Mensajería integrada. Entrega de correo electrónico y documentos fax mediante un sistema de transmisión electrónica; puede incluir la combinación de EDI, correo electrónico, y formas electrónicas de transmisión.
 - ❖ Bases de datos compartidas. Información almacenada en dispositivos para compartir con socios comerciales y accesible a todos; estas bases de datos se usan con frecuencia para reducir el tiempo transcurrido en comunicar información entre socios, así como para arreglar actividades cooperativas entre ellos.
-
- **Mercados electrónicos.** “Un mercado es una red de interacciones y relaciones donde se intercambia información, productos, servicios y pagos. Cuando el mercado es electrónico, el centro de negocios no es un edificio físico, sino más bien una ubicación basada en la Internet donde ocurren las interacciones de negocios”.²⁴

²³ SENN, James, Op. cit.

²⁴ Ibidem

1.7. Mecanismos y herramientas de pago electrónico

1.7.1. Aspectos generales. Los potenciales consumidores de productos comercializados electrónicamente tienden a desconfiar de las adquisiciones vía Internet, ya que no les es fácil confiar plenamente en un comerciante al cual no ven físicamente y sobre todo, temen el proporcionar información confidencial, en especial de sus tarjetas de crédito. Sin embargo, la tecnología moderna en cuestiones de seguridad electrónica en realidad es bastante confiable, siempre y cuando los comerciantes hayan implantado los sistemas adecuados, al grado de que se puede decir que es por mucho más inseguro el entregar la tarjeta de crédito al mesero de un restaurante y perderla de vista por un instante, que el efectuar compras por Internet.

1.7.2. Herramientas utilizadas en los sistemas de pago electrónico. Existen una gama de programas y sistemas, que permiten garantizar individualmente o en conjunto con otras herramientas un nivel aceptable de seguridad e integridad en las transacciones electrónicas, así que se explicarán algunos de los más importantes así como ciertos conceptos básicos útiles para comprender posteriormente los mecanismos de pago electrónico.

- **Protocolo SET (“secure electronic transaction”).** Desarrollado por MasterCard y Visa como medio de pago seguro y de transmisión de datos de las tarjetas de crédito por medio de: confidencialidad mediante encriptamiento de la información; integridad de los datos mediante el uso de firmas digitales, de las cuales se tratará posteriormente; autenticación del poseedor de la tarjeta y del mercader mediante firmas digitales y certificados.

A la parte que autoriza y procesa la información se le conoce con el nombre de “payment gateway” y suele hacerlo el banco o por “outsourcing”. El mercader para utilizar el modo SET debe obtener un certificado de una institución financiera (“acquirer”). El “acquirer” procesa las autorizaciones y los pagos de la tarjeta de crédito del mercader. Por lo tanto, es necesario obtener un certificado de cada banco que se acepta (muy similar a una tienda física que muestra las tarjetas que acepta). Ese certificado permite al tenedor de la tarjeta verificar la autenticidad del mercader.

Para obtener el logotipo SET debe aprobarse un examen de SET Co. que incluye cuatro componentes:

- ❖ Cartera del tarjetahabiente (“cardholder wallet”). Contiene el certificado digital del tarjetahabiente y la información de su cuenta. Este componente lleva a cabo la autenticación del tarjetahabiente y provee transmisión segura de los datos.
- ❖ Servidor del mercader (“server merchant”). Lleva a cabo la autenticación del mercader y las líneas de pago que acepta.
- ❖ Puerta de pago (“payment gateway”). Este componente provee la seguridad de la transmisión de los datos de y para el “acquirer”, y procesa la requisición de pago y los procedimientos de autorización.
- ❖ Autoridad certificadora (“certificate authority”). Emite y administra los certificados de los tarjetahabientes y de los mercaderes.

La Set Co. puede revocar los certificados en casos de incumplimiento o de fallas en el software.

- **Empacado digital.** Permite encriptar información, sirve para: asegurar la confidencialidad de los mensajes durante la transmisión; asegurar que sólo el destinatario pueda decodificar el empaado digital; autenticar al remitente y asegurar la integridad del mensaje.
- **Encriptamiento de clave pública (“public key encryption”).** El encriptamiento de las transmisiones es la primera línea de defensa contra: la interceptación, duplicación y alteración de un mensaje confidencial, ya sea de un pago electrónico o de un texto.

Este tipo de encriptamiento es muy utilizado en las firmas electrónicas y en los certificados digitales. Las firmas electrónicas trabajan en claves pares, una de las cuales es pública y la otra privada. El encriptamiento de clave pública está basado en una compleja fórmula que envuelve ciertas propiedades matemáticas de los números primos largos, de modo que los sistemas

criptográficos de clave pública utilizan dos cadenas complementarias de números llamadas claves, una públicamente revelada y otra secreta (llamada clave privada). Cada una protege el código que la otra genera. El conocer la clave pública de una persona no ayudará a deducir la correspondiente clave secreta.

Cualquiera puede usar la clave pública del destinatario para encriptar un mensaje para esa persona, y dicho destinatario utilizará su correspondiente clave privada para desencriptar el mensaje. Nadie, excepto el destinatario puede desencriptarlo, porque nadie más tiene acceso a la clave secreta. Ni siquiera la persona que encriptó el mensaje podría desencriptarlo.

Es importante señalar que “sí este sistema funciona tan bien como se pretende, estas técnicas podrían jugar un papel importante en la administración de los impuestos a las transacciones de comercio electrónico”.²⁵

1.7.3. Mecanismos de pago electrónico. Los mecanismos tradicionales de pago son: el dinero en efectivo, cheques, tarjetas de crédito, tarjeta de débito y transferencia electrónica de fondos. En el mundo del ciberespacio se tienen también a las tarjetas de crédito y a las tarjetas de débito, pero además se incluyen a: las tarjetas de banda magnética, las tarjetas inteligentes (“smart cards”), los cheques electrónicos y al dinero electrónico, los cuales se describen a continuación:

- **Tarjetas de banda magnética (MSC).** Son pequeñas tarjetas de plástico que contienen alguna forma de banda magnética con códigos sobre ella o en su interior. Son usadas principalmente para: tarjetas de crédito y de débito, tarjetas telefónicas, en máquinas copiadoras, entre otros dispositivos.

Son necesarios lectores para leer y codificar las tarjetas. Es difícil robar la información, aunque no lo es tanto el copiarla, además la tarjeta es propensa a daños (raspones, campos magnéticos, ect.).

²⁵ US DEPARTMENT OF THE TREASURY, Selected Tax Policy Implications of Global Electronic Commerce, US Department of the Treasury Home Page, Noviembre 1996, pp. 12-16

Existen tres tipos de tarjetas de banda magnética:

- ❖ “On line” MSC. Leen información de la banda. Esa información accesa una computadora central (tarjetas de crédito y de débito).
 - ❖ “Off line” MSC. El lector puede interpretar y alterar la información (tarjetas telefónicas)
 - ❖ Tarjetas híbridas (“hybrid cards”). Suelen estar combinadas con la tecnología de las tarjetas inteligentes.
- **Tarjetas inteligentes (“smart cards”).** Son tarjetas de plástico que lucen similares a una tarjeta de crédito, pero que contiene un microprocesador y una unidad de almacenamiento, “cuya memoria permite almacenar hasta ochenta veces más información que en la típica banda magnética de una tarjeta de crédito, y su procesador permite el uso de métodos de encriptamiento para asegurar la información.”²⁶

Las tarjetas inteligentes tienen pocas limitaciones en comparación con las tarjetas de banda magnética, pero son más caras. Son muy utilizadas en Europa y la mayor parte de ellas son vendidas ahí. Las hay de dos categorías:

- ❖ “Memory smart cards”. Contienen menos información y habilidades de procesamiento que las “intelligent smart cards”. Típicamente utilizadas para grabar un valor unitario o monetario que el tarjetahabiente pueda gastar.
- ❖ “Intelligent smart cards”. Son capaces de añadir y procesar una amplia variedad de componentes de información.

La mayoría de las tarjetas inteligentes pueden ser utilizadas en operaciones “on line” y “off line”. Las últimas principalmente en países con la falta de una infraestructura en telecomunicaciones buena o confiable, son requeridas para operaciones en tiempo real.

²⁶ Ibidem

Con una tarjeta inteligente se pueden hacer compras por medio de una computadora personal si se tiene el software necesario y el mercader acepta dicha tarjeta. Debido a que no son tan fácilmente utilizadas por un ladrón y a que llevan un registro de las compras efectuadas, tienen ventajas sobre el dinero físico.

Además a diferencia de las tarjetas de débito, pueden ser utilizadas en operaciones “off line”, en virtud de que el consumidor puede insertar su tarjeta en el lector, escribir su contraseña y el monto de la compra es deducido del balance de la tarjeta. Al final del día, el mercader inserta su propia tarjeta inteligente en su lector y descarga el monto de las ventas registradas desde la última descarga. La tarjeta inteligente es llevada al banco para el pago inmediato, o bien, mediante una red donde el software hace esta operación transmitiendo directamente el monto a una cuenta en el banco.

Por otra parte, las tarjetas inteligentes que utilizan poderosos sistemas de encriptado, mantienen la firma electrónica del tarjetahabiente bastante segura y proveen suficiente autenticación o rechazo.

Por último, hay que mencionar que el gobierno de Malasia quiere implantar tarjetas inteligentes con la siguiente información:

- ❖ Código de identificación nacional.
- ❖ Licencia de conducir (posiblemente también el historial).
- ❖ Detalles migratorios.
- ❖ Historial médico.
- ❖ Importe de dinero electrónico.
- ❖ Detalles de las cuentas bancarias y de la tarjeta de crédito.

Aquí el dilema sería si se viola o no la privacidad del tarjetahabiente, pero eso sería tema de otra discusión.

- **Cheques electrónicos.** Permiten al deudor ordenar a una institución financiera pagar un monto específico de dinero a otra parte mediante este mecanismo. Cada vez que se utilice se requerirá proporcionar un número de identificación personal, pero no actualiza automáticamente los registros de transacciones del cliente.

El mecanismo del cheque electrónico reduce los costos de facturación para el comerciante ya que atrae al cliente a su sitio “web” y automáticamente interactúa con sus cuentas por cobrar y de efectivo eliminando el papeleo.

- **El cheque electrónico de FSTC.** Desarrollado por The Financial Services Technology Consortium (FSTC), con el fin de reducir el proceso entero de pago de una semana o más por medio del cheque de papel a solo dos días.

Este cheque utiliza una tarjeta inteligente con una firma resistente a la manipulación, además de códigos criptográficos para firmas digitales. La firma digital se mantiene siempre en la tarjeta inteligente y se envía el documento al “chip” de la tarjeta para su firmado. “No hay duda de que la presentación y pago en línea de facturas se convertirá eventualmente en el medio preferido de pago de facturas, porque es mucho más fácil y rápido que los métodos convencionales”.²⁷

- **El dinero electrónico.** Es una forma de valor almacenado, fácilmente intercambiable, en un formato electrónico y resistente a la manipulación. La diferencia con una moneda común es que está, como se mencionó, en un formato electrónico. También proporciona anonimato al consumidor al igual que la mayor parte de las veces en un pago en efectivo. En Europa es muy popular precisamente por la preocupación de mantener el anonimato.

Una vez que se cuenta con un esquema general teórico de la Internet y el comercio electrónico, ahora se debe tener muy en claro la estructura básica de los sistemas fiscales más comunes en el mundo, lo cual se revisará en el siguiente capítulo. Para finalizar con este

capítulo es importante señalar que debido a que los miembros de la profesión contable sirven como consultores, deben estar al frente en el entendimiento de estos mecanismos de pago emergentes. Algunas de estas tecnologías pudieran ser utilizadas estratégicamente para ayudar a algunas compañías a lograr mejorar las relaciones con sus clientes. La profesión contable tiene que estar preparada para proveer esos servicios a sus clientes y estar en la cúspide de los métodos tecnológicos.²⁸

²⁷ GREENSTEIN, Marylin & FEINNMANN, Todd, Electronic Commerce: Security, Risk Management and Control, McGraw Hill, USA, 2000, pp. 295-322

²⁸ Ibidem

2. SISTEMAS FISCALES

2.1. Consideraciones generales

Existen múltiples definiciones de lo que es un tributo, aunque si se trata de citar una definición amplia, es conveniente acudir al estudioso Emilio Margain Manautou²⁹ quién define al tributo, contribución o ingreso tributario como el vínculo jurídico en virtud del cual el Estado, actuando como sujeto activo, exige a un particular, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una prestación pecuniaria, excepcionalmente en especie. Es decir los particulares y gobernados deben sacrificar una parte proporcional de sus ingresos para contribuir al gasto público, dotando al Estado de los medios y recursos necesarios para sufragar los gastos mencionados, e históricamente esta relación ha dado lugar a que los impuestos sean vistos a veces como una relación antagónica y de costos entre empresas y gobierno, por lo que este último debe asegurarse del mantenimiento de sistemas fiscales armónicos y justos, no solo en teoría, sino a los ojos de los contribuyentes, pues difícilmente un sistema fiscal puede ser exitoso si no es aceptado por los sujetos pasivos del mismo y en consecuencia percibido como justo.

Por otra parte, cada país atendiendo a su legislación local y a sus propias peculiaridades establecerá los tributos correspondientes y los mecanismos para recaudarlos, pero por lo general los impuestos suelen estar basados en los siguientes conceptos:

- ❖ El valor bruto (por ejemplo, el impuesto sobre las ventas en los EEUU).
- ❖ El valor de venta (caso del impuesto al valor agregado europeo).
- ❖ El incremento patrimonial (el impuesto sobre la renta).

Adam Smith, el tratadista inglés, estableció cuatro máximas para el establecimiento de una buena política fiscal, las cuales se explicarán brevemente a continuación.

²⁹ Citado por ARRIJOJA VIZCAINO, Adolfo, Derecho Fiscal, Editorial Themis, México D.F., 1997, pp. 117-118

2.1.1. Principio de proporcionalidad. Básicamente este principio establece que todo ciudadano debe contribuir al sostenimiento del Estado bajo cuya soberanía reside, en una proporción lo más cercana posible a su capacidad económica, lo cual se logra mediante la aplicación de tarifas progresivas dependiendo del nivel de ingresos. Es decir, el impacto fiscal deberá ser cualitativamente mayor en el caso de los contribuyentes con ingresos más elevados y cualitativamente menor en el caso de los contribuyentes de menores ingresos.

“Todo tributo debe incidir sobre un ingreso, una utilidad o un rendimiento, ya que el primer presupuesto lógico e indispensable para que un ciudadano pueda contribuir a la riqueza de su nación, radica en el hecho de que previamente ese ciudadano haya generado su propia riqueza”.³⁰ Lo anterior es fundamental para juzgar la justicia de un tributo, por lo que cualquier tributo que grave gastos, es decir las erogaciones de un contribuyente (refiriéndose a tributos de naturaleza distinta a los impuestos sobre el consumo y a los especiales sobre la producción de ciertos bienes), resulta en algo injusto que perjudica la capacidad económica del contribuyente; por lo que ese tipo de vicios de las autoridades con el fin de recaudar a toda costa, son inconcebibles en los sistemas fiscales modernos y con la agravante de ser un castigo para los particulares que efectúan esos gastos con la finalidad de generar riqueza; resultando dudosa cualquier justificación en el sentido de que dichas erogaciones son manifestación de riqueza por parte de quien las eroga, toda vez que no se está hablando de los mismos conceptos al referirse por una parte, a la generación de la riqueza como tal y en segundo término a la simple manifestación u ostentación de la misma, conceptos por definición muy diferentes; por lo que para sostener el criterio de que la erogación de gastos tiene que ser gravado, se recurre a argumentaciones sofisticadas y siempre bajo el objetivo de obtener ingresos para el Estado a toda costa y/o con finalidades de naturaleza extrafiscal.

2.1.2. Principio de certidumbre o certeza. Este principio se traduce en la necesidad de evitar la arbitrariedad de la autoridad, de forma que las leyes y reglas establezcan claramente los elementos constitutivos de cada tributo, y aunque los efectos fiscales no son, por lo general, el motivador primario de una iniciativa empresarial, a la vez no pueden ser vistos en forma

³⁰ Ibidem

aislada. Es decir los impuestos no vienen, por así decirlo, solos, toda vez que hay una correlación directa entre el éxito de un proyecto y la atención que se presta a las cuestiones fiscales desde el principio y durante el transcurso del mismo.

Los elementos del tributo son los que a continuación se describen:

- ❖ Sujeto pasivo. Es decir el destinatario o causante del tributo.
- ❖ Objeto. La hipótesis normativa o hecho generador del tributo o contribución.
- ❖ Tasa, cuota o tarifa. La unidad aritmética o fórmula matemática que debe utilizarse para efectuar el cálculo y la determinación de cada tributo.
- ❖ Base gravable. La porción del ingreso, rendimiento o utilidad gravables a las que deberá aplicarse la tasa, cuota o tarifa para fijar en cantidad líquida el monto del tributo.
- ❖ Fecha de pago. Es necesario que la norma fiscal señale los plazos y fechas de entero del tributo, a fin de que los causantes puedan planear con tiempo los correspondientes impactos patrimoniales.
- ❖ Sanciones aplicables. La imposición de multas y recargos en caso de incumplimiento.

Para resumir, el principio de certeza es simplemente que “nullum tributum sine lege” (no puede existir tributo válido sin una ley que lo establezca).

2.1.3. Principio de conveniencia de pago. Este principio sostiene que los lugares y fechas de pago deben ser convenientes para el contribuyente, desde el punto de vista que se facilite el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, y esto abarca la simplificación de las formas de pago y de información que se le requieren al contribuyente, en virtud de que el pago de contribuciones es una carga para los particulares, por lo que al menos se debe procurar que sea cómodo su entero.

2.1.4 Principio de economía. Los costos de la administración fiscal deben ser reducidos al mínimo, sin que por esta causa se imponga toda la carga de la fiscalización al particular, ya

que este es un deber al que no se puede rehusar la autoridad fiscal. Tan sencillo como que el costo fiscal de la recaudación no debe exceder al monto recaudado. Por otro lado, es pertinente aclarar que las administraciones fiscales no deben convertirse en agencias de empleo, sino que el costo de la burocracia tiene que limitarse al estrictamente indispensable para cumplir con las funciones de la administración hacendaria.

Existen algunos otros principios fiscales dignos de mención, como son los que a continuación se enumeran:

2.1.5. Adecuada contribución al gasto publico. El sistema fiscal debe permitir al gobierno determinar cuándo y cuánto percibirá de ingresos por concepto de la recaudación.

2.1.6. Simplicidad. Este principio es frecuentemente olvidado por las administraciones fiscales en su relación con los contribuyentes y por los legisladores al momento de aprobar leyes fiscales, en virtud de que en su afán por recaudar mas, emiten disposiciones fiscales de suyo complejas y requerimientos de información, en ocasiones, realmente exhaustivos. Es verdad que para diseñar un sistema tributario eficiente y justo, es necesaria una cierta dosis de complejidad. Sin embargo, esta complejidad puede generar costos tan altos (que deberían ser asumidos por la propia sociedad) que acaban perjudicando la búsqueda de eficiencia y justicia. Esto porque, cuanto más complejo es un sistema tributario, mayor es la probabilidad de evasión fiscal y más difícil su fiscalización.

2.1.7. Neutralidad. Este concepto establece que las leyes fiscales no deberían impactar drásticamente en la toma de decisiones. Es decir, los contribuyentes no deberían ser injustamente animados o desanimados a realizar ciertas actividades o a tomar ciertos cursos de acción como consecuencia del efecto que tenga la fiscalidad en esos actos o actividades, es decir, el principio de neutralidad exige que la aplicación del tributo no altere el comportamiento económico de los sujetos pasivos, excepto que dicha alteración tienda a superar equilibrios ineficientes de mercado. Medidas tales como la eliminación de la doble imposición de dividendos, el acercamiento entre la base imponible y el resultado contable, el carácter selectivo de los incentivos fiscales y su justificación con base en equilibrios

ineficientes de mercado y la indiferencia del tipo de gravamen frente a la aplicación del beneficio responden, entre otras, al principio de neutralidad.

2.1.8. Crecimiento económico y eficiencia. El sistema fiscal no debería desalentar o entorpecer la formación de capital, la generación de empleos o la inversión.

2.1.9. Transparencia. El principio de transparencia exige que las normas tributarias sean inteligibles y que de su aplicación se derive una deuda tributaria cierta. Los contribuyentes deben saber de la existencia de los impuestos, es decir que las leyes fiscales no sean algo conocido por unos cuantos, y saber cuándo un impuesto incide directamente sobre ellos o a través de otros. Este principio podría ser englobado en el de certeza, pero es señalado aparte al englobar algo más, que es el hecho de que el sistema fiscal proyecte transparencia, y esto está muy relacionado con el destino que se le dé a los ingresos de la recaudación fiscal.

2.1.10. Mínimo de lagunas fiscales. Un impuesto no debe ser tan complicado como para que a los contribuyentes les sea extremadamente difícil calcularlo correctamente, pero tampoco debe ser fácil de evadir su pago y entero.

2.1.11. Justicia. Esta es una de las características más deseadas y más discutidas en la elaboración de cualquier sistema tributario. Debido a la extrema dificultad práctica de su definición y alcance, la justicia debe ser entendida como la aceptación, por parte de la mayoría, del pacto tributario acordado; esto es que al menos el sistema fiscal debe ser percibido como justo por los sujetos pasivos del mismo.

2.1.12. Armonización global. Dada la naturaleza global de los negocios actuales, antes de reformar un sistema fiscal, los gobiernos deben tomar en cuenta lo que el resto del mundo hace y si aquello que se hace al nivel local es compatible con las prácticas de los principales socios comerciales.

2.1.13. Flexibilidad. El sistema tributario debe ser capaz de adaptarse fácilmente a cambios económicos. Cabe destacar que esta flexibilidad debe ser una especie de sintonía fina, un

ajuste permanente del sistema tributario con relación al ambiente económico. En los casos en que no se produzcan estos pequeños ajustes continuos, los problemas irán agravándose y, probablemente, sólo podrán ser solucionados con una reforma más radical.

2.2. Sistemas de imposición más comunes

2.2.1. El impuesto sobre la renta de las personas físicas. El impuesto sobre la renta que pagan las personas físicas, varía de un país a otro de la misma forma en que varía la forma de imponer y calcular el impuesto. Las principales diferencias radican en los siguientes conceptos:

- ❖ La renta sujeta al impuesto.
- ❖ La unidad de imposición, ya que algunos países acumulan para fines del cálculo del impuesto sobre la renta de las personas físicas, la renta del trabajo de los dos cónyuges.
- ❖ Las desgravaciones fiscales como son las deducciones, los créditos fiscales, tramos de la escala gravados a un tipo cero, entre otros.
- ❖ El número de tramos de las escalas de gravamen.
- ❖ La aplicación de un impuesto global o un impuesto cédular, es decir si los diferentes elementos de la renta (salarios, intereses, dividendos) son gravados en forma acumulada o de forma separada respectivamente.
- ❖ Los métodos de recaudación, esto es si el impuesto es calculado sobre la base de la renta percibida en el año u otro período o sobre la base de años o períodos anteriores.

La forma en que las leyes fiscales manejan los conceptos anteriores es lo que hace al sistema fiscal de cada país único, aunque existan similitudes con otros sistemas fiscales. Por ejemplo, “una amplia base favorece la equidad y reduce al mínimo las distorsiones inducidas por la fiscalidad”.³¹

³¹ DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, La Fiscalidad en los Países de la OECD, Ed. Mundi-Prensa, Madrid, 1994, pág. 19

2.2.2. Los impuestos locales y regionales sobre la renta a las personas físicas. De acuerdo a un estudio publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico³² (OECD, por sus siglas en inglés), en la mayoría de los países de la OECD, la imposición de las rentas de las personas físicas al nivel de las colectividades públicas descentralizadas es inexistente, o de rendimiento bajo, comparado con la de los impuestos sobre la renta de la administración central. Sin embargo, se menciona en dicho estudio que en Canadá, en los países nórdicos y en Suiza, estos impuestos representan una fuente de ingresos importante y el hecho de no tomarlos en consideración conduciría a dar una imagen errónea de la realidad del sistema de imposición de las rentas en esos países, en particular porque la evolución del producto de los impuestos de la administración central puede ser acentuada, o en parte compensada, por la de los impuestos locales.

2.2.3. Las contribuciones salariales a la seguridad social. Lo más frecuente es que los tipos de cotización sean uniformes y no progresivos, pero se hacen nulos en cierto tope, que se sitúa generalmente por encima del salario de un obrero medio. Por otra parte suelen ser más bajas que los impuestos sobre la renta, aunque no en todos los países, pues en algunos de ellos llegan a ser más o menos igual de importantes que los impuestos (Alemania, Japón, Luxemburgo, Suiza) e incluso hasta más importantes (Austria, Francia, Grecia, Holanda, Portugal) y aunque tienen características diferentes a las de los impuestos, ya que dan lugar al derecho a prestaciones, sin embargo para fines de comparación internacional las contribuciones a la seguridad social deben ser consideradas como impuestos, ya que forman parte de las contribuciones regulares que los ciudadanos efectúan. Cabe mencionar que a pesar de que no trataremos este tema en el presente trabajo de investigación, es importante no perder de vista el efecto de las contribuciones a la seguridad social en los sistemas fiscales.

2.2.4. Los sistemas de imposición de las empresas

- **Aspectos a considerar.** Las diferencias al nivel de los sistemas de imposición sobre la renta de cada país, es un factor importante que influye en los flujos internacionales de ahorro e

³² Cfr. DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, *Op. cit.*, pp. 21-22

inversión, y en un mundo cada vez más interdependiente en el plano económico, los factores fiscales desempeñan cada vez papeles más importantes en las decisiones referentes a las implantaciones y a la financiación, ya que hoy en día el capital es extremadamente móvil y, en consecuencia, potencialmente sensible a los incentivos y contraincentivos fiscales.

- **La base del impuesto sobre las empresas.** La renta imponible de las empresas se calcula según métodos análogos en la mayor parte de los países del Mundo. Todas las rentas, cualquiera que sea su origen están comprendidas normalmente en la base, y aunque no suele darse una definición de lo que se considera renta, esta se calcula de ordinario sobre la base de las prácticas contables generalmente admitidas, aunque existen países donde la renta contable difiere de la renta fiscal, debido a que no consideran los mismos ingresos y deducciones para determinar dicha renta.

Por regla general, fiscalmente son deducibles todos los gastos total y exclusivamente habidos para realizar la renta imponible y preservar los activos que emplea la empresa para llevar a cabo sus actividades.

- **Medida de la base de imposición³³**

- ❖ Renta de las sucursales. Las sociedades tienen generalmente en cuenta los resultados de sus sucursales en el extranjero, en la determinación del impuesto. Ciertos países excluyen las utilidades o beneficios de sus sucursales en el extranjero, si estas están sujetas localmente a impuestos. Otros países, como Alemania, excluyen las utilidades de las sucursales situadas en países con los que existe un acuerdo especial. Francia utiliza el principio de territorialidad, en virtud del cual las sucursales extranjeras incluso cuando están situadas en paraísos fiscales, se libran del impuesto sobre la renta sobre sociedades. En México, las sociedades residentes en dicho país, están obligadas al pago del impuesto sobre la renta respecto de todos sus ingresos,

³³ Cfr. DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, *Op. cit.*, pp. 54-55

cualesquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan, salvo que algún tratado celebrado con alguna otra nación estipule lo contrario.

- ❖ Tratamiento de los dividendos pagados entre sociedades. Los dividendos pagados en el interior de un grupo, por filiales locales o extranjeras, no están sujetas normalmente a ningún impuesto suplementario y están exentos o dan lugar a créditos fiscales indirectos, o bien, se permite el acreditamiento del impuesto sobre la renta pagado en el extranjero que corresponda al dividendo.
- ❖ Tratamiento de las ganancias de capital. La mayoría de los países aplican el tipo completo del impuesto sobre sociedades a las ganancias de capital, pero un cierto número de ellos eximen a las ganancias de capital que se reinviertan en la sociedad.
- ❖ Tratamiento de las subvenciones de equipo y otras ayudas generales a la inversión. Estas ayudas revisten diferentes formas: deducciones (la totalidad o una parte del costo de la inversión es deducible de la renta imponible), créditos fiscales (deducidos de la suma debida por el impuesto y que pueden ser reembolsables, es decir, pagados a la sociedad interesada en la medida que son superiores al importe del impuesto), o incluso subvenciones en efectivo. Las deducciones se pueden permitir en Austria, Finlandia, Grecia, Islandia, Holanda, Portugal, Suecia y Turquía y los créditos fiscales están disponibles en Bélgica, Canadá y España. Irlanda prevé, por su parte, subvenciones de carácter general.

- **Deducciones de la base de imposición**

- ❖ Tratamiento de las pérdidas. Todos los países miembros de la OECD autorizan a las sociedades a llevar el importe de sus pérdidas de explotación a los ejercicios posteriores, y algunos a los ejercicios anteriores. El número de años futuros sobre los cuales se pueden llevar las pérdidas varía entre cinco y el infinito. En países como Canadá, Francia, Alemania, Irlanda, Japón, Holanda, Reino Unido y Estados Unidos adicionalmente, las pérdidas de explotación se pueden llevar sobre uno a tres años anteriores.
- ❖ Métodos de amortización. La amortización de los activos está autorizada en todos los países. Los métodos de amortización deben dirigirse a asegurar que ésta corresponda

lo más posible a la amortización económica, la cual tiene en cuenta el desgaste de los activos así como su obsolescencia, aunque es técnicamente difícil y administrativamente imposible medir exactamente la amortización económica, y la mayoría de los países cuenta con reglas de amortización mecánicas (lineales o regresivas por ejemplo). Además de la elección del método de amortización, el importe anual de las amortizaciones de un activo dado (y por tanto su tasa) está determinado por la duración de vida fiscal útil del activo. En la mayor parte de los países, ésta se determina para los principales tipos de activo, pero en algunos otros se pueden seguir las prácticas contables generalmente admitidas.

- **Impuesto sobre el activo neto de las empresas.** Existe este impuesto en varios países. Austria, Alemania, Islandia, Luxemburgo, México, Noruega, Suecia y Suiza gravan a la vez el patrimonio de las personas físicas con actividades empresariales y a las sociedades, limitándose Canadá a este último. Los tipos legales varían entre 0.175 y 3 % sobre el activo, pero el tipo efectivo es más bajo, en razón de las reglas utilizadas para la determinación de la base imponible, toda vez que en algunos países se permite disminuir de la base promedio de los activos, el promedio de algunas deudas. En sí, este impuesto, tiene como finalidad real el evitar que las empresas obtengan ventajas de las disposiciones fiscales para no obtener una base imponible en el impuesto sobre sociedades y así evitar el pago de impuestos, en virtud de que el impuesto al activo es un mecanismo ingenioso, donde se garantiza el pago sobre una utilidad presunta basada en un rendimiento mínimo que deberían obtener los contribuyentes sobre sus inversiones, es decir, se trata de un impuesto mínimo alternativo.

2.2.5. Los sistemas de impuestos sobre el consumo³⁴

- **Generalidades.** Debido a la importancia que tienen los impuestos directos al ingreso como herramienta distributiva de la riqueza, es conveniente aclarar que no se les puede eliminar en su totalidad a favor de los impuestos indirectos como son los impuestos al consumo, que derivan de la teoría de gravar a las personas más que por lo que ganan, por lo

que consumen, teoría que en su tiempo fue defendida por el filósofo del materialismo mecanicista Thomas Hobbes, y por el economista británico John Stuart Mill en sus “Principios de Economía Política”, la cual básicamente consiste en apoyar la recaudación en impuestos indirectos que permiten la disminución del gasto público, ya que se trata de gravámenes autocontrolados como se podrá observar más adelante.

La teoría fiscal considera al impuesto sobre el valor agregado (IVA), cuyo origen proviene directamente de una forma incompleta de IVA que existía en los 60’s en Francia y Finlandia, como el mejor modo de impuesto sobre el consumo. Actualmente hay países como Chile, Bolivia y Perú que basan principalmente su recaudación en los impuestos indirectos.

Con el fin de permitir la neutralidad del impuesto en relación con las elecciones de los productores y consumidores, y de simplificar, la gestión del impuesto tanto para las administraciones fiscales como para los contribuyentes, el IVA debería recaudarse no utilizando más que dos tasas de impuesto (para alcanzar estos objetivos, sería preferible una única tasa de impuesto, pero las limitaciones mencionadas han llevado a la mayoría de los países a preferir un tipo normal aplicable a la mayor parte de los actos y actividades y un tipo reducido para ciertos productos y servicios, tales como los artículos alimenticios de primera necesidad, los libros y los productos farmacéuticos).

Aunque haya buenas razones para continuar aplicando, además del IVA, una sobretasa a las bebidas alcohólicas, al tabaco, a la gasolina y a los vehículos de motor, y quizás también a los juegos y apuestas, así como a ciertos productos contaminantes, apenas está justificado para ser objeto de una imposición añadida, productos tales como el café, el té, la sal, las cerillas y las bebidas no alcohólicas, y sería mas racional no gravar estos productos más que al tipo normal del IVA.

- **Impuestos específicos e impuestos generales sobre el consumo.** Los impuestos específicos sobre el consumo son los que se recaudan sobre ciertos productos, de los que los

³⁴ Cfr. DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, *Op. cit.*, pp. 77-91

principales son el tabaco, la gasolina, los vehículos de motor y las bebidas alcohólicas (excepto en algunos países con un nivel sociocultural más alto, donde productos como el vino de uva y la cerveza, en especial la de trigo, son concebidos generalmente no de otra forma, sino como lo que realmente son, bebidas alimenticias), aunque en numerosos países tales impuestos pueden también ser recaudados sobre un cierto número de otros productos. Los impuestos generales sobre el consumo son los que son recaudados sobre un gran número de bienes y servicios, de los que la mayor parte están generalmente gravados a un tipo único “ad valorem”, aunque pueden existir uno o varios tipos incrementados para los productos que son considerados como de lujo, y uno o varios tipos reducidos (comprendido un tipo igual a cero) para los bienes que se consideran de primera necesidad.

La tendencia general de los países a recurrir más a los impuestos generales sobre el consumo se puede explicar por las siguientes razones: una base más amplia permite generar ingresos más altos y se considera que los impuestos generales, en su conjunto, provocan menos distorsiones en las decisiones de los productores y los consumidores que los impuestos específicos sobre el consumo y permiten una gestión más eficaz.

A pesar de la tendencia cada vez mayor hacia los impuestos generales sobre el consumo que a los impuestos específicos, existe todavía un número de razones importantes para continuar recaudando este último tipo de impuestos. La principal es que son una fuente importante de ingresos para los gobiernos debido a la demanda relativamente inelástica de productos como las bebidas alcohólicas, el tabaco, los vehículos de motor y los juegos.

- **Las diferentes categorías de impuestos generales sobre el consumo.** Entre los impuestos generales sobre el consumo, hay que hacer, en primer lugar, una distinción entre los que se aplican en una fase única, siendo percibido el impuesto en una única fase de la cadena de producción/distribución, es decir, en la venta de los fabricantes o mayoristas (impuesto a la producción), en la venta de los mayoristas a minoristas (impuesto sobre las ventas al por mayor), o bien en la venta de los minoristas al consumidor (impuesto sobre las ventas al detalle), y los impuestos percibidos en varias fases, que son aplicados cada vez que un

producto o sus componentes son vendidos a lo largo de la cadena que va desde los fabricantes a los armadores, mayoristas y minoristas.

En cuanto a los impuestos percibidos en varias fases, cabe hacer otra distinción entre los impuestos acumulativos o en cascada, para los cuales los comerciantes no se benefician de ningún crédito fiscal por los impuestos pagados por sus compras, y los impuestos no acumulativos como el IVA, para los cuales los impuestos pagados sobre las compras son generalmente reembolsados a los comerciantes que revenden los productos a continuación.

Respecto a los impuestos percibidos en una sola fase, se constata en general que los que son aplicados en la fase de venta al detalle, son de un importe superior a los que se aplican al por mayor. En primer lugar, sobre todo en el marco de un impuesto a la producción, el importe del impuesto incluido en el precio de bienes similares vendidos a precios de detalle idénticos, puede variar mucho, debido a las diferencias en los precios practicadas en las diferentes fases o por la inclusión en los precios practicados por ciertos fabricantes de costos como los gastos de publicidad y los gastos de transporte, mientras que otras empresas no los incluyen; en segundo lugar, los fabricantes/mayoristas son estimulados a no ejercer actividades tales como el embalaje, el transporte, el almacenamiento, el seguro, los estudios de mercado y la publicidad, lo que de otra forma habrían hecho para reducir el valor imponible; en tercer lugar, el campo de aplicación de un impuesto recaudado en una fase anterior a la del detalle es relativamente estrecho, y por ello, para hacer frente a las necesidades financieras de los gobiernos, podría ser necesario que el impuesto se extendiera a los bienes de producción, lo que tendría por efecto reducir la transparencia del impuesto y deteriorar la competitividad internacional.

Entre los impuestos percibidos en varias fases, los impuestos en cascada acumulan todos los inconvenientes, en especial el hecho de constituir un impuesto tanto sobre los medios de producción como sobre el consumo de las familias. También tienen otros dos inconvenientes importantes. En primer lugar, producen distorsiones económicas, animando a las empresas a efectuar operaciones de fabricación, ensamblaje, venta al por mayor y venta al detalle con el solo fin de eludir el impuesto que debería ser pagado sobre las ventas entre empresas

independientes que llevan estas actividades separadamente. En segundo lugar, debido a que productos similares soportan tipos diferentes de impuesto según el número de veces que estos productos y sus componentes han sido comprados y vendidos, las recaudaciones compensatorias efectuadas en las fronteras sobre las exportaciones y las importaciones se deben establecer a partir de una media, lo que, incluso si esta media es más o menos correcta, hará que las empresas integradas se beneficien de una subvención a la exportación y el impuesto que hayan pagado sobre sus exportaciones no compensará suficientemente a las empresas no integradas. Asimismo, las empresas integradas pagarán menos impuestos en cascada y las empresas no integradas pagarán más que la media aplicable a los importadores de productos similares. La aplicación de estos importes medios produce una distorsión de competencia internacional. Por todas estas razones, ya no existen impuestos en cascada, al menos en los países miembros de la OECD.

- **La elección entre el impuesto sobre las ventas al detalle y el IVA.** En vista de lo anterior, solo existen dos categorías de impuestos al consumo viables en la práctica, el impuesto sobre las ventas al detalle y el IVA. El primero es percibido en una sola fase y el segundo en varias fases, por lo que el impuesto sobre las ventas al detalle constituye esencialmente un sistema suspensivo, mientras que el IVA es un sistema de pago/reembolso.

En el marco del impuesto sobre las ventas, los productores, mayoristas y minoristas están, en general, obligatoriamente registrados y son deudores del impuesto trasladado a personas no registradas (en general consumidores), pero pueden efectuar entre ellos operaciones de compra y venta sin pagar impuesto, a condición de que los productos en cuestión no sean destinados a su uso personal. En consecuencia el pago del impuesto se suspende hasta la fase final (aquella en la que los productos son vendidos al consumidor final). Por el contrario, en el marco del IVA, todos los comerciantes que compran productos están obligados a pagar el impuesto sobre sus compras (aunque dicho impuesto les es reembolsado siempre y cuando estén registrados) y deben igualmente trasladar un impuesto sobre el importe de sus ventas. Para un campo de aplicación y tipos iguales, el importe total del impuesto pagado sería el mismo en el marco del impuesto sobre las ventas y de un sistema de IVA. Sin embargo las diferencias prácticas son las que han llevado a la mayoría de los países a favorecer un sistema de IVA.

Comparado con el impuesto sobre las ventas al detalle, el IVA presenta tres ventajas principales:

- ❖ Es más fácil gravar los servicios en el marco del IVA que en el del impuesto sobre las ventas, lo que permite obtener mayores ingresos y asegurar una mayor neutralidad fiscal entre los bienes y servicios. Esto es porque la mayor parte de los servicios prestados al consumidor son efectuados por empresas que son igualmente prestatarias de servicios a otras empresas, y que desean generalmente estar sujetas al IVA para que se les reembolse el impuesto que han pagado por sus medios de producción
- ❖ Es más fácil deducir el impuesto que pesa sobre los bienes de producción en el marco de un sistema de IVA. En el marco del impuesto sobre las ventas, la comprobación de la utilización final incumbe al proveedor que no conoce, en general, el estado del comprador (es decir, si es comerciante o consumidor), ni consiguientemente la utilización final; en el marco del IVA, esta comprobación incumbe al comprador que conoce ese estado.
- ❖ El IVA proporciona más medios para combatir el fraude fiscal que el impuesto sobre las ventas al detalle, ya que en un sistema de acreditamiento del IVA de las compras y los gastos, la carga de la fiscalización recae sobre las mismas empresas. El IVA es más difícil de defraudar por las siguientes razones: se encuentra automáticamente la pista de las facturas porque el vendedor debe suministrar justificantes para obtener el reembolso del impuesto que ha pagado sobre sus medios de producción; existen menos oportunidades de que los compradores y vendedores se entiendan para falsificar los precios en el marco de un sistema de IVA, pues si el comprador tiene interés en que en la factura aparezca un precio de compra alto y, por ello un crédito fiscal elevado, el vendedor tiene interés en que el precio de venta y el impuesto sean los más bajos posibles, a fin de minimizar el importe del impuesto que ha pagado; en el marco del IVA, la obligación de la prueba para la obtención de créditos fiscales para los medios de producción que ha comprado, incumbe al contribuyente, mientras

que en el marco del impuesto sobre las ventas, es a la autoridad fiscal a la que le incumbe cuando considere que el impuesto pagado ha sido insuficiente.

3. EL PANORAMA INTERNACIONAL DE LA FISCALIZACION DEL COMERCIO ELECTRONICO

3.1. Aspectos generales

El desarrollo de los servicios de la sociedad de la información, íntimamente ligado con el proceso de globalización económica, pone de relieve una cierta falta de adaptación de los sistemas tributarios, que se fundamentan aún en la idea de la soberanía nacional. En el ámbito fiscal, el papel de las organizaciones internacionales asume un protagonismo necesario, ya que las soluciones nacionales son insuficientes para abordar correctamente los problemas.³⁵

En la antigüedad, China era un imperio con adelantos tecnológicos sorprendentes para aquel tiempo, sin embargo, se aisló por medio de una muralla para protegerse de los ataques de los pueblos bárbaros. Siglos después, cuando Marco Polo y los otros mercaderes venecianos visitaron China, esta última pudo percatarse que quedó marginada de los adelantos de las otras naciones. Actualmente las naciones necesitan cooperar entre sí, al enfrentarse a un reto de naturaleza global, como lo es la fiscalización del comercio electrónico.

Hay quienes rechazan la posibilidad de ajustar los conceptos fiscales actuales, a favor de gravámenes radicalmente nuevos como el “bit tax”, que ya se tratará en su momento, aunque éste, para esquematizar, se trata de un impuesto sobre el número de “bits” o caracteres que se transmiten en un mensaje electrónico. Tal propuesta solo podría llevarse a la práctica por una autoridad tributaria internacional, pero tiene otros inconvenientes, ya que es injusto al gravar las transacciones no por su valor, sino por el número de bits. Lo cual resulta ridículo, toda vez que una operación de gran valor puede estar oculta en un archivo comprimido, y en consecuencia con un menor número de “bits”. Además, con el absurdo de estar gravando comunicaciones como una simple tarjeta de felicitación, en lugar de gravar a las operaciones comerciales.

³⁵ Cfr. INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES, Informe de la Comisión para el Estudio del Impacto del Comercio Electrónico en la Fiscalidad Española, Ministerio de Hacienda de España, Madrid, Octubre 2000, pp. 14-19

Se necesita afrontar con realismo los desafíos del comercio electrónico, esto es, trabajando en las adaptaciones precisas a los sistemas tributarios, incluyendo no sólo el marco normativo, sino también a los modelos de administración y gestión tributaria que hagan efectiva su correcta aplicación.

La realidad nos dice que hoy en día, existen numerosas cuestiones fiscales a resolver sin considerar las relacionadas con la Internet, y dichas cuestiones se dan porque han surgido nuevas formas de hacer negocios en un mundo fiscalizado que ya tenía de por sí, una gran carencia de certeza jurídica.

En general, el consenso internacional, como se verá, es que el comercio electrónico debe ser regulado por el mercado y por los nuevos y veloces cambios tecnológicos, así como que no debería ser regulado de forma discriminatoria por las autoridades o entorpecido su desarrollo con la introducción de impuestos especiales, enfocados exclusivamente a la actividad del comercio electrónico.

3.2. Principales problemas que plantea el comercio electrónico³⁶

Sin perjuicio de su posterior examen, a continuación se muestran a grandes rasgos los principales problemas que plantea el comercio electrónico en las áreas de los impuestos directos y la imposición indirecta:

Cuadro 3.1. Problemas en la normativa fiscal

Imposición directa	
Identificación del sujeto pasivo	Dificultades de localización de la persona física o jurídica y del equipo informático; facilidad de utilización de seudónimos (el "bunburismo" fiscal); sistemas de encriptación; paraísos fiscales; protección de datos personales; etc.

³⁶ Ibidem

Control de la renta o transacción	Facilidades para deslocalizar el sistema informático; desintermediación (pérdida de puntos de conexión o control); escasas huellas físicas de la transacción electrónica; fiabilidad de los registros informáticos; etc.
Jurisdicción fiscal competente	Dificultades para fijar dónde se ha realizado la transacción y la residencia fiscal. Posibilidades de rápida alteración.
Calificación de las rentas	Problemas especialmente respecto de bienes digitalizados y cuando existe un convenio para evitar la doble imposición (CDI) por el distinto tratamiento de las rentas por regalías (cesión de uso) respecto de las empresariales (cesión de propiedad). Conflictos de intereses entre país de la fuente de riqueza – país de residencia y estímulos para la elusión fiscal.
Concepto de establecimiento permanente	Crisis de los conceptos de permanencia o fijeza que permiten que el Estado de origen pueda gravar las rentas empresariales obtenidas a través de los establecimientos permanentes.
Precios de transferencia	La globalización favorece a los grupos empresariales transnacionales. El valor añadido de las operaciones se aleja de la transmisión de bienes físicos, al ser cada vez más importante el valor añadido de los servicios y bienes inmateriales. Dificultades para determinar el método de valoración correcto, dónde se ha producido el beneficio y en cuánto. Crisis de los métodos tradicionales. Facilidades de elusión fiscal.
Otras cuestiones	Problemas respecto de las reglas de imputación; distribución de gastos e ingresos entre los diversos; individualización de las rentas sometidas a gravamen; etc.

Imposición indirecta

Localización del hecho imponible	Problemas similares que en imposición directa, que se agravan cuando un país cuenta con diversos tributos estatales sobre tráfico de bienes.
Distinción en el IVA entre entrega de bienes y prestación de servicios	Los bienes digitalizados se asimilan a prestaciones de servicios; problemas respecto de si determinados envíos digitales suponen una mera compraventa o llevan aparejados servicios incorporados de uso, transmisión, etc.; problemática de las telecomunicaciones, etc.
Identificación y localización del sujeto pasivo	Necesidad de designar a un representante fiscal, o de registrarse en todos los países o en uno sólo, además de las dificultades de aplicar devoluciones a los no residentes.
Sujeto pasivo	Se multiplican situaciones donde aplicar la llamada inversión del sujeto pasivo del IVA, función que genera fuertes costos de cumplimentación para las personas implicadas.

Problemas adicionales en impuestos especiales	Posibilidad de compras masivas por el consumidor final de productos sometidos a estos impuestos a través de pequeños envíos que se benefician de franquicia aduanera y exención en IVA en algunos países, especialmente europeos.
Aduanas	Dificultades de controlar transmisiones de bienes digitalizados; desplazamiento de parte del valor de bienes físicos a prestaciones de servicios (ejemplo: planos, manuales, etc.); posibilidad de desviar el tráfico comercial mediante régimen de pequeños paquetes (problemas de congestión y de elusión fiscal).
Otros ingresos públicos coactivos	Problemas de control y evasión respecto de tasas sobre el juego (casinos virtuales), etc.

3.3. El panorama internacional

3.3.1. Iniciativas de las organizaciones internacionales

- **La OECD.** La presentación en 1996 de un documento conjunto de las administraciones tributarias de Australia, Canadá y EEUU, puede considerarse como el desencadenante de la importante labor que está llevando a cabo esta organización. Hitos posteriores han sido, primero, la conferencia internacional sobre la eliminación de las barreras al comercio electrónico global, celebrada en Turku (Finlandia) en noviembre de 1997, donde se llega a la conclusión de considerar a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, son sus siglas en inglés) como el foro más adecuado para coordinar los debates que, en materia de tributación del comercio electrónico, deban acometerse en el futuro. Es una consecuencia lógica, si se tiene presente que en dicho foro se abordaron todos los aspectos transnacionales ligados al comercio electrónico (empleo, protección del consumidor, tecnologías de la información, etc.), además de que acogió a todos los países mayormente involucrados con el desarrollo del comercio electrónico; ello sin perjuicio del papel relevante que otras instituciones han de desempeñar, en función de sus atribuciones, como la Unión Europea (UE) y la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La segunda gran cita internacional correspondió a la conferencia ministerial que tuvo lugar en Ottawa (Canadá) en octubre de 1998. La preparación de esta conferencia favoreció la aparición de informes nacionales y obligó a que la UE acudiera con una posición conjunta.

Asimismo, dio lugar a un programa de trabajos, la agenda post-Ottawa, que ha regido la labor de la OECD durante 1999 y 2000 en distintos ámbitos (protección de los consumidores, privacidad y seguridad, infraestructuras de la comunicación, autenticación, impactos sociales y económicos, y tributación).

Posteriormente se han celebrado otras conferencias con el objeto de tomar el pulso de los trabajos emprendidos. La dimensión transnacional del comercio electrónico ha sido subrayada por la OECD, buscando en todo momento no sólo la coordinación de sus trabajos con la UE y la OMC, sino también la colaboración y participación de países no pertenecientes a la organización. Consciente de esta dimensión global, la OECD viene aconsejando que los países no adopten soluciones unilaterales, aun cuando se critique el lento ritmo en la adopción de decisiones. Entre los factores que han propiciado dicha lentitud, aparte del estado relativamente embrionario en que aún se encuentra el examen de las repercusiones del desarrollo de los servicios de la sociedad de la información, cabe situar el debate doctrinal antes apuntado, entre los partidarios de ir adaptando el marco actual a las nuevas necesidades y los que defienden posiciones más radicales; pero sobre todo, puede explicarse por los distintos conflictos de intereses dentro de los representantes de los agentes económicos y sociales y, a un nivel más general, tanto por la tensión subyacente en materia de imposición indirecta entre la UE (dispuesta a introducir los cambios precisos en el IVA) y buena parte del sector privado estadounidense, que entiende que ello podría condicionar las decisiones ulteriores de la OECD, así como por la confrontación de intereses entre los países más adelantados en el grado de desarrollo del comercio electrónico y los que se consideran en desventaja.

No obstante, la OECD ha llegado a consensuar los principios que deben de aplicarse en la tributación del comercio electrónico: neutralidad, eficiencia, seguridad jurídica, simplicidad,

equidad y flexibilidad. Asimismo, ha ido perfilando algunas cuestiones singulares de dicha problemática:

- ❖ Mejora de los servicios a los contribuyentes. Frente a los temores que suscitan los potenciales efectos negativos del comercio electrónico en el plano fiscal, se insiste en las ventajas que ofrece en este ámbito de actuación; cuestión ésta importante, si se tiene presente que una crítica bastante extendida de los sistemas tributarios modernos es la de la elevada presión indirecta que conllevan. Para ello se han examinado numerosas iniciativas emprendidas o posibilidades de acción.
- ❖ Administración tributaria. Se ha profundizado en aspectos básicos como la identificación de los contribuyentes; la existencia de fuentes de información adicionales; la promoción del cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales y el refuerzo de los mecanismos de control y recaudación.
- ❖ Imposición sobre el consumo. Se ha estudiado la configuración más apropiada de los elementos fundamentales de este ámbito, con el fin de prevenir supuestos de doble o nula imposición, evitar posibilidades de aumento de la elusión, evasión o fraude fiscal y minimizar costes de cumplimentación; se han delimitado tres tipos de transacciones: entregas de bienes corporales tanto a particulares como a empresas, prestaciones de servicios y entregas de bienes intangibles entre empresas, y prestaciones de servicios y entregas de bienes intangibles de empresas a particulares; asimismo, se ha progresado en una serie de cuestiones particulares como la preeminencia del principio de tributación en el lugar del consumo; la necesidad de minimizar las diferencias existentes entre los distintos países, respecto de las reglas de localización y respecto de las definiciones de servicios y de bienes intangibles; que las entregas de bienes intangibles no deben de considerarse como entregas de bienes corporales; la problemática de métodos como la inversión del sujeto pasivo, que parece apropiado para las transacciones sobre servicios y bienes intangibles entre empresas, pero no para las entregas transfronterizas a particulares; la conveniencia de revisar las exenciones “de minimis” para entregas transnacionales de bajo valor, lo que puede beneficiar a los proveedores extranjeros frente a los nacionales; finalmente, se ha avanzado en la estimación del riesgo recaudatorio.

❖ Cooperación y normas tributarias internacionales. Este es el campo donde las soluciones dependen más de los trabajos de la OECD. Afecta, por un lado, a la adaptación del Modelo de Convenio para evitar la doble imposición, referencia fundamental para la red de convenios bilaterales en vigor o en negociación, en especial se está trabajando en el concepto de los establecimientos permanentes, en la atribución de rentas y en la aplicación de las reglas especiales relativas a las rentas de servicios (vigencia de la definición de regalías, etc.). Por otro lado, se progresa en la Guía sobre precios de transferencia, teniendo presente las nuevas circunstancias. Por último, se están explorando todas las posibilidades para incrementar y dotar de más eficacia la cooperación y asistencia tributaria entre las administraciones. Toda esta labor se está llevando a cabo por el Comité de Asuntos Fiscales de la OECD. En particular, por sus grupos de trabajo nº 1 (convenios fiscales), nº 6 (tributación de empresas multinacionales), nº 8 (evasión y fraude fiscal), nº 9 (imposición sobre el consumo) y el Foro de Gestión Estratégica, sus correspondientes subgrupos, y por los siguientes grupos consultivos técnicos, creados en 1999 e integrados tanto por algunos Estados miembros de la organización, como por países no pertenecientes a la misma y por representantes del sector empresarial (tecnología, auditoría informática y autenticación, imposición sobre el consumo, tributación de beneficios empresariales y caracterización de los pagos de comercio electrónico).

• **La Unión Europea.** Desde una perspectiva estrictamente tributaria, tres son los fines que la UE plantea para el sistema tributario: aportar seguridad jurídica, evitar pérdidas recaudatorias no deseadas y asegurar la neutralidad. Las tareas realizadas hasta la fecha se han circunscrito básicamente a dos cuestiones: los problemas de gestión tributaria y las repercusiones en el modelo vigente de tributación indirecta, cuyo reflejo normativo es la Directiva 6º del IVA (Directiva 77/388/CEE del Consejo del 17 de mayo de 1977).

La posición general de la UE se expresó ante la mencionada conferencia ministerial de Ottawa en los siguientes términos:

- ❖ Deben concentrarse todos los esfuerzos en la adaptación de los impuestos existentes, y más concretamente del IVA, al desarrollo del comercio electrónico. Se rechaza la introducción de impuestos nuevos o adicionales.
- ❖ Una operación consistente en poner a disposición del destinatario, un producto en formato digital a través de una red electrónica debe considerarse, a efectos del IVA, una prestación de servicios.
- ❖ El IVA comunitario, para asegurar la neutralidad impositiva, garantizará que: los servicios prestados mediante comercio electrónico u otra forma, destinados al consumo en la UE, se graven dentro de ésta, independientemente de su origen; esos mismos servicios destinados al consumo fuera de la UE no estén sujetos al IVA en aquélla, si bien el IVA soportado en su producción dará derecho a su acreditamiento; estas reglas deberán entenderse sin perjuicio de las normas que se apliquen dentro de la UE.
- ❖ El cumplimiento de las obligaciones tributarias debe ser lo más sencillo y simple posible para todos los operadores.
- ❖ Viabilidad del sistema impositivo y de los mecanismos para el control del mismo, de suerte que se garantice la aplicación del impuesto a las prestaciones de servicios realizadas por vía electrónica, cuyos destinatarios sean tanto empresas como particulares establecidos dentro de la UE.
- ❖ La facturación sin soporte papel será una de las características de la facturación electrónica y debe autorizarse, a efectos del IVA, en las transacciones realizadas dentro de la UE. No obstante, al fijar condiciones uniformes para la facturación electrónica deben preservarse los intereses legítimos de los Estados miembros, estableciendo medios suficientes para el control y la prevención de abusos. Del mismo modo, debe concederse prioridad a la creación de un marco de cooperación entre los Estados miembros y terceros países, con el fin de garantizar que se establezcan, en el ámbito internacional, condiciones equivalentes a las previstas en la UE para la facturación electrónica.
- ❖ Las administraciones tributarias deberían facilitar a los agentes que recurran al comercio electrónico, el cumplimiento de sus obligaciones fiscales por medio de

declaraciones y liquidaciones electrónicas del IVA, buscando la deseable homologación de sus procedimientos.

Como resultado de la conferencia ministerial de Ottawa, la Comisión Europea reestructuró el esquema de trabajo que había mantenido hasta entonces y constituyó tres nuevos grupos de trabajo (aspectos legales; asistencia mutua, cooperación internacional y cuestiones de registro y cuestiones de identificación).

Fruto de las tareas emprendidas, en junio de 1999, vio la luz un documento de trabajo donde se presentaba una serie de opciones para adaptar la normativa existente en IVA. Finalmente, el 7 de junio de 2000, la Comisión Europea presentó una propuesta de Directiva relativa al IVA aplicable a ciertos servicios suministrados por vía electrónica así como una propuesta de reglamento para reforzar la cooperación administrativa entre los Estados miembros en materia de IVA.

- **La Organización de las Naciones Unidas (ONU).** La ONU propone establecer el tan criticado “bit tax”. “Un reporte de la ONU dice que por un impuesto de un centavo de dólar por cada cien mensajes electrónicos se generarían 70 mil millones de dólares por año”.³⁷

En ese mismo orden de ideas la ONU propone los siguientes puntos:

- ❖ Educar a los contribuyentes, quienes por lo general tienen la idea de que las operaciones con vendedores remotos son siempre libres de impuestos.
- ❖ La necesidad de acuerdos internacionales para recabar impuestos y que cada país reciba participaciones por ello.
- ❖ En las facturas electrónicas de ventas electrónicas ofrecer la opción de que el consumidor establezca su lugar de residencia, para que se le cargue el impuesto respectivo y pueda deducirlo y/o acreditarlo.

³⁷ NELLEN Annette, *Op. cit.*, pág. 71

- ❖ Evitar establecer nexo o establecimiento permanente por el mero hecho de tener un servidor informático, porque de aplicarse esta regla los servidores se trasladarían hacia paraísos fiscales.
- ❖ Si se fiscaliza sobre la base de la residencia, en lugar de la fuente de riqueza de los ingresos, los Estados con mayor número de clientes que negocios electrónicos, podrían sufrir una pérdida recaudatoria de consideración.

• **La Organización Mundial de Comercio.** Respecto de las repercusiones en materia fiscal, el debate que interesa en esta organización es si alguno de los dos acuerdos generales que constituyen sus pilares, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (más conocido por sus siglas en inglés, GATT), o el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS son sus siglas en inglés), o ambos, proporcionan el marco adecuado para el comercio electrónico.

Hasta el momento, y en esta materia, el único acuerdo relevante alcanzado fue la “Declaración Ministerial sobre Comercio Electrónico Mundial”, de mayo de 1998, a iniciativa de EEUU. Supuso, primero, un compromiso de abordar un programa de trabajo sobre todas las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico que tuvieran que ver con las atribuciones de dicha organización y, en segundo lugar, un acuerdo de no imponer derechos de aduana sobre las transmisiones electrónicas, estableciendo, en definitiva, una moratoria aduanera. Sin embargo, tal declaración tenía una vigencia temporal hasta la finalización del tercer período de sesiones, que se celebró en la reunión de Seattle, en noviembre de 1999. Debido al fracaso de esta última conferencia ministerial, parece que ya no tiene cobertura la anterior moratoria aduanera.

Así pues, a diferencia de la UE, sobre todo, y de la OECD, la OMC no ha podido pronunciarse aún en relación con la fiscalidad (aduanera) de las transmisiones electrónicas. Esta situación es debida a la confrontación de posiciones en su interior, pues se plantean dudas y discrepancias sobre si determinados contenidos digitales suministrados electrónicamente, están sujetos al GATT o al GATS. Frente a EEUU, la UE postula que constituyen un servicio y, por tanto, entrarían en el marco del GATS. El eventual mantenimiento de la moratoria anterior, que

apenas es puesta en cuestión por los países más desarrollados económicamente, no soluciona la problemática de las transmisiones electrónicas internacionales cuando se trata de bienes digitales. El GATS no contempla la imposición de derechos aduaneros en su ámbito, al contrario que en el GATT, pero tampoco hay ninguna cláusula que los prohíba. Por su parte, su inclusión en el GATT como una categoría especial de los bienes, llevaría aparejada la aplicación de obligaciones, como la de nación más favorecida, y reglas más estrictas en cuanto a liberalización de mercados, lo que otorgaría ventajas a los países más avanzados en materia de desarrollo del comercio electrónico.

3.3.2. Enfoques nacionales

Al tratar de obtener un panorama general de las medidas llevadas a cabo en un plano internacional por las organizaciones mencionadas, para procurar la creación de un marco teórico y práctico del comercio electrónico, es importante considerar las iniciativas de algunos países, toda vez que este tema, como se mencionó con anterioridad, no puede ser analizado de forma aislada, puesto que su naturaleza global exige considerar las posturas de los diferentes organismos internacionales y de las naciones que encabezan las iniciativas.

Estudios serios respecto a la fiscalización del comercio electrónico, los encontramos en documentos de las administraciones fiscales de: Australia, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Irlanda, Países Bajos, Reino Unido y Suiza. De la lectura conjunta de las conclusiones vertidas en dichos documentos, a manera de resumen, se podrían mencionar los siguientes puntos:

- ❖ En virtud de que el comercio electrónico aún no ha desarrollado todo su potencial, en los informes de algunos países (Australia, Irlanda, Países Bajos y Reino Unido) destacan la inexistencia de un riesgo importante de pérdida recaudatoria a corto plazo, aunque no todos los países comparten la misma opinión.
- ❖ Por otra parte, todos coinciden en la necesidad de contar con soluciones supranacionales, por lo cual se le concede una gran importancia a las investigaciones

realizadas por organismos como la OECD y la OMC. Sólo Estados Unidos escapa a esta percepción.

- ❖ Respecto de las cuestiones aplicables a la política tributaria, salvo Estados Unidos, ningún país cuestiona la necesidad de gravar las actividades del comercio electrónico, rechazándose toda consideración de establecer una zona franca o exenta para el ciberespacio.
- ❖ Otro principio general, en el cual incluso Estados Unidos está de acuerdo, consiste en el rechazo a establecer un impuesto específico, como el “bit tax”. La opinión compartida es la de adaptar o modular los impuestos existentes a la nueva situación.
- ❖ La problemática asociada a la utilización de los precios de transferencia se observa en todos los documentos europeos, en tanto que en el suizo se examina un aspecto más, como es el de la utilización de los distintos beneficios y lagunas contenidos en los convenios para evitar la doble tributación para eludir el pago de impuestos.
- ❖ Se destaca en todos los documentos la supremacía del principio de neutralidad mencionado en el capítulo segundo del presente trabajo.
- ❖ En general, se defiende la necesidad de estrechar la cooperación entre las administraciones tributarias y los agentes económicos y sociales de cada país con sus respectivas administraciones.
- ❖ Se proponen muchas cosas en los documentos de los países referidos, pero no parece haber al día de hoy, una verdadera estrategia de fiscalización y gestión tributaria del comercio electrónico, aunque ya se empieza a estructurar el marco teórico de ésta.
- ❖ Por otra parte, se debe observar el elenco tan elevado de ideas con una actitud crítica que lleve a un análisis riguroso de cada una de ellas, porque algunas de las propuestas teóricas no resistirían probablemente su aplicación práctica en muchas facetas, por lo cual es importante considerar la aplicación práctica de las premisas, para llegar a conclusiones verdaderas, resultado de razonamientos correctos.

4. EL CONCEPTO DE ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO ELECTRONICO

4.1. Antecedentes históricos

4.1.1. Consideraciones teóricas. El establecimiento permanente se trata de un mecanismo utilizado en diversos ordenamientos jurídico-tributarios del mundo, para solucionar el problema de la actividad habitual o continuada de empresas no residentes, de forma que el Estado donde se genera la riqueza pueda gravar las rentas del no residente, como si el dicho establecimiento fuese una persona distinta de la casa matriz que tiene su residencia en otro país.

El carácter de permanencia del establecimiento supone una utilización de las infraestructuras del país, lo cual lo obligaría a contribuir al sostenimiento de las cargas públicas del mismo, es decir, a través de esta figura jurídica, las naciones establecen soberanía tributaria sobre los extranjeros que lleven a cabo actividades económicas sin acudir a la creación de personas jurídicas o sociedades mercantiles.

Es importante destacar que los países suelen partir de dos principios para justificar el cobro de tributos. El primero es el principio de la fuente de riqueza, que sostiene que todo Estado posee la potestad tributaria de gravar todos los actos u operaciones llevados a cabo por extranjeros, que se realizan o surtan sus efectos en la propia jurisdicción, lo cual, de acuerdo a algunos teóricos, es el fundamento del concepto de establecimiento permanente. La segunda premisa es el principio de residencia, consistente en que se suele gravar las actividades económicas llevadas a cabo en un territorio por extranjeros, cuando éstos posean el carácter de residentes, conforme a las leyes aplicables.

Suele ocurrir que dos países ejerzan soberanía tributaria sobre un mismo ingreso, al gravar uno bajo el principio de la fuente de riqueza y el otro bajo el principio de residencia, dando origen a problemas de doble tributación internacional. Con la finalidad de evitar la doble tributación, los países celebran convenios o tratados, donde en circunstancias acordadas, uno de los

Estados renuncia a gravar determinadas categorías de ingreso o bien a limitarse a establecer los gravámenes hasta una cifra tope, con la finalidad de evitar la doble imposición del ingreso.

En el mismo orden de ideas, es importante enfatizar que la figura del establecimiento permanente surgió como un mecanismo para solucionar el problema de la doble imposición internacional, generada por dos tendencias encontradas: una, la de los países en vías de desarrollo, netamente importadores de capital, que tienden a gravar la fuente de riqueza del ingreso con independencia de la residencia de los contribuyentes; y la otra, inversa a la anterior, aplicada por los países desarrollados, exportadores de ese capital, para gravar los ingresos percibidos por sus residentes, sea cual fuere el lugar donde se encuentre la fuente de riqueza de los mismos. Al momento en que unos Estados gravan la fuente del ingreso y otros parten del concepto de residencia de las personas, la consecuencia que se presenta es la de la doble imposición internacional.³⁸

Como lo comenta el tratadista Enrique Calvo Nicolau³⁹: en una primera aproximación podría pensarse que la residencia del establecimiento permanente es la que determina la facultad del Estado para imponerle contribuciones. Sin embargo, es de observar que dicho establecimiento en sí mismo no es un contribuyente, porque no es una persona jurídica; el contribuyente es la persona residente en el extranjero a quien pertenece el lugar fijo de negocios. Podría pensarse, por otra parte, que es la ubicación de la fuente de riqueza el factor que determina la facultad de la autoridad tributaria para gravar las actividades realizadas por el residente en el extranjero a través del establecimiento permanente. Sin embargo, si bien en ocasiones la fuente de riqueza del ingreso, que obtienen los no residentes a través de su establecimiento, se ubica en el país en que se despliegan las conductas que originan que se configure el establecimiento permanente, no siempre sucede así; en ocasiones, el ingreso proviene de una fuente de riqueza localizada en otro Estado y, no obstante, el ingreso se atribuye al establecimiento permanente. Es por eso que la facultad impositiva, respecto de los sujetos que tienen establecimiento permanente en él, no puede fundamentarse aisladamente, ni en la residencia del sujeto ni en la

³⁸ PEREZ DE HACHA, Luis Manuel, Establecimiento Permanente, pág. 10.

³⁹ Cfr. CALVO NICOLAU, Enrique, Tratado del Impuesto sobre la Renta, Editorial Themis, México, Octubre 1998, Tomo II, pág. 296

fuentes de riqueza del ingreso que se obtiene a través del lugar fijo de negocios. Esta figura es un punto intermedio, una combinación entre ambos conceptos (y es que solo así se podría alcanzar un equilibrio entre principios opuestos).

Asimismo, existe cierto grado de consenso en el ámbito internacional, respecto a que las actividades que realiza una empresa no residente en otro país, que sean meramente de naturaleza preparatoria o auxiliar no constituirían establecimiento permanente, esto es, actividades tales como: propaganda, suministro de información, investigación científica, de preparación para la colocación de préstamos, la utilización o el mantenimiento de instalaciones con el único fin de almacenar o exhibir bienes o mercancías pertenecientes al residente del extranjero, y otras similares. En este caso, la dificultad estriba en definir si las actividades son de naturaleza preparatoria o auxiliar o si realmente constituyen establecimiento permanente, lo cual implicaría un análisis de cada caso particular, de acuerdo a la legislación de la jurisdicción competente o en su caso, del tratado tributario correspondiente; pero una regla general, por así decirlo, consiste en determinar si las actividades del no residente en la instalación fija de negocios, constituyen en sí mismas la parte esencial y significativa de las actividades del conjunto de la empresa, lo cual solo se puede concluir a través de las circunstancias particulares de cada caso.

4.1.2. El origen del concepto de establecimiento permanente. Este concepto ampliamente utilizado en los tratados internacionales para evitar la doble tributación, tiene sus orígenes en la Prusia del siglo XIX, donde se regulaba la tributación de un lugar fijo de negocios en una municipalidad, sin importar si el propietario de dicho negocio tuviese su residencia en otro lugar.

De acuerdo con el estudioso Arvid Skaar en su obra "Permanent Establishment", fue en 1891 cuando en los estados alemanes de esa época se utilizó por primera vez el término de establecimiento permanente para definir: la existencia de un lugar de negocios, la localización geográfica de este lugar en un punto determinado y la permanencia del negocio (refiriéndose en este último caso a la actividad mercantil más que al lugar en que se desarrollaban los negocios).

Pareciera ser que el primer tratado para evitar la doble tributación se celebró entre Austria - Hungría y Prusia en 1899. Básicamente las utilidades derivadas de actividades comerciales, realizadas a través de un establecimiento permanente en el otro Estado, se gravarían en ese otro Estado, es decir, se optaba en el convenio por el criterio de fuente de riqueza.

En 1925, Alemania e Italia celebraron un tratado cuya definición de la figura en comento, podría ser considerada una de las principales influencias en la definición adoptada por la OECD en su Modelo de Convenio de 1977, toda vez que se hacía referencia a una instalación permanente para llevar a cabo, total o parcialmente, actividades empresariales; de igual forma, se mencionaba que un agente u otro tipo de representantes constituirían establecimiento permanente, sin hacer distinción entre sí dichas personas actuaban de forma dependiente o independiente de la empresa a la que representaban.

Los primeros estudios serios respecto al problema de la doble tributación internacional, los podemos encontrar en la Liga de las Naciones, en cuyo primer Modelo de Convenio de 1927 se adoptó el principio de que el Estado de residencia del sujeto, es el que tenía la facultad de imposición de las cargas tributarias, pero se permitía que la autoridad de ubicación de la fuente de riqueza también gravara las utilidades de los no residentes, si en esa jurisdicción se configuraba la existencia de un establecimiento permanente, por lo que aún se daba pie a controversias de doble tributación.

Por su lado, las obras en construcción a partir de los tratados celebrados en 1930 empezaron a configurar establecimiento permanente. Aunque se establecía bajo que circunstancias un Estado podía gravar actividades comerciales, aún no se había llegado a un concepto de dicha figura, sino que fue hasta el Modelo de Convenio de 1963 de la OECD, que se definió por primera vez como: “un lugar fijo de negocios en el que la actividad de una empresa se lleva a cabo, de manera total o parcial”.

4.2. Establecimiento permanente y comercio electrónico

4.2.1. La jurisdicción fiscal del comercio electrónico. El comercio electrónico permite que un no residente tenga transacciones extensivas con clientes de otras jurisdicciones, sin la necesidad de tener presencia física en dicho países. Una de las cuestiones a resolver es determinar si se están llevando a cabo negocios o comercio en esos otros Estados, o si se tiene un establecimiento permanente, o si dichas actividades son meramente equivalentes a una orden de compra de clientes ubicados en otros países, sin ninguna otra actividad.

La idea actual de establecimiento permanente como un lugar fijo de negocios, mediante el cual una empresa realiza toda o parte de su actividad, simplemente resulta ilógica en el contexto del comercio electrónico. Una empresa a través de la Internet puede tener presencia en muchos países, sin haberse movido de su Estado de residencia, pues no se precisa una presencia física de la empresa y ni siquiera la de un agente. Esto es, resulta difícil de entender como un concepto tangible, como el que se analiza, puede ser aplicado a un sitio de comercio electrónico, de suyo de naturaleza intangible. Para resolver la cuestión anterior básicamente se tienen tres alternativas:

- ❖ No aplicar el concepto de establecimiento permanente en el caso de las actividades de comercio electrónico.
- ❖ Elaborar un nuevo concepto respecto de tales situaciones.
- ❖ Adaptar el concepto actual de establecimiento permanente para dar cabida a las nuevas circunstancias.

Las dos primeras alternativas no son las más recomendables. La primera porque supondría que los países renunciarían al gravamen de la renta de los no residentes, lo cual, en principio, favorecería que las sedes de compañías de empresas de comercio electrónico se localizaran en paraísos fiscales. La segunda, por los conflictos y discriminación entre actividades llevadas a cabo por medio del comercio tradicional y aquéllas realizadas a través del comercio electrónico.

La tercera opción es la que sigue actualmente la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés) aunque se están limitando a añadir nuevos párrafos a los comentarios al artículo 5º del Modelo de Convenio, al parecer porque desean mantener el texto del artículo, pero por otra parte no se están contemplando todos los supuestos posibles, por lo que sería importante que el trabajo de la OECD se realizara adaptando el texto del Convenio y no sólo los comentarios de este, así como abarcando otros supuestos que sean tecnológicamente posibles en este ámbito, puesto que así, el concepto de establecimiento permanente tendría una mayor aplicabilidad y cobertura de las operaciones de comercio electrónico.

Uno de los problemas existentes respecto al tratamiento de las actividades de comercio electrónico es la falta de consenso internacional respecto al cómo y al cuándo constituyen establecimiento permanente. Por ejemplo, España y Portugal no consideran que la presencia física sea un requerimiento para configurar a aquél en el contexto del comercio electrónico, al grado de que una empresa llevando a cabo negocios a través de un sitio “web”, debería ser tratada como un establecimiento permanente, aunque por otra parte aceptan que para que el sitio “web” llegue a constituirlo, la clave radicaría no en la permanencia física continuada en un Estado, sino que se entienda que se opera económicamente en ese país de forma regular, continuada y estable cuando se supera un volumen mínimo de operaciones durante un año y se cumplan otros requisitos de vinculación, apuntándose, como criterios orientadores: la posibilidad de cerrar la operación en la Internet (en el sentido de perfeccionar el contrato); la utilización de publicidad específicamente dirigida a un colectivo que sólo pueda residir en un país concreto; la contratación de servicios postventa con carácter de permanencia; la aceptación o pertenencia a movimientos institucionales de carácter nacional (patronal, organismos de arbitraje comercial, etc.); la tenencia o alquiler de depósitos de mercancías; la vinculación estable con instituciones financieras; la vinculación estable con empresas de mensajería o paquetería nacional, etc.

El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, por su parte, es de la idea de que las personas dedicadas al comercio electrónico, en principio, no tienen establecimiento

permanente en los Estados Unidos, porque no cuentan con un lugar fijo de negocios en su país, a menos que éste sea creado por imputación. Asimismo, “para un negocio que vende información en lugar de bienes, un servidor pudiera ser el equivalente de un almacén”.⁴⁰ Una distinción clave es entre actividades que contribuyen a maximizar la productividad de una empresa y actividades, que en sí mismas, incluyen una realización de beneficios.

A pesar de los diferentes criterios de los países respecto a la aplicación del concepto en comento al contexto del comercio electrónico, lo que es claro es que los contribuyentes no deben ser colocados en una posición tal que lleguen a constituir establecimiento permanente en un país sin saberlo, algo que se evita con la conclusión de que un sitio “web” por sí mismo no puede constituirlo, mismo criterio que comparte el Comité de Estudios Fiscales de la OECD, y que el AICPA (“American Institute of Certified Public Accountants”) refuerza al comentar que “es difícil imaginar como la propiedad intangible, que por naturaleza no tiene contenido físico, puede constituir un establecimiento permanente”.⁴¹ Aunque la diferencia entre la propuesta de la OECD y el AICPA, radica en que la primera reconoce que la intervención humana no es un requerimiento para configurarlo, y que aunque un sitio “web” no lo constituye por sí solo, un equipo informático operado en forma remota bien pudiera constituir un establecimiento permanente, aunque eso dependerá de sí las funciones realizadas en dicho equipo exceden operaciones preparatorias o auxiliares, algo que solo se puede decidir en un análisis individual de cada caso. Obviamente que el anterior criterio de la OECD no agrada a varios países por la falta de certeza jurídica que derivaría de ello, aunque a falta de criterios más claros, en la actualidad el criterio de la OECD no luce fuera de contexto.

Por otra parte, pareciera confuso el hecho de que no resulta necesaria la intervención humana para constituir establecimiento permanente, por lo que se necesita hacer una distinción clara entre lo que es equipo informático, de suyo un bien de naturaleza tangible, y los datos y el software usado o almacenado en dicho equipo. Por ejemplo, un sitio “web”, que es una combinación de datos y software, no puede por sí mismo constituir propiedad tangible, mucho menos un lugar de negocios. En cambio, el servidor en que está almacenado el sitio “web” es

⁴⁰ US DEPARTMENT OF THE TRESURY, Op. cit.

⁴¹ NELLEN, Annette, Op. cit.

una pieza de equipo que tiene una presencia física y cuya localización puede constituir un lugar fijo de negocios de la empresa que opera el servidor.

En el ejemplo anterior, la distinción entre lo tangible y lo intangible resulta obvia, pero el problema es que en el mundo moderno, muchos profesionales no tienen tan clara esa distinción, y no sorprende que incluso en los Estados Unidos, mientras una corte de Florida establecía que la transmisión electrónica de imágenes no causaba impuesto sobre las ventas, toda vez que unas imágenes en la pantalla no podían ser tocadas o poseídas, ya que sólo son de naturaleza transitoria o pasajera; una corte en Louisiana llegaba a la conclusión de que el software es parte del mundo físico, en virtud de que el software es conocimiento grabado en una forma física, por lo cual se vuelve intrínsecamente ligado con la parte o con el objeto corpóreo en que está grabado, esto es un disco, cassette, cinta, disco duro u otro dispositivo. Esta última conclusión, luce como una argumentación que deja serias dudas respecto al rigor del razonamiento empleado para llegar a ella, al grado de que partiendo de las premisas empleadas, se llegaría al absurdo de que no existe bien alguno de naturaleza intangible, puesto que todo está contenido de una forma u otra en algo físico, inclusive en el cerebro humano.

Retomando el ejemplo del servidor, para que éste se considere establecimiento permanente, en él se tendrían que llevar a cabo las operaciones fundamentales o centrales de una empresa, es decir, sus operaciones comerciales esenciales y no tanto aquellas preparatorias o auxiliares; considerando, asimismo, que la empresa que opera el servidor puede ser diferente a la que lleva negocios en el sitio “web”. Adicionalmente, para constituir un lugar fijo de negocios, un servidor necesitaría estar localizado en cierto lugar por un período suficiente de tiempo para convertirse en fijo, condición que no satisface un sitio “web” por las razones expuestas. Adicionalmente, algunos teóricos señalan que tampoco es fácil atribuir los beneficios a un simple servidor si nos basamos en el hecho de que éste sólo transmite datos, y son estos últimos la esencia de la operación que genera los ingresos; es decir, se encuentra absolutamente difícil que el servidor realice una actividad empresarial a nombre y cuenta del sitio “web”, por lo que se podría llegar en un momento dado al absurdo, al pretender aplicar al mismo tiempo las premisas citadas, de que simplemente no se pueden atribuir ingresos a este tipo de operaciones.

Por otra parte, la cuestión fundamental para que un Estado pueda exigir el pago de tributos a un no residente, es determinar si ese país ha dado algo como para poder tener derecho a exigir contribuciones, es decir, si el no residente se está beneficiando de la infraestructura y el mercado económico de ese lugar, para obtener ingresos con fuente de riqueza localizada en él, y en consecuencia, estar obligado a contribuir al gasto público. De tal manera que cualquier disposición legal que pretenda exigir el pago de tributos debería atender a lo anterior.

4.2.2. El impacto de la revolución en las comunicaciones en el lugar de administración efectiva como regla para determinar la residencia de una sociedad. Como en su momento se señaló, la mayoría de los países fiscalizan tanto sobre la base de la fuente de riqueza como de la residencia, siendo que en ocasiones surgen conflictos jurisdiccionales de residencia – residencia, en donde dos Estados contratantes dan el tratamiento de residente para propósitos fiscales a una persona bajo sus leyes domésticas.

El Modelo de Convenio Fiscal de la OECD establece que en el caso de que no sea una persona física, será considerado como residente solamente del Estado en el cual su lugar de administración efectiva esté situada.

En el comercio tradicional, de acuerdo con el párrafo 24 de los comentarios al artículo 4° del convenio citado en el párrafo anterior:

El lugar de administración efectiva es el lugar donde la administración clave y las decisiones comerciales que son necesarias para conducir los negocios de la entidad son substancialmente hechos. El lugar de administración efectiva ordinariamente va a estar donde se encuentren la mayoría de los socios principales o el grupo de personas (por ejemplo, la junta directiva o consejo de administración) toma las decisiones, el lugar donde las acciones a llevar a cabo por la empresa como un todo son determinadas; sin embargo, no hay una regla definitiva que pueda ser dada, y todos los factores relevantes y las circunstancias deben ser examinados para determinar el lugar de administración efectiva. Una empresa puede tener más de un lugar de

administración, pero sólo puede tener un lugar de administración efectiva en un momento dado.

En Australia las leyes fiscales plantean un test de residencia adoptado por varios otros países, donde una compañía se considerará residente australiana, si cumple con alguna de las siguientes condiciones:

- ❖ Está constituida en Australia;
- ❖ Lleva a cabo negocios en Australia, y es administrada centralmente y controlada en Australia; o
- ❖ Lleva a cabo negocios en Australia y su poder de voto es controlado por accionistas residentes en Australia.

Generalmente, la administración central y el control coinciden en el comercio tradicional con el lugar donde los directores ejercen su poder y autoridad (el cual a su vez coincide generalmente con el lugar donde se reúnen).

En Canadá, los factores a analizar para determinar el lugar de dirección central y control son los siguientes:

- ❖ Lugar de incorporación o constitución.
- ❖ Lugar de residencia de accionistas y directores.
- ❖ Lugar donde las operaciones de negocio se llevan a cabo.
- ❖ Lugar donde ocurren los tratos financieros de la compañía.
- ❖ Lugar donde los libros de actas de la compañía son conservados.

Por su parte, de acuerdo a las leyes alemanas, un lugar de administración es aquél donde las políticas más importantes de la administración son elaboradas, es decir, es el centro de la administración de más alto nivel.

Como se puede inferir, hay cierto consenso en el ámbito internacional en que el lugar de administración efectiva, generalmente, se encuentra en el lugar donde las decisiones administrativas y comerciales, necesarias para la conducción de los negocios son substancialmente hechos y dados, pero también otros factores relevantes son tomados en cuenta.

Las reglas anteriores han probado su utilidad en el comercio tradicional, pero con la tecnología de comunicaciones moderna, podría ser imposible determinar concluyentemente donde reside la administración y la dirección central, simplemente bajo las reglas anteriores ¿en qué jurisdicción se encuentra una decisión efectuada por videoconferencia?, ya no es necesario para una persona estar físicamente localizada en un lugar particular para hacer negocios, por lo cual hay un riesgo en aumento de que las multinacionales operando efectivamente con equipo de telecomunicaciones, pudieran ser considerados residentes de múltiples jurisdicciones por las autoridades fiscales de cada una de ellas.

4.2.3. Lugar de administración efectiva en múltiples jurisdicciones. Tal y como se comentó en el apartado anterior, el comercio electrónico, en ocasiones da pie a situaciones donde realmente se complica definir el lugar de administración efectiva, esto principalmente por la falta de adaptación de las legislaciones fiscales domésticas al entorno electrónico y de telecomunicaciones actuales. Una buena pregunta que se podría hacer, es cómo determinarlo cuando la mitad de los directores reside en un país "A", mientras que la otra mitad reside en el país "B".

El ejemplo anterior no es más que un caso que, poco a poco, se vuelve más frecuente, incluso se podría llegar al extremo de que el director administrativo de una compañía está constantemente en movimiento, al grado de que las decisiones fundamentales son tomadas mientras vuela en un avión sobre el océano o mientras visita varios sitios en diferentes jurisdicciones donde lleva cabo sus negocios.

Para resolver cuestiones como la anterior e incorporarlas a las respectivas legislaciones nacionales y convenios para evitar la doble tributación, lo más importante es el análisis a

conciencia del problema, de forma que se llegue a una regla práctica de asignación del lugar de administración, que en el caso de los tratados opere en forma tal que asigne la residencia a uno solo de los Estados contratantes.

Las siguientes opciones pudieran ser consideradas para establecer dicha regla:

- ❖ Reemplazar el concepto de lugar de administración efectiva.
- ❖ Perfeccionar el test para definir el lugar de administración efectiva.
- ❖ Establecer una jerarquía de tests, de forma que si la regla de desempate no funciona, se apliquen los siguientes tests.
- ❖ Una combinación de los dos anteriores.

A continuación se analizarán cada una de las opciones señaladas:

- **Reemplazar el concepto de lugar de administración efectiva.** Al tratar de buscar un concepto para definir el lugar de administración efectiva, hay que aceptar la dificultad de tratar de crear un concepto radicalmente nuevo, si así podemos llamarlo, porque básicamente se tendría que sustentar de una u otra forma en alguno de los siguientes conceptos:

- ❖ El lugar de incorporación (la constitución de la sociedad) o, en el caso de asociaciones no incorporadas, el lugar donde leyes corporativas se apliquen al establecimiento de la empresa. En el entorno actual, el acto de incorporar o constituir una empresa o establecer una incorporada es relativamente simple. De hecho, en varias jurisdicciones se permite la incorporación en línea, por tanto, es posible que la única relación de una empresa con una jurisdicción sea sólo una relación formal, por esta razón el lugar de incorporación se rechazaría como una “regla de desempate”; además como el proceso de incorporación es sólo formal, es posible tiempo después cambiar el lugar de incorporación usando diferentes métodos. Finalmente, es importante recordar que en algunas jurisdicciones es posible para una compañía estar incorporada en más de un país.

- ❖ El lugar donde los directores/accionistas residen. Lo anterior no siempre arroja un resultado claro que de certeza, toda vez que se puede tener el caso donde los accionistas no sean personas físicas, y entonces se caería en el problema de definir nuevamente su lugar de incorporación.
 - ❖ El lugar donde el nexo económico sea más fuerte. La conexión económica con un Estado puede estar caracterizada porque los factores de producción son utilizados por la compañía para obtener sus beneficios, de esta forma se podría determinar donde las relaciones son más fuertes y en consecuencia, la residencia en un Estado; pero también hay que considerar que se podría caer en comparaciones de naturaleza subjetiva y podría discriminarse a empresas multinacionales residentes en países pequeños.
- **Perfeccionar el test de administración efectiva.** Se podría redefinir el test basándose en los factores predeterminantes o bien, dar ponderación a varios factores. Como factores predeterminantes se entienden aquellos donde: son hechas, en substancia, las decisiones administrativas y comerciales clave; las personas de alto rango o grupo de personas hacen sus decisiones; y las acciones a llevar a cabo por la empresa como un todo son determinadas. Si los factores anteriores no determinan un solo lugar de administración efectiva, será necesario considerar factores adicionales (aunque no hay una regla definitiva, por lo que todos los factores y circunstancias relevantes deberán ser considerados). Como factores adicionales podrían estar los siguientes:

- ❖ Localización de las funciones llevadas a cabo por los directores.
- ❖ Información respecto a dónde se localiza la administración central y control de la compañía.
- ❖ Lugar de incorporación o registro.
- ❖ Importancia relativa de las funciones llevadas a cabo en dos o más Estados.
- ❖ Lugar donde reside la mayoría de los directores.

Por su parte, es importante destacar que el artículo 8º párrafo 3ro. del Modelo de Convenio de la OECD establece lo siguiente:

“Si el lugar de administración efectiva se encuentra a bordo de un buque, entonces aquel estará situado en el Estado contratante en donde el puerto de pertenencia del barco o buque esté situado, o si no hay un puerto al que pertenezca, en el Estado contratante del cual el operador del barco o buque es residente”.

Lo anterior podría aplicarse a situaciones donde el lugar de administración efectiva es movable, pero sin embargo no abarcaría situaciones donde el lugar de administración efectiva pudiera existir simultáneamente en múltiples jurisdicciones, por ejemplo, si los directores de diferentes países se reúnen a través de teleconferencia, por lo que habría que considerar el mayor número de factores posible atendiendo a las circunstancias de cada caso, lo cual es innegable que puede derivar en incertidumbre legal respecto a la localización del lugar de administración efectiva, por el simple hecho de estar sujeto a interpretaciones tanto de particulares como de la autoridad fiscal.

- **Establecer una jerarquía de tests.** Podríamos tratar de aplicar una serie de tests en forma jerárquica en donde, en el momento en que tengamos definido el lugar de administración efectiva, ahí detendríamos el proceso en virtud de que se ha encontrado respuesta.

Una posible estructura jerárquica podría ser la siguiente:

- ❖ Lugar de administración.
- ❖ Lugar de incorporación.
- ❖ Nexo económico.
- ❖ Acuerdo mutuo.

Por otra parte, en los convenios internacionales, para tratar de reducir los problemas de la residencia dual, se ha optado por denegar a las compañías de residencia dual los beneficios del convenio. Algunos países (Canadá, México y Estados Unidos) aplican lo anterior en ciertas circunstancias. Su fundamento es querer animar a las controladoras o controladora de dichas compañías a tomar las medidas correspondientes para evitar la residencia dual.

La jerarquía de tests en la mayoría de los casos dará el lugar de administración efectiva, sin embargo debe ser capaz de tener una aplicación efectiva en todos los casos, por lo que combinado con el perfeccionamiento del concepto citado, podría tener aplicabilidad en el contexto del comercio electrónico.

4.2.4. Atribución de ingresos a un establecimiento permanente que realiza transacciones de comercio electrónico. El artículo 7º párrafo 1ro. del Modelo de Convenio de la OECD señala lo siguiente:

“Cuando una empresa en un Estado contratante lleva a cabo negocios en otro Estado contratante, las autoridades del segundo Estado se tienen que plantear a ellas mismas dos cuestiones: la primera, es determinar si la empresa en referencia tiene un establecimiento permanente en su país; si la respuesta es afirmativa, la segunda pregunta es que beneficios obtenidos (si los hay) por el establecimiento permanente deben pagar impuestos”.

Sin embargo dicho artículo hasta ahora provee poca orientación en como interpretar el término “beneficios empresariales”. Existen dos enfoques al respecto, que se explicarán a continuación.

- **Enfoque de actividad de negocios relevante.** Este enfoque define los beneficios empresariales de una empresa, refiriéndose sólo a los beneficios de la actividad de negocios en la que el establecimiento permanente tiene alguna participación. Si la “actividad de negocios relevante” incluye operaciones de otras partes de la empresa y en esas operaciones se incurre en una pérdida, la “pérdida” creada por otras partes de la empresa podría efectivamente

reducir el beneficio que podría ser atribuido a un establecimiento permanente, porque ésta podría reducir los beneficios globales de la empresa en la actividad de negocios relevante. Sin embargo, pérdidas derivadas de actividades de negocio no consideradas como parte de la misma actividad de negocios relevante, llevada a cabo por el establecimiento permanente, no reducirían el beneficio atribuible al establecimiento permanente. Aunque históricamente los países sede han mostrado su negativa a considerar la limitación de la atribución de beneficios por la referencia a otras actividades desarrolladas por otros establecimientos permanentes.

- **Enfoque de entidad separada funcionalmente.** Este enfoque no limita el beneficio atribuido a un establecimiento permanente, refiriéndose al beneficio de la empresa como un todo o como una actividad de negocios particular en la que dicho establecimiento ha participado. El derecho a fiscalizar del país de la fuente de riqueza no va más allá de los beneficios de la empresa que se derivan del establecimiento permanente. Es decir, no se da la llamada “fuerza de atracción”.

Los beneficios que son atribuibles a un establecimiento permanente son aquellos que éste pudo haber obtenido bajo el principio “arm’s length” (determinación del precio y condiciones como entre partes independientes), esto es, como si fuese una empresa distinta y separada desarrollando funciones iguales o similares bajo las condiciones iguales o similares.

Varios países consideran que se realiza un beneficio fiscal, cuando un activo formando parte de la propiedad empresarial de un establecimiento permanente situado en un país, es transferido a otro establecimiento o a la oficina central situada en otro país. El enfoque de entidad funcional permite que se le atribuyan ingresos, a pesar de que en la empresa, entendida como un todo, no se han realizado los ingresos. En cambio, en el enfoque de actividad relevante no se permite lo anterior, sino hasta que los ingresos sean realizados por la empresa como un todo, como consecuencia de transacciones con otras empresas.

Por otra parte, no se debe olvidar que si el país de la fuente de riqueza y el de residencia utilizan diferentes formas de computar los beneficios, se incrementa el riesgo de doble o nula tributación.

Regresando con la cuestión de los enfoques, aunque ambos pueden en un momento dado producir el mismo resultado, la realidad es que la falta de consenso actual es insatisfactoria. Desde el punto de vista de la simplicidad, el enfoque de la entidad separada funcionalmente sería preferido, en virtud de que no impone ninguna limitación a los beneficios atribuibles al establecimiento permanente que afecte la determinación de los beneficios del mismo, de acuerdo con el principio “arm’s length”. También desde el punto de vista administrativo, el enfoque anterior sería el más indicado, porque no requiere que el país de la fuente de riqueza trate de determinar los beneficios mundiales de la empresa en la actividad de negocios relevante (excepto cuando se aplique el método denominado “profit split” o de partición de utilidades, que ya se explicará en el capítulo relativo a precios de transferencia). Desde el punto de vista de la consistencia, también se preferiría este método, ya que refleja el análisis que se llevaría a cabo si el establecimiento permanente fuese una empresa legalmente distinta y separada, por lo cual es el enfoque más adecuado.

Es importante recalcar que en el Modelo de Convenio de la OECD no se incluye una definición del término beneficio, por lo que el país de la fuente de riqueza pudiera aplicar la definición señalada en su legislación doméstica.

- **Determinando los beneficios atribuibles al establecimiento permanente.** Estos conforme al artículo 7° párrafo 2do. del Modelo de Convenio de la OECD serían:

“Los beneficios que se esperarían obtener si la empresa fuese una empresa distinta y separada, involucrada en actividades iguales o similares, bajo condiciones iguales o similares, y negociando de forma totalmente independiente con la empresa de la cual es un establecimiento permanente”.

Dicho enfoque como vemos es el que se explicó en el punto anterior, y tiene sus orígenes en el enfoque de “empresa independiente” y “contabilidad separada” adoptado por la Liga de las

Naciones en 1932-33 y que podría ser considerado el origen del principio “arm’s length” en el contexto de los establecimientos permanentes.

Los pasos a seguir, conforme a las recomendaciones de la OECD, contenidas en su Modelo Convenio y que nos establecen la obligación de atribuir ingresos “arm’s length”, serían los siguientes:

- ❖ Un análisis funcional y de factores de forma que se hipotetice apropiadamente al establecimiento permanente y al resto de la empresa como si fuesen empresas asociadas, cada una llevando a cabo funciones, usando activos y asumiendo riesgos.
- ❖ Un análisis de las “Guidelines” (Guías) de la OECD de precios de transferencia para aplicar el principio “arm’s length” a las empresas hipotéticas.

En el primer paso se tendrían que determinar las actividades y condiciones de las empresas hipotéticamente distintas y separadas. Las “Guidelines” establecen en el artículo 1.20 que un análisis funcional permite identificar y comparar las actividades económicamente significativas y las responsabilidades asumidas

Si un establecimiento permanente es creado por un lugar fijo de negocios, las actividades y responsabilidades de la empresa que están asociadas con él, podrían determinarse por el análisis del “lugar fijo” que lo constituye y las funciones desarrolladas en dicho “lugar fijo”. Donde se tenga un establecimiento permanente por virtud de una agencia, el análisis funcional tendría que tomar en cuenta cualquier función llevada a cabo por el agente en beneficio de la empresa.

Es importante que el análisis funcional incluya no sólo las actividades llevadas a cabo en la jurisdicción del establecimiento permanente, sino también todas las actividades llevadas a cabo en beneficio de éste y todas las actividades llevadas a cabo en él en beneficio de otras partes de la empresa. El análisis funcional necesita realizarse de una manera detallada, de forma que se establezca la naturaleza exacta de la función siendo desarrollada.

Continuando con el análisis señalado, se procedería a determinar los activos usados y los riesgos asumidos por el establecimiento permanente, lo cual puede ser particularmente difícil, porque dichos conceptos pertenecen legalmente a la empresa de la cual éste forma parte; sin embargo, en la determinación de sus características para su fiscalización, son las condiciones económicas (más que las legales) las más importantes, esto porque tendrán un mayor efecto en las relaciones económicas entre las distintas partes de la entidad legal.

A pesar de que un revisor fiscal va normalmente a iniciar con las cuentas de las sucursales, pudiese ser que varios activos usados por el establecimiento permanente no estuviesen registrados en esas cuentas, pero deberían de considerarse para la atribución de beneficios.

Por otra parte, en cuanto a los riesgos asumidos en el contexto de un establecimiento permanente y la oficina central, en contraste con una controladora y su subsidiaria, es la empresa como un todo la que legalmente carga con el riesgo, aunque se podría tratar hipotéticamente al establecimiento como si asumiese el riesgo individualmente, sin perjuicio de lo que se explicó anteriormente.

La determinación de riesgos asumidos tiene consecuencias para determinar la localización del capital y la adecuación de su capital. Lo anterior se da porque una empresa asumiendo riesgos materiales adicionales, normalmente podría necesitar incrementar su capital para mantener el mismo “rating” de crédito y asumir mayores riesgos.

Para aplicar el segundo paso, es decir, determinar los beneficios de la empresa hipotéticamente distinta y separada, basándonos en el análisis de comparabilidad y las “Guidelines”, los beneficios podrían ser atribuidos a un establecimiento permanente aplicando los métodos tradicionales de precios de transferencia o, si no es posible, por medio de los métodos de beneficios transaccionales.

Por otra parte, una pregunta importante es si ha habido acuerdo intersucursales y si estos debieran ser reconocidos para propósitos de la atribución del beneficio. En las circunstancias de una empresa asociada esto podría ser más evidente. Sin embargo un acuerdo dentro de una

misma empresa no es algo tan evidente, de modo que su existencia es solamente inferido para propósitos de determinar una atribución “arm’s length” de beneficios, siempre y cuando dichos tratos se deriven de eventos reales e identificables, como por ejemplo: la provisión de servicios, el uso de un activo intangible, la transferencia de un activo financiero, entre otros. El punto de partida para la evaluación de estos tratos potenciales, van a ser normalmente los registros contables del establecimiento permanente mostrando la existencia intencionada de dicho trato.

Bajo la hipótesis de trabajo, dicho trato debe ser reconocido para propósitos de la atribución de beneficios, esto es, la intención es que las operaciones intersucursales no sean efectuadas con el principal propósito de localizar indebidamente los ingresos en jurisdicciones fiscales con menores tasas impositivas y reducir, en consecuencia, el pago del impuesto.

Como se dijo, por analogía, los “términos contractuales” pueden ser los registros contables, junto con cualquier documentación interna reciente con la intención de transferir riesgos, responsabilidades y beneficios de una parte de la empresa a otra. Si no existiesen registros contables o documentación interna evidenciando el trato, éste debe deducirse de la conducta del establecimiento permanente, así como de los principios económicos que generalmente rigen las relaciones entre partes independientes.

Aunque aquí se ha esquematizado la aplicación de precios de transferencia para atribuir beneficios al establecimiento permanente, toda vez que son temas estrechamente ligados, es válido señalar que se ahondará en dicho tema en el capítulo sexto del presente trabajo.

En cuanto a la deducción de gastos, por parte del establecimiento permanente, el artículo 7° párrafo 3ro. del Modelo de Convenio de la OECD señala lo siguiente:

“Al determinar los beneficios de un establecimiento permanente se debería permitir deducir como gastos incurridos para propósitos del establecimiento permanente, los gastos ejecutivos

y de administración generales correspondientes al Estado en que el establecimiento permanente está situado o los de cualquier otro lugar”.

La pregunta es si las deducciones permitidas para el cómputo de los beneficios de aquél deben ser los costos actuales incurridos a precios “arm’s length”.

Parece ser que la intención original del texto anterior, era asegurarse de que los gastos de la actividad de un establecimiento permanente, fueran deducibles contra sus sin importar donde se incurrieron. Aunque la hipótesis de trabajo es que el papel del artículo referido, es sólo para asegurarse que los gastos no sean rechazados por razones inapropiadas, en particular porque el gasto sea incurrido fuera de la jurisdicción del establecimiento permanente o porque no sea erogado exclusivamente para éste.

Por su parte, el citado artículo 7º, en su párrafo 4to. nos indica que:

En la medida en que sea habitual en un Estado contratante determinar los beneficios a ser atribuidos a un establecimiento permanente, basándose en un prorrateo de los beneficios totales de la empresa entre sus partes, nada en el párrafo 2do. (esto es la atribución de beneficios “arm’s length”) deberá ser impedimento para el Estado contratante para determinar los beneficios a ser fiscalizados por dicho prorrateo de la forma habitual; sin embargo, el método de prorrateo adoptado debe ser tal que el resultado esté de acuerdo con los principios contenidos en este artículo.

También cabría señalar, que el mismo artículo 7º en su párrafo 5to. prohíbe la atribución de beneficios a un establecimiento permanente, por razón de la mera compra de bienes o mercancías para la empresa. El Modelo de Convenio deja claro que todos los beneficios y gastos derivados de las actividades de adquisición, deben ser excluidos del cómputo de los beneficios fiscales. El Comité de Asuntos Fiscales de la OECD es de la idea de que lo anterior, no necesariamente concuerda con una situación donde una empresa independiente adquiere bienes o mercancías en beneficio de otra parte independiente, ya que en ese caso debiera ser

remunerada bajo una base “arm’s length”. Por lo tanto, concluyen que el párrafo 5to. no sería consistente con el propio principio “arm’s length” y no es justificado. No debería haber límites a la atribución de los beneficios al establecimiento permanente, excepto los límites para una operación “arm’s length”.

No es del todo correcta la opinión anterior, porque como en su momento se mencionó un Estado puede exigir un impuesto en la medida en que un establecimiento de una empresa se haya beneficiado de la infraestructura del país, y aunque nuestra hipótesis de trabajo opte por el principio “arm’s length” para atribuir beneficios a un establecimiento permanente no podemos perder de vista lo que se comenta, esto es, que aunque en un momento dado, por las circunstancias se llegue a una conclusión de que, por ejemplo, en el caso de la adquisición de mercancías debiera ser aplicado el principio “arm’s length”, la fundamentación es incorrecta y por otra parte pudiera contradecir el principio de que las actividades auxiliares y preparatorias no constituyen establecimiento permanente, por lo que sería prudente hacer una excepción al principio “arm’s length” en estos casos. De cualquier forma las aplicaciones teóricas de atribución de beneficios a un establecimiento permanente siguen siendo de utilidad, inclusive en el contexto del comercio electrónico, aunque necesitan ser adaptadas para generar una mayor certeza jurídica.

4.3. Tipos de ingresos en las operaciones de comercio electrónico

Una vez que se ha definido la existencia de un establecimiento permanente e identificado los ingresos atribuibles a este, es decir, al sujeto y al objeto de una contribución, para poder determinar la tarifa, tasa o cuota, así como la base de aplicación de la misma, es necesario saber el tipo de ingreso generado, en virtud de que la mayoría de las legislaciones domésticas y los tratados internacionales hacen distinción entre el origen de los ingresos, ya sea se trate de beneficios empresariales de sociedades, dividendos percibidos, ganancias de capital, entre otros, no sólo para efectos de los impuestos sobre la renta, sino adicionalmente para la aplicación de los impuestos al consumo, sobre actividades del juego y apuestas y otro tipo de gravámenes.

En el caso del comercio electrónico, las actividades derivadas de éste, pueden resultar en confusión e incertidumbre respecto del tratamiento fiscal a aplicarse, por la novedad que representa esta actividad para la fiscalidad. Algunas transacciones podrían resultar en “royalties” o regalías, porque implican pagos por el uso o el privilegio de usar “copyrights” o propiedad similar. Lo anterior, porque la información digitalizada suele estar protegida por derechos de autor, pero sería necesario aplicar la definición de “royalties” de una forma que se tome en cuenta la muy particular naturaleza y características de la información digital.

Bien pudiera estar dándose alguno de los siguientes casos:

- ❖ Transferencia de derechos de copiado (“copyrights”).
- ❖ Transferencia de copias del programa protegido con “copyrights”.
- ❖ Provisión de “know how” respecto a las técnicas del programa computacional.
- ❖ Provisión de servicios para el desarrollo o modificación del programa.

Es muy importante analizar las circunstancias particulares en la venta y adquisición de programas de cómputo y atender a la legislación doméstica respectiva, ya que inclusive una persona que no se dedica al comercio de software, en un momento dado puede adquirir un programa, y debe tener muy claro el tratamiento fiscal de dicha erogación. A guisa de ejemplo, basándonos en la legislación fiscal mexicana, sorprende el hecho de que es común de que las empresas suelen dar un tratamiento de activos fijos (incluyendo como parte del equipo de cómputo) a las licencias y programas de software, criterio erróneo y que además carece de fundamento legal para ello (al menos en México).

El artículo 15-B del Código Fiscal mexicano considera como regalías, entre otros pagos, los efectuados por el uso o goce temporal de derechos de autor sobre obras científicas incluyendo la de los programas o conjunto de instrucciones para computadoras, requeridos para los procesos operacionales de las mismas, o para llevar a cabo tareas de aplicación, con independencia del medio por el que se transmitan.

Por lo general las licencias no son eternas, sino que suelen tener una caducidad contemplada en las propias cláusulas del contrato, ya sea por un período limitado o bien por la rescisión del contrato en caso de incumplimiento con lo pactado en él.

Por otra parte, la Ley del Impuesto sobre la Renta de México incluye entre los gastos y cargos diferidos las regalías, y limita su porcentaje de amortización anual a un 15 %, salvo si el beneficio de dicha inversión se concreta en el mismo ejercicio, caso en el cual podrá deducirse en su totalidad (circunstancia en la que muchos programas de cómputo bien pudieran caer).

Ahora la cuestión es que se entiende, en la Ley del Impuesto sobre la Renta mexicana, por gasto y cargo diferido. Dicha ley establece que:

“Gastos diferidos son los activos intangibles representados por bienes o derechos que permitan reducir costos de operación, o mejorar la calidad o aceptación de un producto, por un período limitado, inferior a la duración de la actividad de la persona moral...”

“Cargos diferidos son aquellos que reúnan los requisitos señalados en el párrafo anterior... pero cuyo beneficio sea por un período ilimitado que dependerá de la duración de la actividad de la persona moral”.

En principio, por la rápida caducidad de los programas informáticos se excluirían del concepto de cargos diferidos postulado por la legislación mexicana. En cuanto a la posibilidad de darles el tratamiento de regalías bajo la categoría de un gasto diferido, eso dependería principalmente de que realmente permitan reducir costos de operación, es decir aquellos que inciden sobre el producto, o bien, mejoren la calidad del mismo.

Circunstancias inaplicables en el caso de simples programas administrativos, como procesadores de texto y hojas de cálculo, por lo que dichos programas y sus respectivas licencias, bajo la legislación mexicana deberían ser deducidas en su totalidad como simples gastos, independientemente del monto erogado. En cualquier caso, no sería admisible deducir

dichas adquisiciones como activo fijo, al carecer de la característica esencial de dicho concepto, al no tratarse de bienes tangibles.

El ejemplo anterior ilustra como aplicar las disposiciones fiscales domésticas vigentes aún en el caso de adquisición de bienes digitales, lo cual no siempre genera el mismo nivel de certidumbre, pero las leyes no son estáticas sino que evolucionan con el tiempo y si se adaptan pueden proporcionar la certeza deseada en muchos casos.

Regresando a la cuestión de la clasificación del tipo de ingreso, en el comercio de bienes digitales, el derecho a reproducir es sólo relevante cuando incluye el derecho a vender copias al público y bien valdría la pena un análisis más a fondo de la transacción.

Por otro lado, bajo las distintas legislaciones domésticas actuales la venta de “CD Room’s” sí que resulta en un ingreso por enajenación de bienes, pero al parecer la clasificación del ingreso que surge por el servicio en línea por la Internet, no resulta tan claro en muchas de ellas, toda vez que es difícil determinar si se trata de una simple enajenación, de una prestación de servicios o de la provisión de “know how” o bien, de asistencia técnica. A falta de una legislación clara al respecto, habrá que analizar cada caso en particular para poder determinarlo. A grandes rasgos, para considerar si una operación de comercio electrónico incluye pago de regalías, la cuestión fundamental es identificar la consideración del pago. Bajo la legislación de algunos países, la transacción que permite a un cliente descargar productos digitales en su computadora puede dar lugar al uso de “copyrights”, porque el derecho a hacer una o más copias del contenido digital está garantizado bajo el contrato. Mientras que en las transacciones que permiten a un cliente descargar electrónicamente productos digitales para su propio uso o diversión, sólo se tendría un pago para adquirir datos transmitidos digitalmente, lo cual constituiría la consideración esencial de la operación y por tanto, no daría lugar al pago de regalías.

Asimismo, debemos distinguir entre pagos por servicios y pagos por “know how”, conceptos de diferente naturaleza. De acuerdo a la Anbppi (“Association des Bureaux pour la Protection de la Propriété Industrielle”), “know how” es información técnica no divulgada, que es

necesaria para la reproducción industrial de un producto o proceso, directamente o bajo las mismas condiciones; en la medida en que se derive de la experiencia, es decir, representa lo que un manufacturero no podría conocer o saber por la simple examinación del producto o por el simple conocimiento del progreso de la técnica. Es decir, como el anglicismo lo señala, es el saber hacer, la sapiencia en el proceso derivada de una experiencia muy particular en él.

En un contrato de “know how”, una de las partes acuerda impartir a la otra, para que use por su propia cuenta, su experiencia o conocimiento especial, que se mantendrá no divulgado al público. En este caso, el proveedor no es requerido para llevar cabo alguna parte en la aplicación de la fórmula ni para garantizar los resultados de dicha aplicación; mientras que en la prestación de servicios, una parte contratante utiliza sus habilidades para ejecutar un trabajo a favor de la otra parte. Fundamentándose en lo anterior, la OECD es de la opinión de que la provisión de información respecto a un programa de computadora, será tratada como provisión de “know how” solo si la información cumple con las siguientes características:

- ❖ Sea información relativa a técnicas de programación;
- ❖ Suministrada bajo condiciones que prevengan la revelación no autorizada y que sea contratada específicamente entre las partes; y
- ❖ Sea considerada propiedad sujeta a la protección de los secretos comerciales.

Es decir, este tipo de contratos se refieren a información que ya existe o a la provisión de información después de su desarrollo o creación y en los cuáles se incluyen cláusulas resguardando la confidencialidad de esa información. En el caso de los contratos para la provisión de servicios, el prestador se obliga efectuar dichos servicios, lo cual requerirá el uso, por parte del mismo prestador, de conocimientos especiales y habilidades, pero no se obliga a transferir dichos conocimientos o habilidades a la otra parte contratante. Bajo las circunstancias particulares de un contrato que incluye la provisión de información relacionada con programación computacional, se podría tener como regla general considerar que el pago sólo es por concepto de la provisión de dicha información, de forma que para que fuese un pago por “know how”, se necesitaría que dicha información constituya algoritmos, lenguajes o técnicas, donde la información se provea bajo la condición de que el cliente no la revele sin

autorización y de que este sujeta a algún tipo a algún tipo de protección de secretos industriales o comerciales.

Cuando se proporcionan conocimientos no patentables que no impliquen la transmisión de información confidencial, obligándose el prestatario a intervenir en la aplicación de dichos conocimientos, entonces estamos hablando de asistencia técnica. Lo anterior era necesario aclararlo, porque, en la práctica, los contratos suelen cubrir tanto la provisión de “know how” y de asistencia técnica, como por ejemplo en los contratos de franquicia.

Resulta curioso que varios convenios bilaterales incluyen en la definición de regalías los pagos por el uso o derecho a usar equipo científico, comercial o industrial, a pesar de que ese texto ya no se encuentra en el Modelo de Convenio de la OECD (salvo en el caso de Grecia, Italia y México, que se reservaron el derecho de considerar como regalías dichos conceptos), toda vez que daba pie a incluir al arrendamiento como regalía. A su vez, los pagos por bienes digitales no podrían ser considerados como arrendamiento por las siguientes razones:

- ❖ Los bienes digitales no pueden ser considerados como equipo al no ser tangibles.
- ❖ Porque no pueden ser pagos por el uso o derecho a usar, en el caso de pagos definitivos efectuados por un consumidor privado para adquirir propiedad diseñada para tener un período de vida corto.

Por su parte, las transacciones de almacenaje de datos deberían ser tratadas como transacciones de servicios, toda vez que el cliente no tiene posesión del equipo y lo utilizará en forma conjunta con otros clientes. Aunque el Modelo de Convenio de la OECD no trata en forma separada los pagos por servicios y los pagos por adquisición de propiedad, no debemos olvidar que dicha distinción es importante para efectos de algunos convenios bilaterales.

La consultoría en línea es la típica transacción de servicios. En esas operaciones el cliente normalmente no adquiere alguna forma de propiedad de la otra parte. Si el cliente adquiere propiedad como un reporte, por ejemplo, lo más probable es que haya sido creado específicamente para él; pero si el cliente adquiriese un reporte valioso u otra propiedad que

no fue creada específicamente para él, entonces la transacción podría derivar en un ingreso por la venta de propiedad.

Algunos estudiosos sostienen el punto de vista de que la clasificación del tipo de ingreso aplicable al elemento predominante en un pago, debería ser aplicado al total de dicho pago. Lo más prudente es atribuir a cada parte su proporción, pero si una parte constituye por mucho el principal propósito de un contrato y las otras partes estipuladas son sólo de naturaleza auxiliar o por sus características poco importantes, entonces el tratamiento aplicable a la parte principal debiera generalmente aplicarse al monto total de la operación. El punto clave es identificar la consideración por la que se hace un pago; así que si tenemos que la consideración esencial es garantizar el derecho a usar el “copyrigh” de un producto digital, entonces estamos hablando de un pago por regalías.

Para finalizar este apartado, y con el propósito de esquematizar de forma breve los diferentes tipos de ingreso en las operaciones de comercio, se muestra un cuadro sinóptico⁴² elaborado por la Comisión para el Estudio del Impacto del Comercio Electrónico en la Fiscalidad Española del Ministerio de Hacienda de España, aclarando que aunque está elaborado de acuerdo a los principios fiscales de dicho país, se encuentra de gran utilidad para tener un panorama general del tema expuesto.

Cuadro 4.1. Propuesta de calificación de los pagos

SUPUESTO	BREVE DESCRIPCION	CALIFICACION DEL PAGO
Procesamiento electrónico de pedidos	El cliente selecciona un artículo de un catálogo digital de bienes tangibles y lo encarga directamente por vía electrónica de un proveedor comercial. El producto se remite físicamente.	Beneficios empresariales
Selección electrónica y descarga de bienes intangibles	El cliente selecciona un artículo de un catálogo digital de software u otros bienes intangibles y lo encarga directamente por vía electrónica a un proveedor comercial. El producto es descargado al disco duro u otro soporte.	Beneficios empresariales

⁴² Cfr. INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES, Op. cit., pp. 103-106

Pedidos electrónicos y descarga de bienes intangibles con adquisición de explotación de los derechos de la propiedad intelectual	El cliente selecciona un artículo de un catálogo digital de software u otros bienes intangibles y lo encarga directamente por vía electrónica a un proveedor comercial. El producto es descargado al disco duro u otro soporte. El cliente adquiere el derecho a explotar comercialmente el derecho de propiedad en el producto digital.	Regalías
Actualizaciones y mejoras	El proveedor de software o productos digitales acuerda suministrar a la clientela actualizaciones y mejoras, sin que dicho acuerdo se dirija a un cliente en concreto.	Beneficios empresariales
Software de duración limitada en el tiempo	El cliente obtiene un permiso temporal, inferior a la vida útil del producto, de uso de software u otros bienes intangibles. El producto es descargado electrónicamente o enviado por un soporte físico. Todas las copias del producto son eliminadas o devienen inútiles a la conclusión del permiso.	Beneficios empresariales
Software para usuario único	El cliente adquiere el derecho a usar el software u otros productos digitales una única vez, el cual no comprende la realización de copias del producto distintas de las necesarias para el uso previsto. El producto puede ser descargado o utilizado remotamente.	Contrato de servicios/ beneficios empresariales
Alojamiento de la aplicación en el servidor principal	Un usuario dispone de una licencia indefinida para utilizar un producto de software. Aquél entra en contacto con una entidad de hospedaje por lo cual, ésta carga la copia de software en el propio servidor y en los por él operados. El usuario puede acceder, ejecutar y utilizar la aplicación del software remotamente. Dicha aplicación se ejecuta en la computadora del cliente, después de que sea descargado en memoria o de forma remota.	Beneficios empresariales
Alojamiento de la aplicación en remoto-contrato vinculado	El usuario firma un contrato, renovable anualmente por una tasa adicional, por el que el proveedor, titular a su vez de los derechos de propiedad intelectual, permite el acceso a aplicaciones de software, almacena éstas en un servidor propiedad y utilizado por el servidor y proporciona asistencia técnica para el hardware y el software. El usuario puede acceder, ejecutar y utilizar la aplicación del software remotamente. Dicha aplicación se ejecuta en la computadora del cliente, después de que sea descargado en su memoria o de forma remota en el servidor.	Beneficios empresariales
Proveedor de servicios de la aplicación	El proveedor obtiene una licencia para utilizar una aplicación de software en la actividad de proveedor de servicios de la aplicación. El proveedor hace posible al cliente el acceso a una aplicación de software almacenada en servidores propiedad y utilizados por el proveedor. El software desarrolla una función de gestión particular para el cliente. Este no posee derecho a copiar o usar el software fuera del servidor del proveedor y no posee o controla una copia del software.	Beneficios empresariales

Derechos de uso o utilización como proveedor de servicios de la aplicación	El proveedor de servicios de la aplicación paga al proveedor de la aplicación de software una cuota que es un tanto por ciento del ingreso recaudado de los clientes. El contrato tiene una duración anual.	Beneficios empresariales
Almacenamiento de sitios "web"	El proveedor ofrece espacio en su servidor para alojar sitios "web". Aquél no obtiene derechos sobre la propiedad intelectual creada por el difusor del contenido del sitio "web". El propietario del material protegido en el sitio puede remotamente manipular éste. El proveedor es compensado por una tasa en función del paso del tiempo.	Beneficios empresariales/ prestación de Servicios
Mantenimiento de software	Los contratos de mantenimiento de software comprenden la actualización del mismo, es el componente principal, junto con la asistencia técnica. Por ambos se cobra una tasa anual.	Regalías
Almacenamiento de datos	El cliente almacena sus datos electrónicos en servidores propiedad y utilizados por el proveedor. Aquél puede acceder, recargar, recuperar y manipular datos remotamente. Ningún software se autoriza al cliente en esta operación.	Beneficios empresariales
Soporte de clientes en línea	El proveedor proporciona al cliente asistencia técnica en línea, incluyendo recomendaciones de instalación e información sobre localización de averías.	Beneficios empresariales
Recuperación de datos	El proveedor establece un almacén de información disponible para los clientes para búsqueda y recuperación.	Beneficios empresariales
Entrega de datos de alto valor o exclusivos	El proveedor proporciona al cliente asistencia técnica en línea, incluyendo recomendaciones de instalación e información sobre localización de averías. El dato es de mayor valor que el medio utilizado para su obtención. El proveedor añade un valor en términos de contenido pero el producto resultante no está dirigido a un cliente específico y no se impone la confidencialidad del contenido a los clientes.	Beneficios empresariales
Publicidad	Los anunciantes pagan por exhibir sus anuncios en un sitio "web" determinado. Las tarifas son generalmente exigidas en función del número de veces que se muestran los anuncios al usuario, aunque en ocasiones se basan en el número de veces que los anuncios son pulsados por el usuario.	Beneficios empresariales
Acceso electrónico a asistencia profesional	El profesional asesora al cliente a través de medios de comunicación remotos.	Beneficios empresariales
Información técnica	El cliente recibe información técnica desconocida relativa a un producto o proceso.	Regalías

Entrega de información	El proveedor envía electrónicamente datos a los suscriptores periódicamente de acuerdo con sus preferencias personales. El principal valor para los clientes es que se recibe la información en un formato ajustado (llave en mano) a sus necesidades específicas.	Beneficios empresariales
Acceso interactivo basado en suscripción	El proveedor posibilita a los abonados un sitio "web" con contenido digital diverso, incluyendo información, música, juegos, etc. Los abonados pagan una cuota fija por el acceso al sitio.	Pago por servicios
Portales de compra en línea	Un operador de un sitio "web" almacena catálogos electrónicos de múltiples comerciantes en sus servidores. Los usuarios de dichos sitios pueden seleccionar productos de los catálogos y realizar pedidos en la Internet. El operador no tiene relación contractual con los comerciantes, limitándose a transmitir los pedidos a los comerciantes, quienes se responsabilizan de la recepción y cumplimiento de los mismos. Los comerciantes abonan al operador una comisión en función de los pedidos realizados a través del sitio "web".	Beneficios empresariales
Subastas en línea	El proveedor presenta diversos artículos para su adquisición mediante subasta. El usuario adquiere éstos directamente de su propietario más que de la empresa que explota el sitio "web". El vendedor satisface al proveedor un porcentaje del precio de renta o una cantidad fija.	Beneficios empresariales
Programas de remisión de ventas	Un proveedor en línea paga una comisión de venta al operador de un sitio "web" que remite ventas dirigidas al proveedor. El operador inscribirá productos del proveedor en su sitio "web". Cuando el usuario pulsa uno de dichos productos recuperará una página "web" del sitio del proveedor del que puede adquirirse el producto. Cuando se utiliza la conexión de la página "web", el proveedor puede identificar el origen de la venta y pagará al operador la comisión si el usuario adquiere el producto.	Beneficios empresariales
Transacciones de adquisición de contenidos	Un operador de un sitio "web" paga a proveedores de contenidos por novedades que permitan atraer usuarios al sitio. Alternativamente, el operador podría alquilar los servicios de tales proveedores para crear los referidos contenidos.	Regalías / beneficios empresariales
Difusión de contenidos en línea	El usuario accede a una base de datos de contenidos de derechos de propiedad de material audiovisual. El conferenciante/presentador recibe una tarifa o ingresos publicitarios.	Beneficios empresariales

5. IMPUESTOS AL CONSUMO Y COMERCIO ELECTRONICO

5.1. Imposición indirecta

5.1.1. Aspectos generales. El desarrollo del comercio electrónico ha incidido en el ámbito de la imposición indirecta y de las distintas figuras tributarias de ésta en los países del Orbe, tales como: impuestos sobre la producción y servicios, tributos sobre el juego, impuestos especiales, impuestos sobre las ventas o al valor agregado, entre otros. Cabe destacar asimismo, que el comercio electrónico de bienes físicos, no representa mayores problemas, toda vez que dichos bienes tienen que pasar por la aduana del país destinatario, donde pagarían el impuesto correspondiente, salvo en el caso de sistemas fiscales con regímenes de excepción a los pequeños paquetes o envíos; mientras el comercio “on line”, donde se adquieren bienes digitales que se descargan directamente en una computadora, sí que representa un gran reto de control para efectos de la imposición indirecta.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés) propone que en el campo de los impuestos al consumo, los elementos centrales de las condiciones de la estructura de fiscalización se desarrollen como se muestra a continuación:

- ❖ Las reglas para la fiscalización del consumo del comercio electrónico deberían resultar en la imposición en la jurisdicción donde éste se lleva a cabo, y por ende, se necesita alcanzar consenso internacional respecto a las circunstancias en las que la proveeduría de bienes digitales deriva en consumo en una jurisdicción.
- ❖ Para propósitos de impuestos al consumo, la proveeduría de bienes digitales no debería ser tratada como una proveeduría de bienes tangibles.
- ❖ En las circunstancias en que los negocios y otros organismos de un país adquieran bienes o propiedad intangible fuera del país, los países deberían examinar el uso de la retrotraslación, autoimposición u otros mecanismos equivalentes, ya que esto podría dar protección inmediata a la base de ingresos y a la competitividad de los proveedores domésticos.

- ❖ Los países deberían asegurarse que los sistemas fiscales apropiados sean desarrollados en cooperación con la Organización Mundial de Comercio y en consulta con otras partes interesadas en la recaudación de impuestos a la importación de bienes físicos, y que dichos sistemas no entorpezcan la obtención de ingresos y la entrega eficiente de productos a los consumidores.

Por otra parte, la misma OECD remarca la necesidad de una política fiscal razonable y no discriminatoria para el comercio electrónico, sin derivar en la no fiscalización del mismo, ya que en este último caso, la Internet sería un paraíso fiscal, del cual se beneficiarían los estratos sociales con mayores niveles de ingreso, que son los que suelen tener acceso más frecuente a la Internet.

5.1.2. El lugar de consumo. La imposición en el lugar de consumo promueve la certeza jurídica y previene la doble tributación no intencional, misma que se da cuando dos jurisdicciones utilizan reglas incompatibles para definir el lugar de tributación.

Bajo un test de consumo puro, los servicios intangibles podrían ser definidos como consumidos en el lugar donde el cliente los utiliza, por lo cual el impuesto, en principio, debería acreditarse al país donde dicho consumo actual tiene lugar; sin embargo, la naturaleza global del comercio electrónico combinado con la movilidad de las comunicaciones actuales, pondría en tela de juicio un test de este tipo. Por ejemplo, un cliente en un país “A” contrata servicios con una empresa en un país “B”, para que provea de bienes digitales a sus empleados dispersos alrededor del mundo con computadoras portátiles a la mano, por lo que se podría hablar de que el consumo se lleva a cabo en todos los lugares en que los empleados utilizan dichos servicios.

La realidad es que necesitamos alternativas prácticas para definir el lugar de consumo para las transacciones “on line” de comercio electrónico, en el caso de las operaciones B2B, dicho lugar bien pudiera estar definido por:

- ❖ La localización de las operaciones generadoras de ingreso del proveedor.

- ❖ El lugar de contratación.
- ❖ La localización del cliente.
- ❖ La localización del proveedor o del destinatario.

En el último caso, la localización o presencia de negocios del destinatario podría ser el establecimiento al cual la provisión es hecha, lo cual podría incluir los “headquarters”, una sucursal, una oficina registrada o un asiento de actividad económica.

Un enfoque podría ser fiscalizar los servicios donde estos se llevan a cabo, pero si son realizados en más de un lugar, la localización del proveedor podría ser el lugar de imposición, lo cual no coincidiría necesariamente con el lugar de consumo, por lo que sería una excepción a la regla.

A espera de soluciones tecnológicas prácticas, para efectos de B2B (comercio de empresas a empresas), es prudente el criterio de la OECD de tratar los servicios intangibles como consumidos en aquel lugar donde el destinatario ha localizado su presencia de negocios. Si hay varios lugares a elegir, por ejemplo, los “headquarters” en un país y la sucursal en otro, la presencia de negocios debiera considerarse ubicada en el lugar en el que la provisión fue hecha, por lo que es importante remarcar la importancia del contrato para determinar la jurisdicción fiscal aplicable, aunque sin olvidar que las autoridades fiscales pudieran utilizar criterios diferentes para determinar el lugar de consumo actual, con la finalidad de asegurarse de que la estructura de negocios o la movilidad de las comunicaciones no está siendo utilizada para eludir impuestos enrutando los servicios hacia paraísos fiscales o zonas de baja imposición fiscal.

Alternativamente, en el caso de que el consumo efectivamente fuese en varias jurisdicciones, el contrato podría especificar que varias afiliadas del proveedor efectuarán la provisión a varias afiliadas del cliente, entonces cada proveedor emitiría una factura separada amparando la provisión a la afiliada apropiada del grupo cliente. En este escenario, que obviamente envuelve a compañías multinacionales, cada factura entre proveedor y adquirente sería

analizada separadamente, y la jurisdicción fiscal apropiada sería aquella en la que se encuentre la locación del cliente poseyendo la factura correspondiente.

Para las transacciones B2C (empresas a clientes) se identifican varias opciones para definir el lugar de consumo:

- ❖ La dirección permanente o lugar de residencia del destinatario
- ❖ El centro de interés vital.
- ❖ La nacionalidad del consumidor.

La dificultad de estas soluciones radica en lo poco probable que puede ser que un proveedor pueda tener la información suficiente para determinar, por ejemplo, el centro de intereses vitales o bien la nacionalidad de un consumidor. Es por eso, que es necesario que algún grado de verificación se de, incluso en circunstancias donde el producto intangible no está sujeto a impuestos en la jurisdicción del cliente, tal y como: la jurisdicción de residencia evidenciada en cierta forma, pero no totalmente, por la información de la tarjeta de crédito; el número de identificación fiscal declarado por el consumidor al proveedor, etc.

Por otra parte, debido a las preocupaciones de clientes y gobiernos respecto a los temas concernientes a la privacidad, un proveedor debe tener el cuidado de no requerir información durante el transcurso de una transacción, que el cliente pudiera percibir como una intromisión en su intimidad personal (lo cual puede ser algo subjetivo de determinar). Investigaciones han demostrado repetidamente, que los clientes tienden a abandonar una transacción si se les requiere más información que la estrictamente necesaria para completarla.

Debido a las dificultades en las transacciones B2C y a su escasa cuantía, topes “de minimus” pudieran establecerse, de forma que las transacciones relativamente insignificantes pudieran estar enteramente exentas de los impuestos al consumo. Aunque aquí el problema sería, como ya se mencionaba, que se beneficiaría a los consumidores de los estratos sociales más altos, que suelen tener mayor acceso a la Internet que las clases sociales de bajos recursos.

A corto plazo, los gobiernos deben ser pacientes y esperar que las empresas hagan el mejor esfuerzo en identificar el lugar de consumo, basándose en la información disponible para la transacción, a espera de los avances tecnológicos que habrán de suscitarse en el futuro al respecto.

5.1.3. La tributación de las actividades del juego. No resultan extraños los denominados casinos virtuales en la Internet, instalados casi por regla general en paraísos fiscales, aquí la pregunta sería si se está realizando una actividad ilícita cuando, por ejemplo, una persona residente de un lugar donde el juego está prohibido entra a uno de estos casinos virtuales, recordando que un sitio “web” por sí solo no constituye establecimiento permanente; aunque para propósitos de los impuestos al consumo el gravamen debe imponerse en el lugar en que este ocurra. Por otra parte, aunque la cuestión de la licitud o ilicitud del ejemplo anterior no es el propósito de esta investigación, los casinos virtuales al menos deben aclarar en la página principal, que aquellas personas residiendo en un lugar donde los juegos de azar están prohibidos, deben abstenerse de continuar adelante, esto debido a que para el proveedor de dichos juegos, resultaría casi imposible identificar el lugar de residencia de las personas que entran a la página virtual y además conocer la legislación aplicable a cada una de esas jurisdicciones.

De la misma forma, debe considerarse la incidencia que la posibilidad de apostar por la Internet puede tener en aquellos países donde el Estado es administrador en régimen de monopolio de determinados juegos. Finalmente, se añade la dificultad de un control eficaz por parte de las autoridades para identificar y fiscalizar, en su caso, a las partes intervinientes, lo cual se tratará con más detalle al evaluar las diferentes posibilidades para recaudar los impuestos al consumo en el contexto del comercio electrónico.

5.2. El “bit tax” o impuesto sobre bits

Un “bit” es una unidad de información, una cantidad computacional que puede tomar dos valores, tales como verdadero o falso ó cero y uno, esto en el lenguaje de las computadoras que procesan basándose en dígitos binarios, la información que en ellas se maneja.

En este caso, el “bit tax” es una forma de impuesto al consumo propuesto por algunos teóricos, que se aplicaría exclusivamente con la finalidad de gravar las operaciones electrónicas basándose en la cantidad de información digital que se transmite en una operación.

Dicho impuesto sería contrario al consenso internacional de no imponer nuevos impuestos al comercio electrónico, y no sólo eso, el concepto de un impuesto transaccional basado en el flujo de información electrónica, sin considerar el valor de la información, podría crear anomalías económicas, al no gravar el consumo en términos monetarios y por otra parte favorecer a las transacciones realizadas con archivos comprimidos, que requieren de un menor número de “bits” que aquéllos no comprimidos.

En resumen, este impuesto podría ser un impedimento al crecimiento del comercio electrónico, al imponerle cargas tributarias diferentes a las del comercio tradicional y además desproporcionadas al valor real de las operaciones, motivo por el cual ha sido ya rechazado por todos los países.

5.3. El impuesto sobre el valor agregado

5.3.1. Consideraciones teóricas. Como en su momento se comentó en el segundo capítulo, el IVA es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y que grava las operaciones comerciales en sus distintas formas. El IVA se caracteriza, entre otros rasgos, por su generalidad, en virtud de que los supuestos de exención tienen un carácter excepcional. Por tanto, en principio, es y debe ser un tributo que recae sobre las operaciones de comercio electrónico, al tratarse éstas de operaciones de consumo; y en consecuencia, no es necesario una nueva figura tributaria que grave específicamente al comercio digital, por lo que impuestos como el mencionado “bit tax”, francamente resultarían con una lógica similar a los impuestos del siglo XIX en México, sobre la tenencia de perros y sobre ventanas que se impusieron en la época del General Antonio López de Santa Anna, es decir, más en un afán de recaudar ingresos que de instaurar un régimen tributario justo y eficiente. De igual forma, como en reiteradas ocasiones se ha mencionado, no sería aceptable la no-aplicación del IVA a estas operaciones.

Es importante recordar los diferentes tipos de operaciones en el comercio electrónico, porque será necesario distinguir entre operaciones “Business to Business” (B2B) y “Business to Consumer” (B2C), para efectos de enfrentar la problemática de la tributación del IVA bajo las operaciones de comercio electrónico. De la misma forma, se debe tener en cuenta que operaciones se llevan a cabo dentro de una jurisdicción en particular y cuáles fuera de ella.

La propuesta de la Unión Europea (UE) es que “la adaptación de la normativa del IVA debe ser de tal manera, que tenga como resultado que los servicios prestados mediante comercio electrónico en la UE se graven dentro de ella, independientemente de su origen o la sede del prestador de los mismos, y que los servicios prestados mediante comercio electrónico destinados a su consumo fuera de la UE no estén sujetos al IVA”.⁴³

Las mayores dificultades que genera el comercio electrónico son derivadas de las operaciones “on line” y más aun cuando son del tipo “Business to Consumer”, dada la dificultad para identificar la jurisdicción del consumidor, por lo que las empresas hasta la fecha tienen que confiar en factores como: la declaración del cliente, dirección de la tarjeta de crédito, el lenguaje de los bienes o servicios digitales entregados, o el mercado al que están dirigidos los bienes o servicios digitales. Aún así, no es fácil combatir a lo que perfectamente se podría denominar como “bunburismo fiscal”, en alusión a un personaje de una obra teatral⁴⁴ de Oscar Wilde, donde uno de los personajes, Archibald Moncrieff, se inventaba un amigo enfermo llamado Bunbury al que decía iba a visitar, cuando en realidad aprovechaba el tiempo para cometer toda clase de desmanes. En este caso, los cibernautas e incluso los mismos proveedores se inventan identidades falsas para evadir o eludir los impuestos correspondientes.

5.3.2 Provisión de bienes y de servicios. Tradicionalmente, en las normativas domésticas de IVA se distingue entre la entrega de bienes (donde existe la transmisión del poder de disponer de un bien) y la prestación de servicios (donde más que el poder de disposición de un bien, se

⁴³ Cfr. INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES, *Op. cit.*, pág. 50

⁴⁴ WILDE, Oscar, *La Importancia de Llamarse Ernesto*, Espasa Calpe, Madrid, 2000, pp. 77-136

dispone de un derecho, además de operaciones que no se refieren a bienes corporales, como la asesoría fiscal y la publicidad). Pero con la aparición de los bienes digitales, de pronto encontramos ciertas incongruencias en la distinción tradicional entre bienes y servicios, ya que encontramos un mismo tipo de bien, pero en un caso material y en otro digital, por lo que algunos países han propuesto considerar todas las operaciones de bienes como de servicios, mientras que los Estados Unidos ha propuesto crear una nueva categoría de bienes, los bienes digitales. De cualquier forma, ya sea tratando al comercio de bienes digitales como si de servicios se tratase o bajo el concepto innovador de bienes digitales, resultaría necesario adaptar las normativas fiscales al contexto del comercio electrónico.

En el caso de la propuesta de la UE, habría que señalar que en el caso de que en la entrega de bienes y la provisión de servicios se apliquen tipos impositivos distintos, podría haber problemas de falta de neutralidad, toda vez que un bien entregado físicamente sería sujeto a una tasa de IVA y el mismo bien entregado digitalmente, podría estar sujeto bajo el tratamiento de un servicio a otra tasa, por lo que será fundamental armonizar en la medida de lo posible, los tipos impositivos diferentes, para evitar este tipo de distorsiones.

5.4. Opciones de recaudación

Para transacciones B2C no hay soluciones sencillas, por lo menos al corto plazo, toda vez que podrían equipararse a la economía informal del mundo físico, pero por otra parte se debe reconocer a la vez, que este tipo de transacciones en términos monetarios apenas representa un pequeño volumen del total de las operaciones electrónicas.

En el caso de operaciones B2B, en principio, la dificultad no es tan grande como en el caso anterior, esto por la necesidad de las mismas empresas de poder acreditar sus gastos e impuestos pagados, comprobando dichas erogaciones, no así entre los consumidores personas físicas, muchos de los cuales ni siquiera son contribuyentes inscritos ante la autoridad fiscal, por lo que para ellos los impuestos representan un costo adicional en sus adquisiciones, mismo que no pueden acreditar, por lo que de ser posible evitan dejar rastro alguno de sus operaciones, para evadir el pago de impuestos, además de que en el caso de operaciones con

proveedores extranjeros sin establecimiento permanente, se complicaría que aquéllos aplicaran la retrotraslación del impuesto.

A continuación se detallan algunos modelos de recaudación de impuestos al consumo para las operaciones de comercio electrónico con partes extranjeras, analizados por la OECD, mismos que serán explicados con posterioridad.

- ❖ La retrotraslación podría ser una opción viable en el caso de transacciones B2B, aunque no es un mecanismo efectivo para B2C en un corto plazo; pero dado los cambios tecnológicos, quizás en el futuro podría ser una opción viable para todo tipo de operaciones, por lo que hay que mantener una mente abierta respecto a su factibilidad.
- ❖ Registro de proveedores no residentes, mediante lo que se denomina el enfoque interino simplificado, que consiste básicamente en que el cumplimiento del IVA sea tan sencillo que los proveedores no residentes se animen a registrarse.
- ❖ La imposición en la fuente y transferencia, modelo que es muy poco realista a corto plazo y difícil de lograr en el largo plazo.
- ❖ La retención por terceros (instituciones bancarias, por ejemplo).

5.5. Tecnologías relevantes

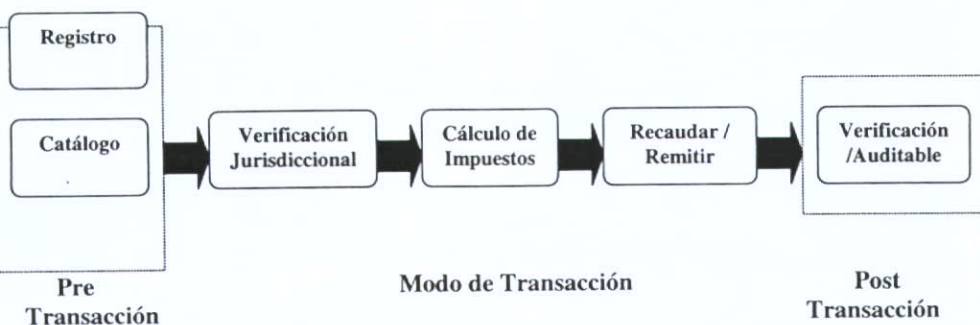
5.5.1. Elementos tecnológicos. La implantación exitosa de un modelo de recaudación de impuestos al consumo que sea viable, va a requerir el aprovechamiento de algunas tecnologías que las empresas están adoptando para sus iniciativas de comercio electrónico.

Las diferencias primarias entre los modelos de recaudación propuestos que se analizarán, están limitadas a la forma en que el siguiente modelo lógico⁴⁵ podría ser implementado:

⁴⁵ OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS, Report by the Technological Group (TAG), OECD, http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, Diciembre 2000, pág. 5

Figura 5.1.

Elementos tecnológicos compartidos



5.5.2. Verificación jurisdiccional

- **Importancia.** La información de la jurisdicción es esencial para aplicar el principio de que la imposición debe ser en el lugar de consumo. La forma más simple de identificación jurisdiccional es aceptar la propia manifestación del consumidor respecto a su jurisdicción; sin embargo, el incentivo financiero que tiene un consumidor de declararla incorrectamente, significa que esta solución, aunque tecnológicamente sencilla de implementar, tenga serias limitaciones desde una perspectiva gubernamental; por lo que alguna forma de verificación de la declaración del consumidor será necesaria si las autoridades fiscales quieren tener un grado de confianza aceptable en la manifestación citada.
- **Las tarjetas de crédito y la jurisdicción de los consumidores.** Debido al papel central de las tarjetas de crédito en los pagos en línea, existe la tendencia natural a asumir que éstas podrían servir perfectamente como un indicador válido para verificar el lugar de consumo; sin embargo, hay limitaciones severas que harían que las tarjetas de crédito no fueran un mecanismo válido para este propósito.

Al respecto, el Comité de Asuntos Fiscales de la OECD en conjunto con los proveedores de sistemas de pago, examinó el potencial de utilizar las tarjetas de crédito, los domicilios de envío de los estados de cuenta y otra información inherente a las tarjetas de crédito para verificar la jurisdicción de un consumidor. La conclusión fue que los procesos de las compañías de tarjetas de crédito no proveen una metodología de verificación jurisdiccional. Cada tarjeta de crédito contiene un rango de números, el sistema numérico está diseñado con fines de identificación y de seguridad propios de la industria de tarjetas. El sistema numérico varía de acuerdo a las asociaciones de tarjetas y al emisor de las mismas, mientras que el rango de dígitos consiste en seis campos y generalmente denota el tipo de tarjeta de crédito y como se mencionaba, a la asociación de tarjetas y al emisor; pero los sistemas de numeración de tarjetas no identifican al país de residencia del tarjetahabiente.

En cuanto a la afirmación de que un tarjetahabiente es residente del país donde el emisor de la tarjeta está localizado, no sería válida cuando un tarjetahabiente se muda por razones personales o de negocio, en virtud de que no es extraño que los tarjetahabientes frecuentemente cambien su residencia sin modificar sus relaciones de negocios con una institución financiera.

- **Los números IP y la autodeclaración.** Cuando un consumidor usa la Internet tiene una dirección IP (protocolo de internet), misma que es localizada a través de su proveedor de Internet. Una herramienta de Internet denominado “trace route” (traza ruta) podría ser utilizado por los negocios para determinar la localización del consumidor, ya que en la mayoría de las situaciones este comando podría ser lo suficientemente preciso para determinar la jurisdicción fiscal del consumidor.

El uso del traza rutas para identificar la localización del consumidor ya es utilizado por empresas que tienen prohibido intercambiar bienes más allá de sus fronteras, como es el caso de algunos casinos virtuales y vendedores de software.

Como se puede ver, en principio la dirección de protocolo de Internet ofrece potencial, toda vez que es parte esencial de cada punto de acceso a Internet, aunque los trazos IP tienen

algunas limitaciones (anonimizadores, la red “America On Line”, ect.) y a pesar de que con la tecnología actual si estarían disponibles, los costos de implantación serían altos, por lo que serían disruptivos para los negocios. Adicionalmente, algo crítico sería que en caso de resultados indefinidos, estos tendrían que ser revisados en un proceso manual, eliminándose así los beneficios del procesamiento en tiempo real.

- **Los certificados digitales.** Si los certificados digitales se vuelven de uso común, tal y como lo esperan sus defensores, éstos, solos o en conjunto con terceras partes confiables podrían ofrecer potencial genuino en el mediano y largo plazo. Lo anterior obviamente requiere comprensión por parte de los consumidores y un cambio en los modelos B2C existentes, aunque quedan pocas dudas de que podrían proveer la mejor solución a largo plazo, sin olvidar que una combinación de esta tecnología con las otras existentes, podría derivar en un alto nivel de precisión en la identificación jurisdiccional en un futuro no tan lejano.

5.5.3. Los modelos de recaudación

- **Opciones.** En el ámbito internacional son cuatro las principales opciones de modelos de recaudación de impuestos al consumo en el contexto de ventas remotas interfronterizas, estas son:

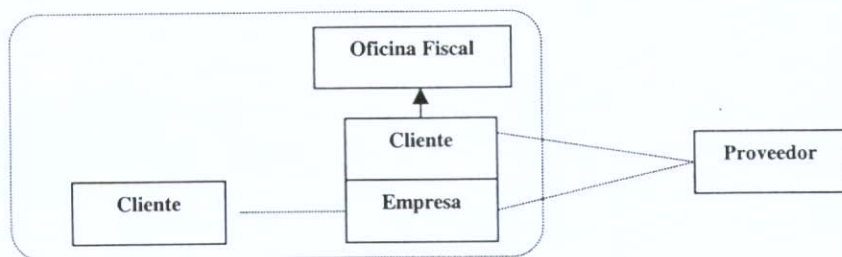
- ❖ Autorecaudación.
- ❖ Registro de no residentes.
- ❖ Imposición en la fuente y transferencia.
- ❖ Retención por parte de instituciones financieras.

A continuación se evaluará la viabilidad de cada una de ellas:

- **Opción de autorecaudación.** La recaudación del impuesto recaería directamente sobre los consumidores a través del proceso de autorecaudación.

Figura 5.2.

Esquema de autorecaudación



El sistema de autorecaudación es factible, y de hecho existe en la mayoría de las jurisdicciones para transacciones B2B interfronterizas, sin olvidar que las declaraciones y servicios de pago electrónico tienen el potencial para reducir los costos administrativos de cumplimiento y la complejidad, e incluso hasta de incrementar la tasa de cumplimiento.

Por otra parte, pocas jurisdicciones operan con un método de autorecaudación (entre ellas Canadá) para las transacciones B2C, esto por la poca credibilidad que tendría un sistema fiscal que confiara plenamente en lo que los consumidores particulares declaran, y aún en el caso de que fueran de fiar, el éxito del sistema dependerá de los conocimientos fiscales de las personas físicas contribuyentes, siendo que de ordinario, estas carecen del conocimiento de cuales servicios son afectos, cuáles gravados, gravados a la tasa del 0 %, exentos o sujetos a tasas preferenciales. Hasta el momento no hay alguna solución tecnológica que pueda asistir a los consumidores en la autorecaudación.

Adicionalmente, los consumidores tendrían que mantener registros de sus transacciones y aunque existen muchos paquetes contables de bajo precio, las dudas surgen en términos de la capacidad de la autoridad de auditar el cumplimiento de los consumidores individuales, esto debido a que imponer un nivel alto de autenticación y de investigación en transacciones de

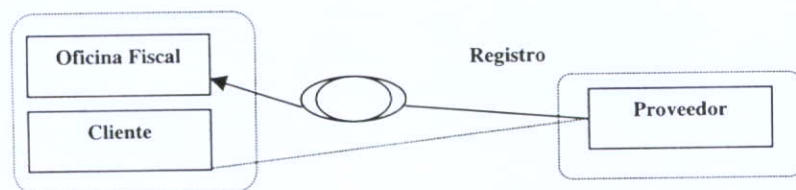
poco valor, derivaría en montos irracionales de gastos técnicos y de complejidad a una transacción y obstaculizaría la viabilidad comercial de los sistemas de los sectores privados.

Por lo que se concluiría que esta opción, aunque útil para transacciones B2B, no es la más indicada para transacciones B2C.

- **Registro de proveedores no residentes.** El modelo de registro podría requerir que las empresas no residentes realizando provisión de bienes a una jurisdicción, se registren en ésta. El proveedor no residente tendría que recaudar y remitir los impuestos al consumo a la autoridad fiscal correspondiente, es decir, las empresas estarían obligadas a registrarse en cada una de los países en que venden y entregan productos, por lo que los negocios extranjeros serían entonces, tratados de la misma forma que los negocios domésticos para propósitos de impuestos al consumo por las autoridades fiscales de cada jurisdicción en que comercian.

Figura 5.3.

Esquema de registro de proveedores no residentes



Desde un punto de vista administrativo, la opción es factible, efectiva y podría promover la neutralidad. Las dificultades surgen tratando de identificar a los proveedores no residentes, así como el tratar de imponerles obligaciones. Un sistema global de registro para transacciones interfronterizas podría proveer una mayor cooperación entre los países y podría también resultar en mayores niveles de cumplimiento.

El proceso de registro de los proveedores no residentes tendría que ser lo más simplificado posible, incluso por medios electrónicos, de forma que los proveedores no residentes no se sintieran desalentados por los requerimientos burocráticos excesivos de una jurisdicción. A la vez, no se puede olvidar que podría ser fundamental la armonización de los sistemas fiscales, por lo menos por bloques económicos de países, esto con la finalidad que sólo fuese necesario el registro en una región económica, de forma que el proveedor fuera registrado automáticamente en todos los países de esa región, en virtud de que cargas de registro y de cumplimiento con diversas jurisdicciones domésticas serían onerosas, en especial para los pequeños negocios electrónicos.

Se debe destacar que para que el modelo sea factible, específicamente para transacciones B2C, sería necesario que los proveedores sean capaces de determinar el estatus fiscal de sus clientes. En el caso de la Unión Europea, un proveedor de esa jurisdicción puede corroborar el número de identificación de IVA de un cliente con las autoridades fiscales del país de residencia del cliente, quizás un sistema similar a escala mundial podría ser útil en ese sentido, aunque a corto plazo no sería una opción técnicamente realista.

En el mismo orden de ideas, otra pregunta sería: ¿puede la tecnología actual identificar y autenticar al proveedor de servicios en línea y de bienes intangibles?. Al respecto, se debe mencionar que las transacciones en Internet son clasificadas por las asociaciones de tarjetas de crédito, bajo la denominación de transacciones “sin tarjeta presente” (la misma clasificación que las órdenes de correo y las realizadas por teléfono). Al parecer, los proveedores de sistemas de pago no serán capaces de ayudar en la identificación de empresas no residentes efectuando proveeduría a una jurisdicción, por lo que en general las transacciones con dinero electrónico son tratadas en forma similar a las transacciones en efectivo, y por otra parte, la información disponible de los proveedores de sistemas de pago podría estar limitada al monto de la transacción.

Otra desventaja de esta opción es que muchas naciones permiten el registro de “nombres de dominio” de sitios “web” bajo el código de su país, inclusive aún y cuando el sitio es

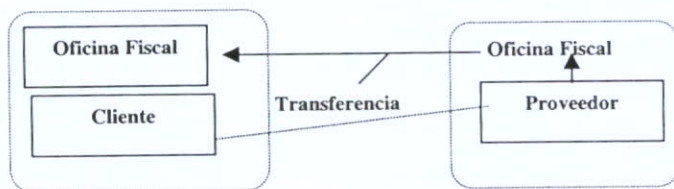
controlado, operado y mantenido en otra parte, lo cual dificulta más la identificación del proveedor no residente.

Bajo este concepto de recaudación, necesariamente tiene que plantearse algún enfoque simplificado que incentive a los proveedores no residentes a registrarse, aunque este sistema podría imponer costos significativos, como se mencionó, particularmente a los proveedores realizando ventas en múltiples jurisdicciones; aunque aún así, este enfoque de recaudación no debe ser descartado en el futuro, toda vez que los avances tecnológicos podrían dar una mayor factibilidad a su aplicación.

- **Imposición en la fuente y transferencia.** Este modelo propone que una empresa podría recaudar los impuestos indirectos sobre las ventas a no residentes a la tasa vigente en la jurisdicción del consumidor. Dicho monto, podría entonces ser remitido a la autoridad fiscal doméstica de la empresa, para que luego ésta lo envíe a su contraparte en el país de consumo. De esta forma las empresas sólo tendrían tratos con su autoridad doméstica, por lo que desde una perspectiva de negocios el modelo de recaudación en la fuente y transferencia es efectivo.

Figura 5.4.

Esquema de imposición en la fuente y transferencia



“Esta opción en particular es utilizada, por ejemplo, para recaudar domésticamente el impuesto al uso de autopistas en los Estados Unidos y para la retención de impuestos a los pagos por intereses en Suiza”.⁴⁶

⁴⁶ *Ibidem*

Bajo este modelo, si el adquirente demostrara ser una empresa, por ejemplo, mediante un número de registro de empresa o un certificado digital, no se le impondría el impuesto, toda vez que ésta bien podría aplicar la retrotraslación. Por otra parte, el modelo alcanza la neutralidad y un tratamiento equitativo entre la fiscalización de las ventas electrónicas y las tradicionales; aunque uno de los cuestionamientos al mismo, son las cargas adicionales sobre los vendedores inmiscuidos en transacciones interfronterizas remotas. La respuesta a la cuestión anterior pudiera ser la tecnología, que en un futuro no muy lejano podría proveer soluciones eficientes para reducir esas cargas.

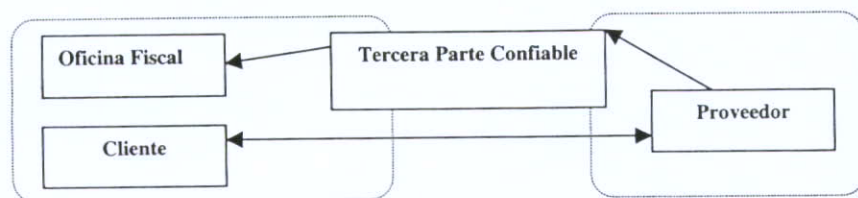
En cuanto a los costos adicionales en que incurrirían las administraciones fiscales locales, la OECD propone que podrían ser recuperados en la forma de un porcentaje retenido por las recaudaciones de impuestos extranjeros.

Asimismo, el modelo requeriría acuerdo entre los gobiernos para su implantación, por lo que un mecanismo de transferencia de contribuciones entre los países también tendría que ser acordado, por lo que acuerdos bilaterales podrían ser la opción más práctica y factible para poner a funcionar al modelo.

- **Tercera parte confiable (TPC).** Una TPC podría ser una institución financiera, un proveedor de sistemas de distribución o una agencia distribuidora independiente; pero sin que lleven a cabo sus funciones por obligación, sino que las realicen voluntariamente, de acuerdo a la viabilidad comercial de cumplir con cuestiones legales y de otro tipo, además de la existencia de incentivos apropiados para todas las partes inmiscuidas. El modelo TPC es en gran parte similar al de imposición en la fuente y transferencia, sólo que la diferencia es que una TPC tendría la responsabilidad de recaudar el impuesto en lugar de la autoridad fiscal local. Otra diferencia es que aquélla tendría que tener, como se mencionó, el incentivo de obtener beneficios, a diferencia del fisco, que en principio sólo pretendería cubrir sus costos operativos.

Figura 5.5.

Esquema de tercera parte confiable



Se podría hablar como desventaja del modelo, el hecho de que el proveedor tenga que confiar en la información jurisdiccional proporcionada por el consumidor, al menos hasta que mecanismos de verificación estén disponibles, aunque lo anterior es más una carencia de tecnología que una falla en sí del modelo. Asimismo, para reducir los errores en el sistema, la TPC podría confiar en los gobiernos para verificar su módulo de recaudación y certificar que las tasas de impuestos, tarifas y reportes cumplan cada requerimiento legal y gubernamental, de forma que la TPC solo necesitaría la jurisdicción fiscal del consumidor y la clasificación del objeto comprado, siendo la determinación de aquella lo más complicado.

El modelo se basa en la idea de que las instituciones financieras ya facilitan las transacciones entre empresas y consumidores, por lo que se ha sugerido que recauden y remitan los montos de impuestos a las autoridades fiscales del país de consumo; pero varias instituciones financieras, así como compañías de tarjetas de crédito, han indicado que ellas no suelen reunir los datos necesarios como para desarrollar el proceso de recaudación, y asimismo, señalan que ellas no están en el giro de la venta de bienes y servicios fiscalizables, por lo que no están equipadas para recaudar y remitir los impuestos al consumo, mientras que los proveedores serían los que están posicionados privilegiadamente para utilizar la información para determinar la jurisdicción y la fiscalización.

Esta opción pudiera brindarnos un mecanismo efectivo para la recaudación de impuestos de ventas interfronterizas remotas, pero pudiera requerir “trabajo en equipo” y enfoques de sistemas globales entre los vendedores, las TPC’s y los gobiernos que intervienen en la transacción. La ventaja es que el efecto que este enfoque pudiera tener sobre la percepción de los consumidores es nulo, porque el proceso les resultaría transparente y en apariencia no tendría diferencias con el sistema actual donde el vendedor recauda el impuesto.

Respecto a la carga administrativa, las administraciones fiscales podrían incurrir en costos adicionales al establecer un nuevo sistema, aunque obviamente dichas inversiones iniciales traerían numerosos beneficios en términos de una mayor precisión en el proceso de cumplimiento. Por ejemplo, las autoridades fiscales en lugar de auditar a cada vendedor en su jurisdicción por cada una de las partes del proceso de cumplimiento, bien pudieran verificar sólo el enfoque para clasificar los bienes y la conectividad. En adición, podrían llevar a cabo revisiones a un número limitado de TPC’s, lo cual, sin duda, proporcionaría a los gobiernos una mayor cobertura, a la vez que serían más eficientes y menos costosas sus auditorías desde una perspectiva global.

Finalmente, hay que aceptar que de implantarse este modelo, la realidad es que las instituciones financieras, al igual que los proveedores domésticos, tendrían que hacer cambios significativos en sus estructuras corporativas para actuar bajo el sistema de TPC’s; además de que no se puede ignorar el reto que significa seleccionarlas, ya que esto por sí mismo podría causar dificultades, puesto que en el mercado algunas serían más eficientes que otras, lo cual podría derivar en potenciales distorsiones del mercado.

- **Modelo híbrido de imposición en la fuente y transferencia.** Los modelos descritos anteriormente no tienen porque limitarse a la aplicación excluyente de uno de ellos, sino que se pueden hacer combinaciones de ellos. El modelo híbrido propuesto operaría teniendo a una TPC proporcionando la identificación jurisdiccional, las tasas de impuestos, la identificación de productos, así como servicios de cálculo de impuestos de los productos vendidos electrónicamente; sólo que aquí en lugar de tener a esas TPC’s extendiendo sus operaciones

hasta la recaudación de contribuciones y las actividades de cumplimiento asociadas, algunos gobiernos pudieran decidir asumir esas funciones utilizando sus poderes y sistemas para asegurar el éxito de la operación.

- **El enfoque interino simplificado.** Bajo este enfoque, que toma en buena medida mucho de lo propuesto por el modelo de registro de proveedores no residentes, las compañías que hacen un esfuerzo real por cumplir con los requerimientos de impuestos al consumo, deberían ser respetadas por hacer eso y no deberían estar sujetas a castigos u obligaciones de recaudación de impuestos adicionales por “errores razonables” o por la falta de capacidad para verificar independientemente la información proporcionada por los clientes, toda vez que no hay forma de hacerlo de una manera totalmente confiable.

El modelo establece que una vez que un proveedor ha determinado que existe la obligación de recaudar el impuesto en una jurisdicción en particular, dicho proveedor debiera poder registrarse electrónicamente en ésta, tan pronto como llene la forma de registro adecuada. Por su parte, la información requerida al proveedor en el proceso de registro debería limitarse a la estrictamente indispensable para que la autoridad fiscal pueda administrar los impuestos al consumo y que no se requieran datos con propósitos distintos al señalado. Asimismo, toda la información necesaria para el registro y cumplimiento del régimen del impuesto al consumo local deberá estar disponible libre de cargo vía Internet, inclusive las autoridades fiscales podrían notificar directamente por correo electrónico el impuesto o bien, en su caso, las reformas a las leyes o a los requerimientos de llenado.

Por otra parte, en los sistemas de impuestos al consumo la factura es el documento crítico de control que permite el funcionamiento del sistema con niveles relativamente bajos de fraude o abuso. En el entorno del comercio electrónico, sin embargo, es absolutamente crítico que la facturación sea tan sencilla y eficiente en costos como sea posible, lo anterior por el impacto que tiene cada uno de los procesos en este tipo de operaciones electrónicas.

Una peculiaridad del enfoque sería que la devolución por el impuesto acreditado en exceso no estaría disponible; sin embargo, un registro normal y completo incluyendo la devolución,

estarían al alcance de los negocios interesados. Obviamente que la crítica al sistema es que con las obligaciones limitadas a la buena fe de los contribuyentes, habría serias implicaciones en la credibilidad del régimen fiscal.

- **Conclusiones de los modelos de recaudación.** A largo plazo la tecnología podría ofrecer soluciones reales a los problemas a que enfrentan cada uno de los modelos explicados, en especial a la cuestión de verificación jurisdiccional y de identificación de las partes inmiscuidas en la transacción. Sin embargo a corto plazo, los problemas siguen ahí, aunque las pérdidas de recaudación serán limitadas en cualquier caso por el volumen que representan apenas las operaciones B2C respecto del total de las operaciones de comercio electrónico.

El problema sería que los negocios en lugares con altas tasas de impuestos al consumo se verían afectados por las operaciones de comercio electrónico que no están siendo fiscalizadas, y que por lo tanto los consumidores pudieran estar decantándose a favor de las compras electrónicas en perjuicio de los proveedores locales; más como se explicó, la cuestión tendrá solución con el desarrollo de las tecnologías y a corto plazo, una opción factible sería partir de la premisa de que mientras más fácil y menos costoso sea el cumplimiento, mayor será el nivel de éste.

6. PRECIOS DE TRANSFERENCIA

6.1. Antecedentes históricos⁴⁷

La instrumentación de los precios de transferencia surge durante la Primera Guerra Mundial y a través de una legislación simple, basada en principios preventivos más que operativos. El primer país que se ocupó de estos precios fue la Gran Bretaña en 1915, seguida de los Estados Unidos, que durante el año de 1917 los implementó.

Durante los años de 1915 y hasta mediados de 1960, los países ilustrados si bien reconocieron en sus legislaciones a los precios de transferencia, su utilización no fue generalizada. Sin embargo, una vez que la economía mundial se fortaleció después de la Segunda Guerra Mundial, el tema que se desarrolla cobró una gran importancia, misma que se mantiene en la actualidad.

Asimismo, cabría mencionar que el papel de las empresas multinacionales en la economía global se ha incrementado significativamente en las últimas tres décadas, debido en gran parte a la integración económica de los países y a los avances en materia de telecomunicaciones. Lo anterior presenta una serie de problemas complejos de fiscalización, tanto para las empresas multinacionales como para las administraciones fiscales, en especial cuando las operaciones de dichas empresas están altamente integradas.

En el caso del fisco, el problema presenta una dualidad interesante. Primero, está el hecho de que los países necesitan reconciliar los dos principios opuestos de las que se hablaba en el cuarto capítulo, esto es, el derecho legítimo que tienen las naciones a fiscalizar los beneficios obtenidos por un contribuyente en su territorio y la necesidad de evitar la doble o múltiple tributación del mismo ingreso. En segundo lugar, como se sabe, está la cuestión de determinar al nivel práctico los ingresos y gastos de un contribuyente, basándose en datos obtenidos fuera de la jurisdicción, tarea nada fácil.

⁴⁷ La referencia histórica a los precios de transferencia ha sido tomada parcialmente de la obra BETTINGER Barrios, Herbert, Precios de Transferencia. Sus Efectos Fiscales, ISEF, México, 2001, pp. 39-40

Debido a lo anterior, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico u OECD, en su misión de contribuir al crecimiento del comercio mundial y de alcanzar los más altos estándares de crecimiento económico en los países miembros de ésta, ha recogido desde la década de los 60's los principios concernientes a la fiscalización de las empresas multinacionales, a través de su Modelo de Convenio Fiscal. Al aplicar dichos principios, uno de los principales problemas ha sido el establecimiento, para propósitos fiscales, de los precios de transferencia, es decir los precios a los que una empresa transfiere bienes físicos, propiedad intangible u otros servicios a empresas asociadas.

Para dar solución a dicha cuestión, de una forma que sirviese como referencia para las diferentes administraciones fiscales del mundo, la OECD publicó una revisión y compilación de reportes previos relacionados con los precios de transferencia y otras cuestiones relacionadas con las empresas multinacionales, en el año de 1979, en lo que se denominó como "Transfer Pricing and Multinational Enterprises" ("Precios de Transferencia y Empresas Multinacionales"), mejor conocido como "el Reporte de 1979", que estaba basado en el principio "arm's length" contenido en el artículo 9° del Modelo de Convenio de la OECD. Dicho informe no obligatorio, hacía especial énfasis en el importante traspaso de recursos que se estaba produciendo hacia los paraísos fiscales. Otros reportes elaborados sobre temas específicos de los precios de transferencia están recogidos en "Transfer Pricing and Multinational Enterprises. Three Taxation Issues" ("Precios de Transferencia y Empresas Multinacionales. Tres Cuestiones Fiscales"), publicado en el año de 1984, así como el reporte publicado en 1987, llamado "Thin Capitalization" ("Capitalización Insuficiente").

Finalmente en el año de 1995, como una revisión del reporte de 1979, el Comité de Asuntos Fiscales de la OECD, aprobó la publicación de las Guías de Precios de Transferencia, conocidas mejor por su nombre en inglés de "Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations" o en la lengua de Balzac y Víctor Hugo como "Principes Applicables en Matiere de Prix de Transfert a L'Intention des Enterprises Multinationales et des Administrations Fiscales". Es importante señalar que éstas recibieron

retroalimentación en buena medida por las regulaciones de precios de transferencia propuestas en los Estados Unidos en 1993, y actualmente las Guías de la OECD son la base, de prácticamente la mayor parte de las legislaciones fiscales en el mundo, en lo que a la materia en comento se refiere.

Los países que han adoptado reglas internas al respecto son los que se listan a continuación:

Cuadro 6.1. Países con legislación de precios de transferencia

Alemania	China	Italia	República Checa
Argentina	Dinamarca	Japón	Rusia
Australia	España	Luxemburgo	Singapur
Austria	Estados Unidos	México	Suecia
Bélgica	Finlandia	Nueva Zelanda	Suiza
Brasil	Francia	Noruega	Turquía
Canadá	Holanda	Perú	Venezuela
Colombia	Hungría	Polonia	Vietnam
Corea	India	Portugal	
Chile	Irlanda	Reino Unido	

Todos esos estados siguen el principio “arm’s length”, aunque no todos observan las reglas de las Guías de la OECD, de forma que algunos han implantado reglas propias o basadas en el Modelo Tributario de los Estados Unidos. Dichas naciones son: Argentina, Brasil, Colombia, India, Perú, Rusia, Turquía y Vietnam.

6.2. Concepto de precios de transferencia y objetivos generales

6.2.1. Concepto de precios de transferencia. Se debe entender por precios de transferencia, aquellos precios a los cuales una empresa transfiere bienes físicos, propiedad intangible o proporciona servicios a partes relacionadas. Es decir, sólo en aquellos casos en que se esté ante partes relacionadas que interactúen entre sí, se llegará a configurarse; y no es más que fijar precios o contraprestaciones de operaciones o transacciones llevadas a cabo entre dichas partes relacionadas, considerando los valores de estas mismas operaciones (o similares) cuando las realizan partes independientes, es decir lo que se denomina el principio “arm’s

length” o principio de igualdad. Por lo que de lo anterior se puede concluir que en operaciones realizadas entre partes independientes no se configura el precio de transferencia.

Desde el punto de vista de la autoridad fiscal “debemos entender como precio de transferencia, todos aquellos lineamientos que van orientados a evitar, que por actos de naturaleza comercial o contractual se provoquen efectos fiscales nocivos en el país donde se generan las utilidades o pérdidas en una actividad empresarial o de servicios”.⁴⁸

En cuanto a que se debe entender por partes relacionadas, para estos efectos, sin perjuicio de lo dispuesto por las leyes fiscales domésticas de cada país o los tratados internacionales, el artículo 9º del Modelo de Convenio de la OECD dispone que se entenderá como partes relacionadas o empresa asociada si se cumple alguna de las siguientes condiciones:

- ❖ Una empresa de un Estado contratante participe, directa o indirectamente, en la dirección, el control o el capital de una empresa del otro Estado contratante, o;
- ❖ Unas mismas personas participen, directa o indirectamente, en la dirección, el control o el capital de una empresa de un Estado contratante y de una empresa del otro Estado contratante.

6.2.2. Objetivos generales de las políticas de precios de transferencia. Aún y cuando los sistemas seguidos habitualmente por las administraciones tributarias procuran que no se lesionen sus intereses, estableciendo que las operaciones entre partes relacionadas se valoren, para efectos fiscales, por el precio que se hubiera pactado entre partes independientes, en un mercado donde existiese libre competencia, los precios de transferencia permiten ciertos márgenes de actuación, y más en aquellos casos donde no exista legislación clara al respecto de este tipo de operaciones o que exista extrema movilidad de las operaciones realizadas por redes informáticas y de una fuerte utilización de “intranets” (redes internas) entre las empresas de un grupo. Por otra parte, sencillamente es posible ubicar las utilidades en donde se desee, ubicando los activos, funciones y riesgos donde se pretendan generar las utilidades.

⁴⁸ BETTINGER Barrios, Herbert, *Op. cit.*, pág. 43

Por lo que para un grupo multinacional, el establecimiento de un sistema de precios de transferencia, más allá del cabal cumplimiento de las obligaciones fiscales, puede perseguir objetivos muy distintos a aquél, como pueden ser los siguientes:

- ❖ El movimiento internacional de fondos (muy común en países subdesarrollados) para evitar la repatriación de beneficios.
- ❖ Penetración en nuevos mercados u obtención de ventajas competitivas, a través de la reducción artificial del costo y por lo tanto del precio de venta.
- ❖ Evaluación de la actuación de las filiales, cuando la estructura del grupo es descentralizada, es decir, que las filiales tomen sus propias decisiones organizativas.
- ❖ Minimización del pago de aranceles.
- ❖ Minimizar la exposición al riesgo cambiario del grupo, transfiriendo los beneficios de países con monedas débiles a países con monedas fuertes.
- ❖ Minimización del impuesto sobre sociedades del grupo. Para ello se localizan los beneficios en países con baja o nula tributación y los gastos en países con altos tipos impositivos.

Por su parte, el objetivo de las autoridades fiscales tal y como se ha señalado, es la protección de la base gravable en sus respectivas jurisdicciones.

6.3. Métodos de precios de transferencia

6.3.1. Análisis para la determinación de precios de transferencia. En la determinación de los precios de transferencia, tanto por parte de la autoridad fiscal como de los propios contribuyentes, intervienen especialistas, tales como abogados, contadores y economistas. En virtud de que el principio que rige a esta figura es el “arm’s length”, que implica aplicar precios similares a los pactados entre partes independientes, de lo anterior se derivan dos pasos fundamentales que se explicarán a continuación.

El primero consiste en determinar las características y funciones llevadas a cabo por la empresa, en lo que se denomina como análisis funcional. Solo así se podría efectuar el segundo paso, que es el análisis de comparabilidad para efectos de determinar el precio de transferencia correspondiente a aplicar.

Para realizar el análisis funcional se deberá obtener una visión global de la(s) empresa(s) participante(s), es decir, tener muy claros los siguientes puntos:

- ❖ Descripción del negocio. Tipo de negocio, productos, proveedores y clientes.
- ❖ Descripción de la industria. Situación competitiva, participación de mercado y estrategias.
- ❖ Acuerdos intercompañía relevantes.
- ❖ Transacciones intercompañías llevadas a cabo. Transferencia de propiedad tangible, determinación de precios, transferencia de propiedad intangible, manejo de cuentas por cobrar, inversión de excesos de efectivo, etc.

Por otra parte, también se deben analizar las operaciones intercompañía en lo relativo a los siguientes factores:

- ❖ Las funciones que se deben realizar. Consideración del tipo de activos usados, investigación y desarrollo, diseño e ingeniería de producto, manufactura, producción e ingeniería de proceso, fabricación, extracción y armado del producto, compra y manejo de materiales, funciones de mercadotecnia, manejo de inventarios, transportación y almacenamiento, servicios administrativos y legales, etc.
- ❖ Los alcances contractuales. La forma de compensación cobrada o pagada, volumen de ventas o compras, el alcance y los términos de las garantías ofrecidas, derechos a actualizaciones o modificaciones, duración de la licencia o el contrato, acuerdos para la prestación de servicios auxiliares, extinción del crédito y condiciones de pago, etc.
- ❖ Los riesgos de la operación. Riesgos de mercado, riesgos relacionados con las actividades de investigación y desarrollo, riesgos financieros y cambiarios, riesgos

en la calidad del producto, riesgos comerciales generales relacionados con la posesión de activos, etc.

- ❖ Condiciones económicas. Similitud de mercados geográficos, el tamaño relativo de cada mercado y el grado de desarrollo económico total en cada mercado, el nivel del mercado (por ejemplo, mayoreo, menudeo, etc.), la participación relevante en el mercado de los bienes transferidos o servicios prestados, la condición económica de la industria en lo particular, etc.

En el segundo paso, la empresa que transfiere bienes o presta servicios debiera obtener una retribución “arm’s length”, tomando en cuenta los activos, riesgos asumidos y circunstancias económicas derivadas del análisis funcional. Cabe señalar que para que sea comparable una transacción controlada, es decir aquella efectuada entre partes relacionadas, no es necesario que una transacción no controlada sea idéntica a la controlada, basta que sea similar como para que brinde una medida confiable de comparabilidad. Si existiesen diferencias materiales entre transacciones controladas y no controladas, deben hacerse ajustes, entendiendo como diferencias materiales, aquellas que afectarían la medida de un resultado “arm’s length” de acuerdo con el método aplicado. Si no fuese posible hacer ajustes por las diferencias materiales, la transacción no controlada puede utilizarse como medida, pero la confiabilidad del análisis se reducirá, es decir, el grado y la confiabilidad de cualquier ajuste afectará la confiabilidad relativa del análisis.

Los ajustes más frecuentes suelen ser por los siguientes motivos:

- ❖ Diferencias en criterios contables.
- ❖ Ajustes por riesgos cambiarios.
- ❖ Diferencias en tasas de crecimiento.
- ❖ Diferencias en cuanto a mercado de capitales.
- ❖ Ajustes de capital, por cuentas por cobrar y pagar, así como inventarios.

Respecto a los datos de las operaciones de las empresas no controladas que se utilizarán para efectos de comparar los montos de las contraprestaciones “arm’s length”, existen ciertas bases

de datos que tienen esa función y que contienen información relativa a varios años. Por ejemplo en los Estados Unidos existen, entre otras, las siguientes bases de datos (entre paréntesis se indica su antigüedad):

- ❖ PC Plus (20 años).
- ❖ Compustat Financial Database (20 años).
- ❖ Global Access (desde 1968).
- ❖ News/Retrieval (10 años).
- ❖ Moddy's Company Data (7 años).
- ❖ Dunslink (3 años)

También existen bases de datos en países como: Australia, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón y Reino Unido. La mayoría de ellas, así como sus actualizaciones, a cambio de cierto precio están disponibles en "CD-Rom".

6.3.2. Métodos de determinación

- **Proceso de evaluación de los diferentes métodos.** La evaluación para determinar si una transacción controlada opera bajo el principio "arm's length", se efectúa sobre la base del método seleccionado y bajo la regla de aplicar siempre el mejor de éstos de acuerdo a las circunstancias. Es pertinente aclarar que si en una operación controlada están implícitas varios tipos de operaciones, es válido e incluso conveniente seleccionar el mejor método para cada una de ellas, sin olvidar que el resultado "arm's length" en una operación controlada debe determinarse sobre la base de los hechos y circunstancias que proporcionen una solución confiable. En consecuencia, no hay una jerarquía de métodos y ningún método se considerará "de facto" como el más confiable siempre, aunque la OECD da preferencia a los métodos basados en transacciones (precio comparable no controlado, costo adicionado y precio de reventa) respecto a los métodos basados en utilidades, y en sus Guías señala la conveniencia de aplicar uno u otro método en razón de las circunstancias.

Es decir, la integridad y precisión de los datos, finalmente permitirá identificar y cuantificar los factores que en su caso afectarían el resultado obtenido a través de la aplicación de cualquier método en lo particular. Los resultados de los métodos también dependen de ciertas suposiciones, como puede ser el caso de suponer que el plazo de pago podría afectar el precio en operaciones entre partes independientes, por lo que la confiabilidad del método empleado también dependerá de la solidez de las suposiciones efectuadas.

Cabe señalar que los métodos que se describen a continuación no son los únicos existentes, pero sí los de uso más generalizado en las legislaciones fiscales que aplican los precios de transferencia, por lo que el presente trabajo de investigación se limitará a ellos.

- **Precio comparable no controlado (“comparable uncontrolled price method”).** Este método compara el precio pactado por bienes o servicios transferidos en una transacción controlada, con el precio cargado en los mismos bienes o servicios transferidos en una transacción comparable no controlada.

El método del precio no controlado se basa en la similitud del producto para tratar de determinar, por así decirlo, un precio de mercado entre partes independientes. No siempre es posible identificar claramente operaciones no controladas comparables, pero en caso de que fuese posible, este método arrojaría un resultado bastante confiable.

Este método suele ser aplicado en el caso de bienes tangibles, intangibles y servicios.

- **Costo adicionado (“cost plus”).** Bajo este método se determina el precio “arm’s length” de una operación controlada, adicionando al costo incurrido por el vendedor un margen de utilidad razonable, mediante el cual se buscaría cubrir los costos de producción y gastos de operación así como una utilidad razonable que tenga relación con las funciones realizadas (incluyendo activos y riesgos asumidos), considerando que dicho margen de utilidad sería el que suele obtener el vendedor u otros proveedores comparables en una transacción entre partes independientes.

El método de costo adicionado es utilizado en el caso de tangibles y servicios, como podría ser el caso de las transacciones controladas de una empresa manufacturera en sus ventas de exportación.

- **Precio de reventa (“resale price method”).** Este método determina el precio de la contraprestación “arm’s length” desde una perspectiva opuesta, por así decirlo, al método del costo adicionado, toda vez que determina un precio de compra en operaciones controladas, restando del precio de reventa en una operación no controlada, un margen bruto de utilidad razonable (“margen de precio de reventa”). De la misma forma, bajo dicho método se pretende que el revendedor cubra sus costos de adquisición y otros gastos de operación, así como una utilidad apropiada de acuerdo a las funciones realizadas y los riesgos asumidos.

El método puede ser difícil de determinar en la medida en que el revendedor aporta valor agregado a los productos. Suele ser aplicado en el caso de tangibles e intangibles, especialmente por compañías distribuidoras.

- **Partición de utilidades (“profit split method”).** Consiste en asignar la utilidad de operación llevada cabo entre partes relacionadas, en la proporción que hubiera sido asignada en una transacción efectuada bajo el principio “arm’s length”. De forma tal, que la utilidad de la operación global se determina mediante la suma de las utilidades apropiadas que obtengan cada una de las partes relacionadas en la operación, para posteriormente asignar dicha utilidad a cada una de las partes relacionadas, tomando en cuenta elementos que las distinguen entre sí, como son en su caso, los activos, los costos y los gastos de cada una de las partes relacionadas, con respecto a las operaciones que se llevan a cabo entre ellas.

Es decir, el método de partición de utilidades tiene la intención de medir las actividades económicas de cada parte relacionada y las contribuciones que aportan a la utilidad de operación global.

- **Residual de partición de utilidades (“residual profit split method”).** Este método determina una utilidad de operación global bajo el mismo procedimiento que el método de partición de utilidades, pero con la salvedad de que se determina una ganancia mínima que se asigna a cada una de las partes de conformidad con las funciones rutinarias llevadas a cabo por cada una de ellas, sin tomar en cuenta la utilización de intangibles significativos; destacando que dicha ganancia mínima se determinaría en base a cualquier otro método confiable de precios de transferencia.

Posteriormente se determina la utilidad residual, la cual se obtiene disminuyendo la utilidad mínima ya mencionada, de la utilidad global de operación. Esta utilidad residual se distribuirá entre las partes relacionadas e involucradas en la operación, tomando en cuenta, entre otros elementos los intangibles significativos utilizados por cada una de ellas, en la proporción en que se hubiera distribuido con o entre partes independientes en operaciones comparables.

- **Márgenes transaccionales de utilidad de operación (“transactional net margin method”).** Consiste en determinar entre partes relacionadas, la utilidad de operación que hubieran obtenido empresas similares o partes independientes en operaciones comparables, con base en factores de contabilidad que toman en cuenta variables, tales como activos, ventas, costos, gastos o flujos de efectivo, para lo cual considera niveles de intervalo de utilidades como retorno sobre el capital empleado, utilidad de operación a ventas, utilidad bruta a gastos de operación, etc.

Conforme a las directrices de la OECD, este método no se ve afectado por diferencias en los productos, ni por diferencias en las funciones realizadas por las partes, toda vez que determina si los resultados de operación entre partes relacionadas están de acuerdo al principio de valor de mercado, puesto que la determinación señalada esta basada en medidas de rentabilidad derivadas de empresas; por lo que no es de extrañar que sea el método utilizado en prácticamente un 80 % de los casos en que se determinan precios de transferencia.

6.4. La metodología de precios de transferencia en el contexto del comercio electrónico

6.4.1. Aplicación del principio “arm’s length” en las operaciones de comercio electrónico.

En este apartado es importante recordar todo lo referente a la atribución de ingresos a un establecimiento permanente, tema que se explicó en el cuarto capítulo. Lo anterior en virtud de que para efectos de aplicar el principio “arm’s length”, en buena medida hay que guiarse por lo dispuesto por el artículo 7° del Modelo de Convenio de la OECD, mismo que reglamenta la atribución de ingresos empresariales.

Se conoce que bajo el principio señalado, el monto del ingreso a ser atribuido al establecimiento permanente estará relacionado con la naturaleza de las funciones llevadas a cabo, tomando en cuenta los activos usados y los riesgos asumidos. Dada la importancia de los activos intangibles en la obtención de ingresos en las actividades de comercio electrónico, resulta esencial determinar que parte de la empresa o parte relacionada, económicamente posee o ha creado los activos intangibles utilizados en la operación entre partes relacionadas.

Por otra parte, se debe tomar en cuenta que cuando exista personal presente en un establecimiento permanente, el monto de ingresos atribuible al establecimiento permanente debería estar debidamente conmensurado con lo que un proveedor de servicios independiente esperaría obtener en una situación similar. Es decir, que en este caso, aunque el establecimiento permanente es parte de la empresa, nuestra hipótesis de trabajo adopta para efectos de la determinación de la retribución “arm’s length”, el enfoque de la entidad separada funcionalmente, que implica tratar a la empresa y a su establecimiento permanente como si fuesen empresas independientes.

En el mismo orden de ideas, en el contexto del comercio electrónico es procedente el mencionado análisis de dos pasos consistente en: primero, determinar las características y funciones de la real o, en su caso, hipotéticamente distinta y separada empresa; segundo, determinar los ingresos de la real o, en su caso, hipotéticamente distinta y separada empresa a través de un análisis de comparabilidad.

Se debe tener muy claro el hecho de que la división de riesgos y responsabilidades entre las partes, tendrán que ser deducidos por la conducta de las mismas y los principios económicos que rigen las relaciones entre entidades económicas independientes. Esto es, que las partes relacionadas debiesen obtener una retribución “arm’s length” tomando en cuenta los activos usados y riesgos asumidos, de la misma forma que entidades independientes comparables, toda vez que en transacciones entre partes independientes, la determinación de transferencia de riesgos, responsabilidades y beneficios, normalmente requiere un análisis de los términos contractuales de la transacción. Aquí es conveniente enfatizar en el hecho de que sí bien es cierto que en la interpretación y aplicación de las normas de precios de transferencia debemos procurar el mayor nivel de objetividad, también es cierto que resultaría imposible interpretar cada caso considerándolo fuera del contexto económico del que forma parte, ya que de ser así, cualquier intento estricto de interpretación resultaría infructuoso para determinar el sentido y alcance de la metodología expuesta, esto es, resulta difícil renunciar a esa pequeña dosis de carga subjetiva que implica el hacer suposiciones.

De acuerdo a la OECD, se asume que bajo las condiciones de los comentarios al artículo 5º del Modelo de Convenio, un servidor constituye establecimiento permanente de la empresa, de modo que la jurisdicción del establecimiento permanente tendría derecho a fiscalizar los ingresos de la empresa no residente a través del establecimiento permanente. La pregunta en ese caso, sería si se pueden asumir riesgos por las acciones de una computadora o si se requiere intervención humana. De acuerdo al Comité de Asuntos Fiscales de la OECD, hay dos tipos de riesgos tecnológicos que podemos distinguir:

- ❖ Riesgos que afectan directamente el volumen de operaciones de la empresa.
- ❖ Riesgos que resultan por la ejecución de funciones automatizadas rutinarias (el caso de un simple servidor).

Ejemplificando, para un establecimiento permanente llevando a cabo distribución electrónica, el análisis revelaría que las funciones realizadas, activos usados y riesgos asumidos por éste

son similares a los de un prestador de servicios; sin embargo, en el caso del simple servidor, el análisis funcional y de factores no muestra que realice varias de las funciones o asuma los riesgos de un distribuidor independiente. La falta de personal es un signo de que solamente se asumen riesgos por las funciones automáticas realizadas.

Cabe señalar que el modelo de prestador de servicios no debe confundirse con el enfoque consistente en tratar las transacciones de bienes digitales como servicios para propósitos de impuestos al valor añadido. Este modelo sólo implica que las retribuciones al establecimiento permanente están bajo la forma de pagos por servicios prestados para beneficio de la matriz.

Por su parte, existen dos problemas principales que surgen de la transferencia de propiedad al establecimiento permanente: el primero, es la transferencia de software, dado que aquél pudiera deducir un monto que represente lo que partes “arm’s length” hubiesen pagado por el derecho a usarlo; segundo, en el caso de los intangibles de marketing, la cuestión es determinar si las actividades del lugar fijo de negocios han incrementado el valor de estos intangibles, y sí por lo tanto tiene derecho a atribuirse parte del beneficio asociado con el uso de éstos, y la cuestión a responder sería: ¿qué parte de la empresa es económicamente la propietaria de cualquier intangible de marketing de comercio electrónico?.

En el Modelo de Convenio no hay autorización explícita para activar la transferencia de valor económico (salvo inventarios) de la matriz al establecimiento permanente a valor de mercado bajo “arm’s length”. En el caso de intangibles, esto implicaría que dichas transferencias están valuadas al costo, lo cual puede producir un resultado “engañoso” al tratar al establecimiento permanente como el propietario efectivo del software y otros intangibles relevantes, que fueron creados antes de que aquél existiera. En este sentido, el establecimiento permanente estaría obteniendo un beneficio gratuito por los esfuerzos y experiencia de la matriz.

El problema es que el valor del mercado del software y otros intangibles pueden no tener mucha relación con el costo de crearlos. Este es un problema particular con la propiedad intelectual como el software, que se basa directamente en ideas y no necesariamente requiere la presencia de una gran infraestructura para desarrollarlo. Incluso los costos originales

pudiesen estar totalmente amortizados antes de que el establecimiento permanente exista, por lo tanto no habría costos de la empresa a atribuir al establecimiento permanente.

Lo anterior desemboca en que se obtiene virtualmente un diferente resultado dependiendo de sí la misma función económica es realizada a través de una subsidiaria o a través de un establecimiento permanente. Aunque esta situación no es única en el contexto del comercio electrónico, si que se da con más frecuencia en este último por el predominio del uso de intangibles, especialmente aquéllos basados en ideas.

Finalmente, en lo que a la transferencia de hardware se refiere, sería necesario esclarecer si la empresa posee, arrenda o renta a un tercero los activos, así como saber que harían partes independientes en circunstancias similares.

6.4.2. Aplicación de los métodos de precios de transferencia en la atribución de beneficios en las operaciones de comercio electrónico. Bajo el modelo del prestador de servicios contractuales, el único cargo “arm’s length” es por la prestación de servicios a la matriz. En este modelo, el análisis funcional y de comparabilidad nos dice que hay pocos tratos entre el establecimiento permanente y la oficina central. El punto de arranque, al igual que en cualquier análisis para la determinación de precios de transferencia, sería examinar si hay transacciones comparables realizadas por proveedores de servicios contractuales “arm’s length”, como para poder aplicar el método del precio comparable no controlado. Si no fuese posible aplicarlo, podríamos utilizar el costo adicionado para determinar la compensación “arm’s length”, donde los costos a tomar en cuenta podrían ser los costos directos e indirectos incurridos para prestar el servicio, pero sin considerar ningún costo de capital asociado con activos tangibles e intangibles, basándonos en el hecho de que la matriz es la propietaria de dichos activos.

En el esquema del proveedor de servicios independiente, donde se reconoce la existencia de varios tratos entre las diferentes partes de la empresa, ciertamente buscar un precio comparable no controlado para establecer la compensación “arm’s length” podría ser posible; sin embargo, establecer una compensación “arm’s length” por la transferencia del derecho a

usar intangibles, quizás no sea un ejercicio aconsejable, dada la dificultad de encontrar productos que sean suficientemente comparables. Si no se encuentra un precio comparable no controlado exacto, se podría intentar encontrar el precio “arm’s length” para software con funciones comparables.

En ese sentido, los proveedores de servicios de Internet podrían ser una fuente obvia de precio comparable no controlado o de márgenes brutos comparables para acuerdos similares. En este caso, si se consideraría en el costo los gastos asociados por la transferencia y el uso del establecimiento permanente de la propiedad tangible e intangible aportada por la matriz. Si los métodos tradicionales de precios de transferencia (precio comparable no controlado, costo adicionado y precio de reventa) no arrojaran un resultado confiable, se podría utilizar el método de márgenes de contribución transaccionales o algún otro basado en la utilidad de operación.

El margen de beneficio bajo el modelo del prestador de servicios independientes, sería igual a la compensación “arm’s length” cargada a la matriz menos el “arm’s length” pagado por el uso de la propiedad tangible e intangible de la matriz. Por su parte, en el modelo del prestador de servicios contractual, el beneficio del establecimiento permanente es muy probable que sea calculado bajo el método del costo adicionado, pero ignorando el valor de la propiedad tangible e intangible, ya que “de facto” la compensación por dicha propiedad se atribuye a la empresa.

En realidad aquél sólo lleva a cabo (caso del servidor único) funciones automatizadas de bajo nivel en comparación con las funciones completas de un distribuidor o prestador de servicios, por lo tanto el nivel de beneficios deberá ser conmensuradamente bajo respecto a ellos.

La prohibición de deducir, de los beneficios del establecimiento permanente un monto equivalente al valor de mercado del uso de software y propiedad intelectual desarrollada por la matriz, bajo la actual interpretación del artículo 7º del Modelo de Convenio, pudiera desembocar en una sobreatribución de beneficios a aquél si el valor de mercado excede a los

costos de dichos intangibles; pero hay que reconocer que en casos donde el valor de mercado sea inferior al costo histórico, entonces pudiera obtener menores beneficios debido a factores fuera de su alcance (ineficiencia del departamento de investigación y desarrollo de la matriz).

Bajo el modelo del proveedor de servicios independientes, las reglas actuales del multicitado artículo 7°, son capaces de producir resultados diferentes dependiendo de si una función económica particular es llevada a cabo a través de una subsidiaria o de un establecimiento permanente. Por lo tanto dicho artículo debería de ser modificado.

La utilización de varios servidores realizando funciones idénticas contribuye a reducir los riesgos asociados con la operación de cualquier servidor, aquí el modelo del prestador de servicios contractual podría ser la mejor opción, aunque se asume que todos los pasos de una transacción comercial son realizados por un servidor una vez que éste se ha elegido.

Si hubiese personal en el establecimiento permanente, bajo el modelo del prestador de servicios contractual, la remuneración del establecimiento permanente tendría que ser más substancial, debido a las funciones adicionales. Si se aplicara el costo adicionado se tendrían que reflejar los costos directos e indirectos adicionales, de la misma forma el margen “arm’s length” reflejaría la diferente naturaleza de las funciones.

Por su parte, en un servidor con empleados, bajo el modelo del prestador de servicios independiente se podría aplicar el precio comparable no controlado, o un pago por servicios bajo el costo adicionado, en caso de no poder aplicar el precio comparable no controlado, inclusive el método de márgenes transaccionales de utilidad de operación si no fuese posible aplicar, como se mencionó anteriormente, los métodos tradicionales.

En el caso de un establecimiento permanente propietario de los activos intangibles (excepto marketing), toda vez que éste tendría los recursos para desarrollar hardware y software para operar un sitio comercial “web” para beneficio de su matriz, el riesgo financiero del desarrollo de software recaería en el establecimiento permanente, y en consecuencia el beneficio de éste

tendría que equivaler al de una entidad independiente; pero habría inconsistencias con el artículo 7° del Modelo de Convenio, como se indicó anteriormente, en caso de que el establecimiento pusiera a disposición de otras partes de la empresa en diferentes jurisdicciones, la propiedad intangible, por lo que se insiste en la posibilidad de adaptar dicho artículo al nuevo entorno.

Lo que no se debe perder de vista es el cuidado para que los costos atribuidos o los diferentes tratos en la contabilidad interna, no se estén duplicando bajo algún otro trato.

Asimismo, en las operaciones intersucursales debemos considerar cuatro circunstancias particulares:

- ❖ Uso de activos de capital.
- ❖ Uso de activos intangibles.
- ❖ Prestación de servicios internos.
- ❖ Localización del capital y los fondos de las operaciones de los establecimientos permanentes.

Finalmente, se debe considerar que si la actividad llevada a cabo no es una por la cual una empresa independiente hubiera estado dispuesta a pagar o a llevarla a cabo por sí misma, ordinariamente dicha actividad no debería ser considerada como un servicio intragrupo bajo el principio “arm’s length”. Aplicando lo anterior por analogía, una actividad ejecutada por una parte de la empresa no debería ser reconocida como un servicio por otra parte de la empresa, a menos que esta otra parte hubiera estado dispuesta a pagar por el servicio o a ejecutar la actividad referida por sí misma.

7. LA ADMINISTRACION FISCAL EN EL ENTORNO DEL COMERCIO ELECTRONICO

7.1. Objetivos generales de las administraciones fiscales modernas

La administración fiscal tiene que ser capaz de avanzar en forma paralela a como lo hace la sociedad a la que sirve, porque cuando la práctica de negocios supera a la teoría del marco fiscal y legal regulatorio, entonces se genera un ambiente de incertidumbre jurídica poco propicio para el desarrollo de una sociedad. El desarrollo del comercio electrónico afectará inevitablemente a la autoridad citada como agente encargado de la administración de los tributos, lo anterior desde dos vertientes: por un lado, habrá que asegurarse de que las normas tributarias se apliquen con neutralidad en toda actividad económica, con independencia del medio en el que ésta se lleve a cabo; y por otra parte se podrán aprovechar las sinergias que, sobre la operatoria administrativa, producen las tecnologías del comercio electrónico, toda vez que se pueden incorporar éstas para el mejoramiento de la relación entre fisco y contribuyentes.

Definitivamente las nuevas tecnologías pueden ser aprovechadas para el logro de los siguientes objetivos:

- ❖ Facilitar el cumplimiento fiscal.
- ❖ Reducir los costos de la administración tributaria.
- ❖ Disminuir la presión fiscal indirecta sobre los contribuyentes, que tiende a ser muy elevada en la mayoría de los sistemas fiscales modernos.
- ❖ Incentivar el crecimiento del comercio electrónico.
- ❖ Gravar bajo el principio de neutralidad aquellos hechos imponible del comercio electrónico respecto del comercio tradicional.
- ❖ Evitar la pérdida de base fiscal.

En general se puede hablar de que la característica de globalidad del comercio electrónico provoca que los retos a los que se enfrentan las administraciones fiscales de los distintos

países sean similares; por lo que, como se ha visto, cualquier iniciativa tendiente a regular el ámbito fiscal del comercio electrónico no es conveniente llevarla a cabo de forma aislada o por “motu proprio”, sino que es necesario cierto grado de acuerdo en el ámbito internacional, de forma tal que existan sistemas de coordinación y de asistencia mutua que garanticen la eficaz aplicación de las medidas a adoptar, así como la correcta imputación y la debida gestión de los recursos fiscales que se recauden.

Recapitulando las conclusiones de la conferencia de Ottawa⁴⁹, los principios fiscales que deben aplicarse al comercio electrónico son: neutralidad, eficiencia, certeza, simplicidad, eficacia, justicia y flexibilidad. En el campo de la administración fiscal esos principios y conclusiones han derivado en los siguientes elementos de la estructura fiscal:

- ❖ Servicio al contribuyente. Las autoridades fiscales deberían hacer uso de la tecnología disponible al administrar el sistema tributario, para mejorar continuamente el servicio al contribuyente, lo cual debería incluir un menor requerimiento de información impresa en papel, tendencia que se resisten a olvidar las autoridades de algunos países.
- ❖ Administración fiscal y necesidades de información e identificación. Las autoridades fiscales deberán preservar su capacidad para garantizar el acceso a información confiable y verificable para identificar a los contribuyentes, así como para obtener la necesaria para ello.
- ❖ Recaudación fiscal y control. Los países deberán cerciorarse de que los sistemas apropiados para controlar y recaudar los impuestos se implanten.
- ❖ Mecanismos internacionales para asistir en la recaudación de impuestos deberán ser desarrollados.

⁴⁹ OECD FORUM ON STRATEGIC MANAGEMENT, *Tax Administration Aspects of Electronic Commerce: Responding to the Challenges and Opportunities*, OECD, http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, Febrero 2001, pág. 31

7.2. Gestión y control tributario

7.2.1. Obligaciones de registro. Las obligaciones de registro, teneduría y conservación de libros y documentación que suelen imponer la normativa, mercantil, comercial y contable de cada país, constituyen la base para la auditoría y verificación de las operaciones de una entidad, tanto desde el punto de vista fiscal como desde el financiero. Por otra parte, la utilización de elementos electrónicos presenta una serie de novedades.

Una de ellas concierne al registro y conservación de libros y documentos en formato electrónico. Para efectos de la gestión tributaria, suele ocurrir que, a pesar de la existencia de distintos preceptos que regulan tales supuestos en ámbitos concretos, la tendencia a referirse a libros y documentos en papel que hace la normativa legal, conduce a desconexiones entre dicha normativa y la práctica mercantil y empresarial, aunque la tendencia a nivel internacional es la de reducir esas diferencias.

Esas desconexiones se dan en dos sentidos:

- ❖ Para los contribuyentes que gestionan su información electrónicamente, supone una carga fiscal adicional la solicitud de documentos y libros en papel.
- ❖ A su vez, para los contribuyentes con un grado modesto de informatización, existen cargas adicionales, cuando la autoridad fiscal le impone la entrega de libros, avisos y declaraciones en formato electrónico.

Por otra parte, la gestión, inspección y recaudación tributaria se puede ver entorpecida, en ocasiones, por la inexistencia de datos que permitan auditar la fiabilidad de las declaraciones presentadas, así como de los libros, registros y de la contabilidad generada de forma electrónica, de tal manera que sea difícil seguir el rastro de las transacciones. Derivado de lo anterior, se puede decir que la exigencia de conservación de la información fiscal, de nada o poco sirve, si no se acompaña de una obligación de los contribuyentes de garantizar la accesabilidad, integridad, legibilidad e interpretación de la información referida, ya que de no ser así, la norma resultaría imperfecta y con las consecuencias mencionadas.

Una segunda novedad, que ha sido mencionada en otros capítulos del presente trabajo de investigación, esta íntimamente ligada con el papel que desempeñan los intermediarios, a efectos de proporcionar información a la administración tributaria. En el comercio electrónico, si bien desaparecen ciertas fases o intermediarios respecto de las actividades económicas tradicionales, debido a la eventual transacción directa entre el fabricante y el consumidor, así como a los supuestos de entrega electrónica, surgen por el contrario, nuevos tipos de intermediación, tales como proveedores de acceso, las entidades de certificación, etc. Asimismo, las funciones de algunos que permanecen, como son los intermediarios financieros cobran mayor importancia, aunque obviamente con las limitaciones que implica el comercio electrónico.

7.2.2. Relaciones entre la administración tributaria y los contribuyentes por medios electrónicos. La liquidación, declaración, ingreso y control de los tributos que exigen las normativas fiscales de los diferentes países, al igual que la actividad económica, van incorporando medios informáticos y electrónicos. En la actual situación, donde los cambios en las formas y modos de operar están siendo tan rápidos, es evidente que cualquier medida de control fiscal corre el riesgo de resultar obsoleta y ser superada en un corto espacio de tiempo, por lo que las autoridades fiscales deben evitar el precipitarse con medidas de control con visión a corto plazo, y sí procurar la colaboración y el análisis de las propuestas de la iniciativa privada.

Al igual que la normatividad fiscal actual, el sistema tributario debe hacer un esfuerzo de aproximación y de convertir dicho sistema en uno gestionado por una administración electrónica, en el sentido de acercar los métodos de liquidación y de control a los sistemas de funcionamiento del medio en que la actividad se desarrolla. Esta orientación requiere adoptar medidas que faciliten el cumplimiento de las obligaciones fiscales respecto de las distintas fases de una operación económica realizada por medios electrónicos:

- ❖ Identificación de las partes.
- ❖ Calificación de la operación.

❖ Jurisdicción fiscal.

Como se ve, se tratan de cuestiones explicadas con anterioridad, por lo que no es necesario abundar más en las mismas. Por otra parte, es conveniente enfatizar en la existencia, por así llamarlo, del problema adicional que es la variabilidad de herramientas informáticas que pueden utilizarse para procesar las operaciones electrónicas, lo que aconseja impulsar la elaboración de un estándar respecto del formato de la información requerida para efectos tributarios. En el ámbito internacional existe un gran interés en estas cuestiones, disponiéndose de distintas aplicaciones que persiguen facilitar la liquidación electrónica de los impuestos que se devengan en una operación. Se trata de situaciones donde se hace aconsejable que la administración tributaria no solamente esté al corriente de sus desarrollos, sino que incluso pueda participar activamente formulando sugerencias, de modo que se alcance una optimización respecto de su infraestructura informática y de sus necesidades de información.

7.2.3. Oportunidades y propuestas

- **¿Amenazas u oportunidades?.** Para este tema, es conveniente citar a grandes rasgos parte del discurso que Ine Lejeune, directora de servicios fiscales y legales para Europa, Medio Oriente y África de una reconocida firma multinacional de consultoría, expuso en uno de los foros sobre comercio electrónico de la OECD.⁵⁰

Ine Lejeune, habló sobre el hecho de que muchas administraciones fiscales creen que los negocios electrónicos crean amenazas en el campo de la fiscalización, cuando en realidad existen oportunidades tanto para los contribuyentes como para las administraciones fiscales. Esto es:

Primero, se tiene una oportunidad para simplificar los sistemas fiscales, toda vez que estos son generalmente muy complicados. Simplificándolos, se podría ayudar a las empresas a enfocar

⁵⁰ LEJEUNE, Ine, OECD Forum on Electronic Commerce, OECD, <http://www.oecd.org>. 2000, pág. 4

sus recursos a lo que ellas hacen mejor: crear bienestar y oportunidades, de los cuales las comunidades enteras se puedan beneficiar.

Simplificando los sistemas fiscales se puede hacer de la administración de impuestos algo más eficiente e incluso permitir que los recursos públicos sean utilizados más efectivamente. La simplificación es necesitada con urgencia en el área de transacciones B2B y en el área de la fiscalización indirecta, impuestos al consumo e IVA.

Segundo, se tiene una oportunidad para ayudar a los gobiernos a aprovechar la tecnología “ebusiness” y de esa forma mejorar la administración de los sistemas fiscales y el servicio a los contribuyentes. El reto es diseñar sistemas para las autoridades fiscales y los contribuyentes que puedan crecer y adaptarse.

Tercero, se tiene una oportunidad para continuar mejorando la forma en que los gobiernos consultan a los contribuyentes para dar forma a los sistemas fiscales del futuro.

El comercio electrónico está haciendo patente la necesidad de una mayor cooperación y coordinación entre las diferentes autoridades fiscales, es decir, remarca la importancia de definir principios clave para proveer una infraestructura en la que las diferentes autoridades nacionales, enfrentando retos comunes, puedan cooperar.

- **Propuestas de implementación.** A continuación se listan una serie de propuestas que buscan mejorar la administración tributaria, mismas que actualmente están en revisión por los grupos del Consejo Técnico de la OECD⁵¹:

- ❖ Las autoridades fiscales deben considerar el desarrollo de sitios en Internet, donde estén disponibles para el contribuyente la legislación fiscal, las reglas, estadísticas fiscales, y formatos fiscales para ver y descargar.
- ❖ Sistemas de respuesta telefónica para las requisiciones típicas de los contribuyentes.

⁵¹ Cfr. OECD, OECD Forum on Strategic Management, OECD, http://www.oecd.org/daf/ fa/ e_com/ public_release.htm, Febrero 2001, pág. 31

- ❖ Considerar un punto de acceso o dirección fiscal electrónica para contribuyentes altamente móviles.
- ❖ Las autoridades podrían recibir consultas de los contribuyentes vía electrónica y responder de la misma forma.
- ❖ Considerar programas de depósito directo en el caso de pagos de contribuciones y devoluciones de impuestos.
- ❖ El fisco debería aceptar vía electrónica, la información y otros datos necesarios para efectos de autorizar devoluciones de impuestos.
- ❖ Considerar sistemas de pago automático en el caso de las cuotas de seguridad social, retenciones de sueldos y otras deducciones similares.
- ❖ Las autoridades fiscales deben evaluar junto con otras autoridades los beneficios de un solo punto de registro gubernamental en Internet.
- ❖ Las autoridades tributarias podrían requerir que las empresas dedicadas al comercio electrónico se identifiquen ante ellas, de una forma similar a los requerimientos que prevalecen para las empresas dedicadas al comercio convencional en un país.
- ❖ Asimismo, dichas autoridades deberían estimular las prácticas de negocio que permitan la identificación de las empresas llevando a cabo operaciones de comercio electrónico.
- ❖ Considerar mecanismos que faciliten el seguimiento, para efectos fiscales, de sitios “web” inadecuadamente identificados, así como de otros sitios electrónicos de negocios.
- ❖ La administración fiscal debe establecer sus criterios a las partes apropiadas, para asegurarse de que las características del comercio electrónico no incrementen los riesgos asociados con la economía informal o de efectivo.
- ❖ Las autoridades fiscales deberán cooperar con las empresas para desarrollar prácticas de negocio u otros instrumentos, que permitan estimular la aplicación amplia de tecnologías, tal como la digitalización notarial, para garantizar la integridad de los registros electrónicos.
- ❖ Las autoridades multicitadas deben considerar expresar sus puntos de vista sobre los requerimientos de información a las partes apropiadas, desarrollando estándares o protocolos aplicables para el comercio electrónico.

- ❖ Estimular a los contribuyentes para que utilicen el encriptamiento o tecnologías de seguridad para considerar la recuperación de claves, así como terceras partes confiables u otros mecanismos para protegerse contra la pérdida inadvertida de datos.
- ❖ El uso de un número de identificación personal (NIP) como si fuese la firma del contribuyente, eliminando así la necesidad de llenar escritos bajo protesta de decir verdad.
- ❖ Compañías de software ofreciendo gratis o a un bajo costo, servicios de llenado electrónico o de cálculo de impuestos en la Internet.
- ❖ Iniciativas de aprendizaje en línea, de forma que la autoridad fiscal mejore los programas de educación al contribuyente, en particular de los contribuyentes nuevos y los estudiantes adolescentes, que aprenderían sobre impuestos en la escuela, de forma que se les explicara porqué los individuos pagan impuestos y cómo pueden cumplir con sus obligaciones.
- ❖ Ver al contribuyente como un cliente, al grado de que se le otorguen descuentos por pagos efectuados a través de Internet antes de tiempo, y sobre todo una mercadotecnia agresiva por parte de la autoridad al respecto.
- ❖ Poner al alcance de los contribuyentes el acceso público a Internet a través de bibliotecas, escuelas y centros comunitarios para todos aquéllos que no tienen acceso personal.
- ❖ Poner al alcance del contribuyente discos con programas fiscales para que pueda calcular y estimar sus ingresos anuales e impuestos.
- ❖ Estímulos fiscales para aquellas empresas que inviertan en las nuevas tecnologías y en la formación de su personal en el uso de éstas.

Un magnífico ejemplo de cómo las cuestiones anteriores han sido llevadas a la práctica, lo tenemos en el sitio de Internet del Ministerio de Recaudación británico⁵². Ese es un modelo para cualquier administración fiscal, inclusive en él se pueden consultar los criterios de la

⁵² <http://www.inlandrevenue.gov.uk>

autoridad respecto a cuestiones derivadas del comercio electrónico, tales como establecimiento permanente, pago de impuestos, entre otros.

Evidentemente queda mucho por hacer al respecto en todos los países, en especial debido a que aún existen obstáculos para un mayor crecimiento del comercio electrónico, como pueden ser las cuestiones de seguridad y de que las firmas digitales se encuentran apenas en sus primeras etapas de desarrollo, así como el grado de disponibilidad de computadoras personales para los contribuyentes, que poco a poco va incrementándose, pero no al mismo ritmo en todos los países.

- **Trabajo futuro.** Como se mencionaba, aún falta mucho por hacer para aprovechar al máximo las tecnologías existentes en las relaciones fisco-contribuyentes, antes tenemos que ser capaces de entender el entorno del comercio electrónico así como sus peculiaridades; por otra parte, se debe mejorar el servicio al contribuyente, esto es que cada país necesita adoptar su estrategia de implantación de los cambios requeridos y establecer los plazos para reflejarlos en su propia legislación y política doméstica.

Una vez más es necesario recalcar que la Internet y sus tecnologías han transformado la forma en que el mundo lleva a cabo negocios. Esta transformación no sólo ha facilitado navegar en la economía mundial, sino que ha incrementado las expectativas de los consumidores, toda vez que éstos se han familiarizado con las nuevas tecnologías, por lo cual es lógico que estén a la espera de conceptos innovadores para ser utilizados en todas las áreas de sus vidas, incluyendo los impuestos.

Al mismo tiempo, hay que reconocer que mientras muchos de los proyectos llevados a cabo por los países, han sido permitidos por la existencia de la Internet y sus tecnologías emergentes, algunas de estas iniciativas han surgido como el resultado directo de ver al contribuyente como a un cliente. Esta nueva perspectiva ofrece un enfoque novedoso para la administración fiscal. El utilizar métodos empleados por la iniciativa privada para mejorar el servicio a los contribuyentes, ha traído consigo una buena cantidad de nuevas ideas para las autoridades fiscales.

A manera de resumen, en un futuro se esperan los siguientes cambios fundamentales:

Cuadro 7.1. Evolución de los sistemas tributarios

De:	A:
Comunicaciones basadas en el papel.	Comunicaciones electrónicas.
Asesor.	Autoayuda / sistemas expertos.
Dinero / cheques.	Transferencia electrónica de fondos.
Respuestas personalizadas.	Correo de voz automatizado.

Obviamente lo anterior no significa que las actividades descritas en la parte izquierda desaparecerán por completo, pero sí que significará que disminuirá gradualmente su uso en favor de los nuevos procesos, sin olvidar que la efectividad final del comercio electrónico como instrumento de la administración fiscal dependerá en buena medida en el incremento de la armonización internacional de las prácticas y estándares de comercio electrónico.

Asimismo, es importante destacar que algunas administraciones fiscales se niegan a renunciar en la práctica al paradigma del uso del papel, al grado de que llegan al extremo de pedir en la realización de trámites, cientos de copias de declaraciones y documentación que al menos en teoría, está capturada en los registros de dichas administraciones, lo cual es francamente absurdo, y sólo produce malestar entre los contribuyentes. Vencer el paradigma del papel será sin duda uno de los retos a corto plazo por parte de las autoridades fiscales, de tal forma que las tecnologías actuales sean aprovechadas al máximo para reducir al mínimo posible el uso del papel.

7.2.4. Control tributario. Al abordar el tema del control tributario en el contexto del comercio electrónico, es necesario señalar que la evolución de la estructura empresarial o profesional puede hacer necesario replantear el sistema de diferenciación de contribuyentes,

fundamentado actualmente sobre el volumen de operaciones, sin tener en consideración adecuadamente otros criterios como la dimensión empresarial, escasa presencia física y posible actividad económica, lo que puede hacer que ciertos contribuyentes que operan en el nuevo entorno queden enmarcados en un nivel de gestión de control inapropiado.

Por otra parte existen dos niveles básicos de control tributario. En el control del primer nivel se verifica el cumplimiento voluntario y se advierten los incumplimientos. En esta fase la aplicación de las herramientas informáticas es intensa.

Los efectos que el comercio electrónico generará sobre esta fase ya han empezado a percibirse mediante la incorporación de nuevas herramientas y procedimientos informáticos que ayuden y faciliten el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales. Esto requerirá una formación y preparación del personal al servicio en la administración tributaria ajustadas al nuevo entorno, en especial en materia de conocimiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones, idiomas y operatoria del comercio electrónico, además, claro está, de una formación mínima del marco regulatorio fiscal, que sorprendentemente suele ocurrir que es ignorado por los propios empleados de las administraciones tributarias.

En el segundo nivel de control, o control de profundidad, se hace preciso investigar el cumplimiento de la normativa, sobre la base de la información de que dispone la administración tributaria y la interna del mismo contribuyente, quien está obligado a proporcionarla a lo largo de una comprobación fiscal.

La cada vez más generalizada implantación de equipos informáticos y telemáticos en la gestión de la información financiera, contable y de gestión del contribuyente hace que el planteamiento de la comprobación fiscal en este nivel, necesite acomodarse al nuevo entorno, lo que puede añadir complicaciones de carácter metodológico y técnico.

A lo anterior hay añadir la previsible compartimentación, dispersión y subcontratación de las tareas de gestión, por razones de su versatilidad y economías de escala. Todo ello conduce a que la comprobación fiscal necesite, con carácter previo, verificar los sistemas de control

interno del contribuyente. Y ante esta tarea, los equipos de inspección deberán potenciar los conocimientos y herramientas de carácter técnico y de auditoría de sistemas, lo que permitirá optimizar la labor de comprobación.

En este nivel es muy importante alcanzar un alto grado de coordinación, tanto entre las distintas áreas de la administración tributaria de un país como con las administraciones de otros países. Asimismo, la utilización de técnicas de auditoría informática proporciona un apoyo muy valioso al respecto; de ahí que sea preciso acomodar la formación del personal auditor a estas nuevas necesidades.

En este sentido existen distintas iniciativas en el ámbito de la Unión Europea que aportan experiencia y aprendizaje para poder afrontar eficazmente estos problemas. También en la OECD se trabaja sobre materias de comprobación tributaria aplicadas al comercio electrónico. La participación efectiva en todos estos foros constituye una oportunidad que debe aprovecharse. Asimismo, deberían crearse mecanismos ágiles de transmisión y difusión de los conocimientos en el interior de las administraciones tributarias. Finalmente, sería deseable contar con experiencias pilotos o prototipos de comprobaciones tributarias referidas a operadores en comercio electrónico.

7.3. Pequeñas y medianas empresas

7.3.1. Panorama internacional de las pequeñas y medianas empresas. En general en casi todos los países existen medidas en vigor de naturaleza fiscal, con la finalidad de mejorar el entorno económico y tecnológico de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), por lo que no se ha querido dejar a un lado este tema para efectos del presente trabajo de investigación, toda vez que muchas de las empresas dedicadas al comercio electrónico suelen ser Pymes, que ven en este entorno un área de oportunidad inmensa. La gama de estos dispositivos difiere, sin embargo, de forma notoria entre un país y otro, al grado de que mientras en Canadá, España y Francia, cuentan con medidas muy completas, que conllevan una intervención y aportes de recursos públicos substanciales, mientras que la intervención pública es más reducida al respecto en lugares como Dinamarca, Islandia y Nueva Zelanda.

Por otra parte, en los últimos años las medidas fiscales aplicables a las pequeñas empresas han sido objeto de reformas o reestructuraciones en ciertos países como Francia y México, mientras que en otros se analiza si conviene reforzar las disposiciones existentes. Las políticas dirigidas a las pequeñas empresas se fundamentan en los siguientes motivos⁵³:

- ❖ Se considera que las pequeñas empresas juegan un papel importante en la economía en términos de capacidad de producción, de empleo y de potencial de innovación, y contribuyen, por consiguiente, a la competitividad global de una rama de actividad y del país en su conjunto.
- ❖ El desarrollo de estas empresas, en especial el de aquéllas dedicadas al comercio electrónico, puede verse entorpecido por un cierto número de factores económicos y por otros factores, cuyos efectos pueden ser, en cierta medida, neutralizados o al menos atenuados por iniciativas apropiadas de las autoridades públicas.
- ❖ La actitud del gobierno en cuanto a la necesidad y a la eficacia de las disposiciones referentes a las pequeñas empresas es diferente según los países, y/o la prioridad concedida a este campo de la política económica con relación a otras varía también según los países.
- ❖ La importancia real o percibida de las empresas citadas, en cuanto a capacidad de creación de empleo, puede evolucionar en el tiempo, por ejemplo en función de las diferentes fases del ciclo coyuntural.

Derivado de lo anterior se puede ver que en general, las principales cuestiones que al respecto se deben plantear los gobiernos son las siguientes:

- ❖ En primer lugar, identificar los obstáculos específicos que pueden afectar a la creación y al desarrollo de las pequeñas empresas dentro de cada país.
- ❖ En segundo lugar, la elección, entre estos obstáculos, de los que pueden y deben ser neutralizados o atenuados por una acción gubernamental.

⁵³ Cfr. DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, Fiscalidad y Pequeñas Empresas, Ed. Mundi – Prensa, Madrid, 1994, pág. 7

- ❖ En tercer lugar, la elección de las medidas específicas que deben ser llevadas a cabo a ese respecto y en especial, si es necesario recurrir a medidas fiscales o, bien, a medidas no fiscales y si es posible enfocar de manera precisa las medidas aplicadas a los obstáculos identificados, o es preferible acudir a unos dispositivos más generales.

La elección de las medidas es quizás de una importancia especial en el campo fiscal, tal y como se desprende de la serie de reformas fiscales realizadas al respecto en la mayoría de los países desarrollados en los últimos años, y que se caracterizan de manera general, por la tendencia a una mayor neutralidad y a un menor intervencionismo de la fiscalidad, pero han significado al mismo tiempo medidas específicas relativas a ciertos sectores, con el fin de realizar ciertos objetivos económicos o no económicos, tales como un crecimiento de las actividades de investigación y desarrollo o la reducción de la contaminación.

Por su parte, es difícil precisar cual será la tendencia en un futuro respecto de los regímenes fiscales de las pequeñas y medias empresas, aunque la necesidad por estos regímenes será menos marcada en la medida en que los tipos impositivos se mantengan reducidos. A la vez que habrá que tener especial consideración, en su caso, para aquellas pequeñas empresas dedicadas al comercio electrónico, toda vez que estas empresas por su naturaleza ya necesitan de ayudas especiales para su fortalecimiento; y más aún si se quiere incentivar a la vez el crecimiento de estas actividades, que como se ha explicado a lo largo del presente trabajo, conllevan una serie de dificultades intrínsecas, en especial en las áreas de seguridad y de certeza respecto al tratamiento legal y fiscal de las operaciones llevadas a cabo, por lo que las autoridades fiscales deberán analizar y establecer las medidas necesarias para solucionar o aminorar, en la medida de lo posible, dichas dificultades.

7.3.2. Justificación de un régimen especial para las Pymes. Los países pueden desear aplicar regímenes específicos a las pequeñas empresas por diversas razones. Estas empresas pueden permitir a las economías adaptarse mejor a los cambios de las condiciones macroeconómicas. Pueden ser más innovadoras que las grandes empresas (aunque puedan experimentar dificultades para aprovechar los desarrollos más recientes en materia de productos, procedimientos y mercados). Pueden estar en desventaja en la competencia con las

grandes empresas debido a las economías de escala que éstas realizan en su producción (sin embargo las pequeñas empresas pueden también tener ventajas en ciertos sectores por sus estructuras administrativas más sencillas). Pueden ser más flexibles que las grandes empresas (aunque las cualificaciones insuficientes de su mano de obra y de sus directivos, así como la falta de organización y una tendencia a poner demasiado énfasis sobre el corto plazo tiendan a atenuar esa ventaja).

Aunque, en ciertos casos, estos argumentos pueden ser considerados como suficientes por sí mismos para justificar la realización de sistemas específicos de ayuda a las pequeñas empresas, en realidad los regímenes en vigor en la mayoría de los países desarrollados tienen más bien por objetivo corregir las desventajas más fundamentales de las pequeñas empresas en materia de costos: la dificultad de obtener financiamiento y la carga relativamente más pesada que presenta para ellas el cumplimiento de las reglamentaciones públicas y de los procedimientos fiscales, en especial para aquellas empresas inmiscuidas en el contexto del comercio electrónico, por la falta actual de una reglamentación clara o incluso una ausencia de reglamentación para este tipo de operaciones.

Se mencionaba que las pequeñas empresas pueden experimentar dificultades para obtener financiamiento, porque respecto a sus potenciales financieros, no pueden obtener más que algunas pequeñas informaciones (a un costo aceptable y bajo una forma normalizada) en cuanto a los resultados futuros probables de una pequeña empresa; mientras que en lo referente a las grandes empresas, están informadas sobre sus resultados pasados y conocen mejor su situación presente. Además, mientras que las grandes empresas pueden recurrir a la autofinanciación, esta práctica es susceptible de plantear problemas a ciertas pequeñas empresas.

La observación de las reglamentaciones públicas puede representar para una Pyme una carga proporcionalmente mucho más pesada que para una grande. Es bien sabido que los impuestos obligan a las empresas a dedicar tiempo a la preparación de las declaraciones y a efectuar gastos por el reclutamiento de personal especializado, que pueden ser relativamente

moderados para las grandes empresas, pero que pueden llegar a ser importantes para los recursos de una pequeña empresa.

Sin embargo, la persecución de estos objetivos debe compararse con el objetivo general de los gobiernos, que es hacer el sistema fiscal sencillo y neutro. Son estos objetivos a los que han respondido (al menos en parte) muchas de las reformas fiscales recientes ocurridas en los países desarrollados. Los gobiernos pueden considerar la neutralidad del impuesto como un objetivo importante, debido a que las ayudas fiscales mal dirigidas corren el riesgo de ser poco eficaces, pueden desvirtuar las decisiones económicas y aplicar mal los recursos en la economía, mientras que los otros sectores pueden reclamar igualmente un régimen especial. Independientemente de la cuestión de saber si existen motivos suficientemente justificados en el plano económico para esforzarse en favorecer a las Pymes con respecto a las grandes, se debe tener en cuenta el costo de la utilización del sistema fiscal como instrumento de realización de esta política.

Considerando lo expuesto en los párrafos anteriores, muchos países consideran ventajoso utilizar el sistema fiscal para ayudar a estas empresas. Existe generalmente en esos países, una estructura administrativa para la gestión de esta ayuda y los parámetros fiscales son fáciles de modificar. Además, en la medida en que algunos de los problemas de las Pymes (costos administrativos) son debidos a la legislación fiscal, puede parecer deseable modificar el sistema fiscal de una manera apropiada.

7.3.3. Medidas propuestas

- **Ayudas concedidas en la fase de creación.** Los dispositivos o programas especiales de ayuda a las Pymes en su fase de creación, en especial a aquéllas que desarrollarán actividades de comercio electrónico (con la finalidad de promover este giro), consistirían en:
 - ❖ Mecanismos para asegurar recursos de capital para la creación de nuevas empresas. Estos mecanismos tomarían formas diversas, por ejemplo, ayuda bajo formas de garantía y de financiaciones concedidas a jóvenes empresarios para hacerse cargo de

- una empresa, ayuda concedida a desempleados para crear su propia empresa, garantías de préstamos bancarios, etc.
- ❖ Desgravaciones de la carga fiscal de las empresas nuevas, por ejemplo, bajo la forma de exenciones fiscales temporales, o de reducciones de la imposición de las rentas de acciones o de las plusvalías.
 - ❖ Medidas para promover una “cultura de empresa”.
 - ❖ Ayuda a la información y al asesoramiento, por ejemplo, bajo la forma de programas gubernamentales.
 - ❖ Desarrollo de la formación de los directores de empresa garantizada, por ejemplo, por las cámaras de comercio, organismos públicos de formación, universidades u organismos interprofesionales.
- **Mejora de los ambientes tecnológico y económico.** Este campo suele incluir los dispositivos más completos a favor de las pequeñas empresas, especialmente los siguientes:
 - ❖ Ayuda financiera para mejorar las competencias y habilidades en las pequeñas empresas, incluyendo la ayuda destinada a proyectos en campos muy prioritarios (por ejemplo: el medio ambiente y el comercio electrónico), la difusión de las nuevas tecnologías, el apoyo a la investigación y desarrollo, etc.
 - ❖ Mecanismos para promover la innovación y mejorar la calidad en las pequeñas empresas.
 - ❖ Mecanismos de mejora de la productividad y de la competitividad por la difusión de la tecnologías y de las habilidades, especialmente en lo referente a las pequeñas empresas.
 - ❖ Dispositivos destinados a facilitarles el acceso a los resultados de la investigación.
 - ❖ Subvenciones a organismos de investigación o de transferencia de tecnología, en especial en beneficio de pequeñas empresas.
 - ❖ Dispositivos destinados a difundir el empleo de equipos informáticos y de los procedimientos automatizados.
 - ❖ Créditos fiscales para gastos en investigación para el desarrollo de operaciones de comercio electrónico.

- ❖ Medidas dirigidas a mejorar la cualificación de la mano de obra, especialmente por la formación profesional.
 - ❖ Mecanismos destinados a promover el asociacionismo entre las grandes y las pequeñas empresas o entre las pequeñas entre sí, y medidas dirigidas a promover la constitución de redes entre pequeñas empresas de las mismas ramas, por ejemplo para apoyar el esfuerzo de internacionalización y el crecimiento de las exportaciones.
 - ❖ Medidas generales de promoción de las exportaciones, que conllevan la concesión de créditos y garantías a las pequeñas empresas, o el suministro de servicios de asesoramiento gratuitos o de tarifas preferenciales.
 - ❖ Utilización de la política de los mercados públicos para la concesión de un régimen favorable para las peticiones de oferta.
- **Reducción de los obstáculos financieros y administrativos.** Este apartado comprende también una amplia gama de dispositivos y medidas, tales como:
 - ❖ Concesión de préstamos de fondos públicos para financiar la formación de capital fijo.
 - ❖ Concesión de préstamos gubernamentales o de subvenciones directas, principalmente destinados a las pequeñas empresas que trabajan en zonas fronterizas o en regiones desfavorecidas afectadas por un alto desempleo.
 - ❖ Concesión de garantías a los prestamistas privados para los créditos a las Pymes.
 - ❖ Tipos impositivos reducidos aplicados a las Pymes para ayudarles a mejorar su capacidad de autofinanciación, exención permanente de las ganancias de capital sobre acciones, créditos fiscales para promover la formación.
 - ❖ Dispositivos especiales en materia de ganancias de capital realizadas en la transferencia de propiedad de las Pymes, con el fin de facilitar las transferencias a título oneroso o por deceso.

Obviamente que cada país deberá analizar cuáles de las medidas anteriormente enunciadas son las más convenientes en su jurisdicción, considerando el entorno socio-económico en ésta. Para concluir este capítulo, es importante señalar que en la Unión Europea existen programas

de acción muy complejos sobre las Pymes, que comprende la recogida de estadísticas comparables, el seguimiento de las evoluciones en este sector y la creación de mecanismos de financiación. Todas estas disposiciones resultan del reconocimiento del papel importante que este sector es susceptible de desempeñar en la competitividad de la Unión Europea.

CONCLUSIONES

De lo expuesto se encuentra que Internet es una enorme oportunidad para mejorar las relaciones entre los pueblos y, claro está, para facilitar el comercio de bienes y servicios.

Por su parte, el comercio electrónico no es más que una forma de comercio, que se vale de las nuevas tecnologías informáticas para poner en contacto a vendedores y compradores, y en el caso de los bienes digitales para entregar los mismos por medio de las redes informáticas. Es decir, aunque no existe en estos momentos una definición universalmente aceptada de lo que es el comercio electrónico, es importante precisar que se entiende por éste el conjunto de transacciones comerciales que tienen lugar a través de medios electrónicos, y que se relaciona especialmente con esa telaraña mundial que es la red de redes o “World Wide Web”, puesto que es a partir de la transmisión simultánea de textos e imágenes a través de lo que se conoce como Internet, con lo que realmente comienza el desarrollo del comercio electrónico internacional. Como consecuencia lógica del concepto anterior surgen, entre otras, las cuestiones de tipo tributario, que se ven afectadas, por ejemplo, por hechos como el que unos mismos productos (fotografías, películas de cine, libros, discos, mapas, etc.) puedan ser expedidos tanto electrónicamente o digitalmente como físicamente en la forma tradicional; esto es, el nuevo mundo digital viene a complicar los problemas de tipo tributario, ya de por sí con muchas dificultades por resolver. Ciertamente el tratamiento de las transacciones electrónicas no en todos los casos se vislumbra sencillo, pero lo que resulta claro es que al no gravar las transacciones en Internet se favorecería injustamente a este tipo de comercio frente a los otros, pero por otra parte, sí se gravase con tributos especiales como el “bit tax”, entonces las dificultades operativas y económicas podrían dar lugar a distorsiones que desvirtuarían las ventajas del comercio electrónico. Por lo tanto, los contribuyentes que lleven a cabo transacciones similares en situaciones similares deben ser gravados de la misma forma, con independencia del medio en que éstas se lleven a cabo.

Evidentemente a la fecha aún persiste una actitud de cierto desconcierto frente al tema expuesto. En efecto, la relativa novedad del fenómeno influye en ello, sin que lo anterior sea óbice para abordar con mayor decisión su estudio, procurando al mismo tiempo el evitar caer

en la precipitación reguladora del mismo. No se debe olvidar que los sistemas fiscales no son estáticos, sino organismos vivos que deben ser capaces de evolucionar conforme a los requerimientos de las sociedades a las que sirven, porque aunque en ocasiones pareciera lo contrario, su objetivo es servir y coadyuvar a crear las condiciones para que la sociedad alcance más fácilmente bienestar y desarrollo económico, dentro de un marco legal tributario justo.

Por otra parte, no hay duda de que toda comunidad humana necesita una autoridad para mantenerse y desarrollarse, pero la autoridad debe ejercerse de manera legítima aplicándose a la prosecución del bien común de la sociedad. Para alcanzar ese bien común. La autoridad debe emplear medios moralmente aceptables y procurar justicia en sus ordenamientos. Obviamente que los gobiernos necesitan allegarse de recursos para el cumplimiento de sus objetivos, para lo cual exigen el pago de contribuciones a sus gobernados, quienes tienen la obligación de sacrificar parte de su riqueza a favor de la autoridad legítima, mientras que la autoridad debe tener el cuidado y la grave obligación de no recaudar arbitrariamente perdiendo de vista para qué y para quién gobierna, así como el hecho de que la persona representa el fin último de la sociedad, la cual está ordenada a aquélla.

Derivado de lo anterior, se debe remarcar en la importancia de sistemas fiscales justos y señalar que la imposición en el pago de contribuciones no obliga siempre a los ciudadanos, porque cuando la autoridad pública, excediéndose en sus competencias oprime a los ciudadanos, aunque estos últimos no deben rechazar las exigencias objetivas del bien común; si les es lícito defender sus derechos y los de sus conciudadanos contra el abuso de la autoridad, guardando los límites que señala la ley natural. Dentro de este contexto el comercio electrónico representa una gran oportunidad para acercarse al ideal de justicia social y económica, y es aceptado a un nivel internacional que los mismos principios que los gobiernos deberían de aplicar a la fiscalización del comercio convencional deben regular al comercio electrónico, esto es: neutralidad, eficiencia, certeza y simplicidad, efectividad, justicia, flexibilidad, etc. Es decir, el fomento del comercio electrónico como impulsor de la economía no debe verse obstaculizado por una regulación discriminatoria en comparación con las formas de comercio tradicional.

En virtud de la naturaleza global del comercio electrónico, las medidas tendientes a regular su marco fiscal, no pueden ser vistas de forma aislada, sino que se requiere de consenso internacional, al menos en cierto grado, por lo que la cooperación de las administraciones fiscales domésticas, en forma conjunta con organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Organización de la Naciones Unidas y la Unión Europea, por mencionar algunos de los principales actores, resulta fundamental para encontrar soluciones que atiendan a la problemática de la fiscalización del comercio electrónico y al hecho de que dichas soluciones atiendan a los principios que deben regir los sistemas fiscales modernos.

Dentro de cualquier marco de fiscalización, el concepto de establecimiento permanente es un elemento central en la determinación de los derechos de fiscalización bajo los tratados fiscales internacionales actuales, por lo que no es de sorprender la preocupación a nivel internacional por definir bajo qué circunstancias las operaciones de comercio electrónico llegan a constituir dicha figura tributaria.

Al respecto, cabe señalar, que tal y como se comentó en el cuarto capítulo, es fundamental el evitar que los contribuyentes sean colocados en una posición tal, que lleguen a constituir establecimiento permanente sin siquiera saberlo, por lo que derivado de lo anterior, se arriba a la conclusión de que un sitio “web” por sí mismo no constituye establecimiento permanente toda vez que al ser una combinación de datos y “software” no puede considerarse un lugar fijo de negocios, en virtud de que no se trata de propiedad tangible.

Asimismo, atendiendo al principio de justicia, hay que ver si realmente un contribuyente se ha beneficiado de la infraestructura de un Estado extranjero, como para que se le pudiera exigir el pago de tributos, por concepto de los ingresos atribuibles al establecimiento permanente, el cual puede ser el caso de un servidor localizado en un Estado extranjero, toda vez que dicha propiedad tangible si pudiera constituir un lugar fijo de negocios cuando sus operaciones vayan más allá de actividades de naturaleza preparatoria o auxiliar. Adicionalmente, habría que tener cuidado con la posibilidad de la instalación de servidores en paraísos fiscales, por lo

que las medidas en el ámbito internacional contra esos regímenes fiscales nocivos, son fundamentales para combatir ese tipo de operaciones de elusión fiscal.

Para efectos del tratamiento fiscal de las sociedades, es importante para la mayoría de los países poder definir el lugar de administración efectiva, por lo que para el caso de las operaciones de comercio electrónico y de uso de nuevas tecnologías, es fundamental perfeccionar dicho concepto e inclusive añadirlo expresamente al Modelo de Convenio Tributario de la OECD con la finalidad de que sirva de marco de referencia para los demás países; adicionalmente, es importante establecer una jerarquía de tests para definir el lugar de administración efectiva, lo cual en forma conjunta con el perfeccionamiento de dicho concepto, puede ser aplicable en el contexto de las telecomunicaciones modernas.

En cuanto al tipo de ingreso en las operaciones de comercio electrónico, la clasificación utilizada en la actualidad es perfectamente aplicable a las operaciones de comercio electrónico, destacando que aquí es de suma importancia poder identificar los tipos de ingresos en dichas operaciones, así como la consideración por la que se efectúan los pagos, siendo válido que si un tipo de ingreso constituye por mucho el principal propósito de un contrato y las otras partes son relativamente poco importantes, entonces el tratamiento aplicable a la parte principal debiera aplicarse al monto total de la operación.

En lo que a impuestos al consumo se refiere, las reglas para la fiscalización de las operaciones de comercio electrónico, debieran dar como resultado la imposición en la jurisdicción donde el consumo se lleva a cabo, y procurando que para efectos de los impuestos citados, la proveeduría de bienes digitales no sea tratada como una proveeduría de bienes tangibles (excepto por las tasas aplicables).

Para las operaciones “Business to Business” entre partes ubicadas en diferentes países, perfectamente la empresa consumidora podría retener el impuesto a través del mecanismo de la retrotraslación. Evidentemente en el caso de las operaciones de “Business to Consumer”, la tentación financiera que representa para los consumidores evadir el pago, toda vez que no están en posibilidades de acreditarse el impuesto, no hace factible el mecanismo de la

retrotraslación, por lo que los proveedores quedan con la carga administrativa de poder identificar al tipo de cliente y la jurisdicción de éste, razón por la cual las administraciones fiscales deberían incentivar la utilización de algún mecanismo simplificado de registro y entero del impuesto recaudado por los proveedores no residentes, en espera de que en un futuro, el desarrollo de las tecnologías aplicables a la identificación de las partes y de la jurisdicción del consumidor permita sistemas de recaudación similares a los del comercio tradicional.

En tratándose de la metodología de los precios de transferencia, es totalmente procedente para operaciones de comercio electrónico entre partes relacionadas, llevar a cabo el análisis de funciones y riesgos, así como el de comparabilidad; por lo cual el principio regulador de los precios de transferencia, el principio “arm’s length” no pierde su vigencia en el entorno electrónico. Obviamente el comercio electrónico envuelve operaciones con intangibles, los cuales debemos considerar para la atribución apropiada de beneficios a cada una de las partes relacionadas participantes en dichas operaciones. Sin embargo, desafortunadamente el actual artículo 7º del Modelo de Convenio de la OECD presenta una serie de inconsistencias respecto al principio “arm’s length”, lo cual puede desembocar en atribuciones distintas de beneficios, dependiendo de si las operaciones entre partes relacionadas se llevan a cabo a través de un establecimiento permanente (que legalmente no es una empresa distinta de la matriz) o a través de una subsidiaria, por lo que dicho artículo debería ser modificado para evitar este tipo de distorsiones en los resultados fiscales.

Por su parte, todo lo aquí discutido representa un escenario complejo para las administraciones tributarias, sin embargo, al mismo tiempo las tecnologías de la información y las telecomunicaciones modernas representan una oportunidad para simplificar los sistemas fiscales actuales, pletóricos de legislación y reglas complejas difíciles de entender por los contribuyentes, siendo justo aclarar que aunque en ocasiones es necesaria esa dosis de complejidad, tampoco se trata de que los contribuyentes y sus asesores sean doctores en hermenéutica. En este contexto, se debe favorecer al máximo el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales y mejorar las relaciones del fisco y los contribuyentes, porque está

comprobado que sí un sistema fiscal no es percibido al menos como justo por la mayor parte de los contribuyentes, está condenado al más rotundo fracaso.

El objetivo de adaptarse a la economía digital puede servir como vehículo para que las administraciones fiscales cambien en lo que proceda, sus sistemas, sus métodos, e inclusive su personal, de modo que se provean del potencial suficiente para hacer frente a los retos que plantea el comercio electrónico, a la vez que se gestionan los tributos con mayor modernidad y eficiencia.

Asimismo, vale la pena remarcar que las políticas fiscales deberían ser diseñadas considerando la importancia de las pequeñas y medias empresas en la economía de un país; especial énfasis deben poner al respecto los países subdesarrollados o llamados mediante un eufemismo como “países en vías de desarrollo”.

Finalmente, de lo expuesto, se puede concluir que los días de la Internet como el paraíso fiscal perfecto y perpetuo y como la utopía del anarquismo del que muchos hablaban en sus primeros años de vida, poco a poco se aproximan su fin. Tal y como se mencionó, el problema de no fiscalizar al comercio electrónico es que esto derivaría en distorsiones económicas que terminarían beneficiando a los estratos sociales más pudientes, que son los que suelen tener mayor acceso a la Internet. Al mismo tiempo, es posible aplicar los principios fiscales existentes al entorno del comercio electrónico, aunque en algunos casos, ciertamente, se necesita de mayor claridad en la definición y alcance de algunos conceptos para poder proporcionar el nivel de certeza jurídica adecuado, destacando la importancia de la cooperación y el consenso internacional en estos temas, toda vez que el mundo del ciberespacio es compatible con la visión del mundo como una aldea global.

En ese orden de ideas puede inferirse una conciencia común acerca de la necesidad de contar con soluciones supranacionales; hecho que se puede constatar con el trabajo que se lleva cabo en los distintos foros y organizaciones internacionales.

Que ciertamente se requiere trabajo por parte de los gobiernos, empresas y ciudadanos es innegable, pero la única forma de recorrer este camino es tramo a tramo, y es tiempo de que los países vayan definiendo poco a poco sus posturas respecto al tema del comercio electrónico, para así terminar con el mito, como se mencionó, del comercio electrónico como una actividad imposible de fiscalizar apropiadamente.

BIBLIOGRAFIA

- ACEVEDO, Héctor, Red, "WWW: la puerta de acceso a Internet", núm. 57, Junio, 1995, México, pp. 48-52
- ALCALDE, Jorge, Muy Interesante, "Autopistas de la Información", núm. 3, Marzo, 1995, México, pp 5-15
- ANTONOFF, Michael, Popular Science, "The Complete Survivalguide to the Information Superhighway", núm. 5, Mayo, 1994, New York, pp. 97-105
- ARIZPE, Andrés, Red, "Comunicación Macintosh vía Internet", núm. 59, Agosto, 1995, México, pp. 48-56
- ARRIOJA, Adolfo, Derecho Fiscal, Themis. México, 1997, 538 pp.
- BETTINGER, Herbert, Precios de Transferencia. Sus Efectos Fiscales, Ediciones Fiscales ISEF. México, 2000, 300 pp.
- CALVO NICOLAU, Enrique, Tratado del Impuesto sobre la Renta, Themis. México, 1998
- COHEN, Sandro, Personal Computing México, "El ciberespacio: una realidad al alcance de todos", núm. 71, abril, 1994, México, pp. 54-59

DIAZ, Luis Raúl, Prontuario de Actualización Fiscal, “Comercio Electrónico: nueva forma de hacer negocios”, núm. 260, Agosto, 2000, pp. 126-132

DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, Fiscalidad y Pequeñas Empresas, Mundi – Prensa. Madrid. 1994, 157 pp.

DIRECCION DE ASUNTOS FINANCIEROS, FISCALES Y DE EMPRESAS DE LA OECD, La Fiscalidad en los Países de la OECD, Mundi – Prensa. Madrid. 1994, 119 pp.

FERRON, Juan Manuel, Contaduría Pública, “Negocio Electrónico, más allá del e-business”, núm. 342, Febrero, 2001, México, pp. 42-44

GANDIA, Juan Luis, Contabilidad de Grupos Multinacionales (Publicación No. 5), Universidad de Valencia. Valencia, 1999, 24 pp.

GOOLSBEE, Austan, In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce, University of Chicago. <http://gsbadg.uchicago.edu/internet.htm>, 1999, 23 pp.

GREENSTEIN, Marylin, Electronic Commerce: Security, Risk Management and Control, McGraw Hill. USA, 2000, 400 pp.

GUERRERO, Gustavo, Red, “Oportunidades de negocio en Internet”, núm. 61, Octubre, 1995, México, pp. 4-12

INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES, Informe de la Comisión para el Estudio del Comercio Electrónico en la Fiscalidad Española, Ministerio de Hacienda de España. Madrid, 2000, 111 pp.

LEJEUNE, Ine, OECD Forum on Electronic Commerce, Pricewaterhouse Coopers. <http://www.oecd.org>, 2000, 4 pp.

MARTINEZ, Víctor, Red, “Guía práctica para conectarse a Internet”, núm. 61, Octubre, 1995, México, pp. 12-24

MAYO, Laura, Red, “Internet: la versatilidad de una red en beneficio del usuario”, núm. 42, Marzo, 1994, México, pp. 9-19

MAYO, Laura, Red, “Los pioneros del ciberespacio”, num.61, Octubre, 1995, México, pp. 28-40

MAYO, Laura, Red, “¿Someterán las telefónicas a Internet?”, núm. 59, Agosto, 1995, México, pp. 26-36

MINISTRY OF NATIONAL REVENUE OF CANADA, Electronic Commerce and Canada's Tax Administration, Ministry of National Revenue. <http://www.ccra-adrc.gc.ca/ecomm>, 1998, 102 pp.

MINISTRY OF NATIONAL REVENUE OF CANADA,
A Response by the Minister of National Revenue to his
Advisory Committee's Report on Electronic Commerce,
Ministry of National Revenue. [http://www.rc.gc.ca/
emenuDBB.html](http://www.rc.gc.ca/emenuDBB.html), 1998, 57 pp.

NELLEN, Annette, Overview to Ecommerce Taxation,
Guide to Understanding the Current Discussions and
Debates, San José State University. 2000, 77 pp.

OECD, Model Tax Convention on Income and on Capital,
OECD. París, 2000

OECD, Transfer Pricing Guidelines for Multinational
Enterprises and Tax Administrations, OECD. París, 2001

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS, Attribution
of Profit to a Permanent Establishment Involved in
Electronic Commerce Transactions, OECD. [http://www.
oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm](http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm), 2001, 34 pp.

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS,
Clarification on the Permanent Establishment Definition in
E-Commerce: Changes to the Commentary on the Model
Tax Convention on Article 5, OECD. [http://www.
oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm](http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm), 2000, 7 pp.

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS,
Consumption Tax Aspects of Electronic Commerce,
OECD. [http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.
htm](http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm), 2001, 27 pp.

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS, Discussion Draft on the Attribution of Profits to Permanent Establishment, OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2001, 73 pp.

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS, Electronic Commerce: A Discussion Paper on Taxation Issues, http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, OECD. 1998, 32 pp.

OECD TECHNICAL ADVISORY GROUP, Report by the Consumption Tax Technical Advisory Group (TAG), OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2000, 41 pp.

OECD TECHNICAL ADVISORY GROUP, Report by the Profesional Data Assessment Technical Advisory Group (TAG), OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2000, 77 pp.

OECD TECHNICAL ADVISORY GROUP, Report by the Technological Advisory Group (TAG), OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2000, 93 pp.

OECD TECHNICAL ADVISORY GROUP, Report by the Technical Advisory Group on Monitoring the Application of Existing Treaty Norms for the Taxation of Business Profits, OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2001, 4 pp.

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS, Revision on The Comentario on Article 12 Concerning Software Payments, OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 1998, 6 pp.

OECD TECHNICAL ADVISORY GROUP, Tax Administrations Aspects of Electronic Commerce: Responding to the Challenges and Opportunities, A Report from the Forum on Strategic Management to the Committee on Fiscal Affairs, OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2001, 31 pp.

OECD COMMITTEE ON FISCAL AFFAIRS, Tax Treaty Characterisations Issues Arising from E-Commerce, OECD,. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2001, 35 pp.

OECD TECHNICAL ADVISORY GROUP, The Impact of the Communications Revolution on the Application of "Place of Effective Management as a Tie Breaker Rule, OECD. http://www.oecd.org/daf/fa/e_com/public_release.htm, 2001, 15 pp.

O'MALLEY, Chris, Popular Science, "Drowning the net", num. 6, junio, 1995, New York, pp. 78-87

PONCE DE LEON, Javier, Red, "Cómo Comportarse en el Ciberespacio", núm. 61, Octubre, 1995, México, pp. 48-52

PRICEWATERHOUSE COOPERS, E-Business: A Strategic Weapon in the Digital Age, Pricewaterhouse Coopers. <http://www.ebusinessisbusiness.com>, 2000, 40 pp.

RANDALL, Neil, Aprendiendo Internet en 21 días, Prentice Hall. México, 1995, 825 pp.

RASKIN, Robin, Personal Computing México, “Una explosión de servicios en línea”, núm. 71, Abril, 1994, México, pp. 60-64

RIGGS, Brian, Personal Computing México, “Será benéfica una Internet comercial”, núm. 71, Abril, 1994, México, pp. 94

RIGGS, Brian, Personal Computing México, “Servicios en línea”, num 71, Abril, 1994, México, pp. 65-67

RODRIGUEZ, Ricardo, Red, “Mexplaza: de compras por Internet”, núm. 61, Octubre, 1995, México, pp. 24-28

SENN, James, Actualización Gerencial, “La Revolución del E-Commerce”, núm. 78, Septiembre, 2000, pp- 1-16

SOLIS, José Julio, Prontuario de Actualización Fiscal, “Comercio Electrónico”, núm. 260, Agosto, 2000, pp. 120-125

UGALDE, Héctor, Personal Computing México, “Cómo Navegar por las Telarañas de Internet”, núm 81, Febrero, 1995, México, pp. 86-88

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA, Internet, México, 1995, 68 pp.

U.S. DEPARMENT OF THE TREASURY OFFICE OF TAX POLICY, Selected Tax Policy Implications of Global Electronic Commerce, Deparment of the Treasury. <http://www.ustreas.gov>, 1996, 51 pp.

VILLAGRAN, Luis, Contaduría Pública, “Fraude Electrónico (Cybercrime)”, núm. 342, Febrero, 2001, México, pp.58-62

GLOSARIO

Beneficios brutos. El importe de una transacción de negocios computada al deducir de los ingresos brutos de dicha transacción, el monto del costo de adquisición o de producción de un bien, con los correspondientes ajustes por incrementos o decrementos en inventario, pero sin tomar en cuenta otros gastos.

Bienes digitales. Bienes, servicios, u otra propiedad (típicamente propiedad en la que subsisten derechos de propiedad intelectual, como música, software, etc.) vendida a través de sitios “web” y donde la entrega es efectuada a través de la propia Internet.

Bit. Contracción anglosajona del término “dígito binario”, una unidad de información representada por cero o uno. La velocidad de la transmisión de la información es medida en bits por segundo.

CD-Rom. Contracción de “Compact Disc with read Only Memory” (disco compacto que lee sólo memoria); compatible con computadoras, a la vez que son dispositivos relativamente baratos con una gran capacidad de almacenamiento de datos, texto y vídeo.

Ciberespacio. El espacio de tres dimensiones de las redes de computadoras, en la que viajan todas las señales electrónicas de audio y vídeo, y donde los usuarios pueden, con las direcciones y códigos apropiados, explorar y descargar información.

Comercio electrónico. Transacciones de empresas y consumidores, llevadas a cabo a través de una red, utilizando computadoras y telecomunicaciones.

Costos directos. Costos incurridos específicamente para producir un producto o prestar un servicio, como puede ser el costo de la materia prima.

Costos indirectos. Costos de producir un producto o servicio, los cuales a pesar de estar estrechamente relacionados con el proceso de producción, pueden ser comunes a varios productos o servicios (por ejemplo, los costos del departamento de reparación que da servicio al equipo utilizado para la fabricación de varios productos).

Digitalización. La conversión de una señal continua o análoga a una serie de ceros y unos. Por ejemplo, a un formato digital.

Empresa multinacional. Una compañía que es parte de un grupo multinacional.

Encriptamiento. Procedimiento consistente en la codificación de datos por razones de seguridad y/o privacidad, de forma tal que sólo la persona a la cual se le enviarán puede leerlos.

Firma digital. Datos ligados a una parte de un mensaje que permiten verificar al receptor la integridad y origen de un mensaje.

Grupo de empresas multinacionales. Grupo de empresas asociadas con establecimientos de negocios en dos o más países.

Hardware. Conjunto de órganos físicos de un sistema informático.

Headquarters. Oficina central, domicilio social o centro de operaciones de una organización.

Hipermedia. Uso de datos, texto, gráficas, vídeo y sonido como elementos de un sistema de hipertexto. Todas las formas de información están ligadas unas con otras, de forma que un usuario pueda moverse fácilmente de una a otra.

Hipertexto. Texto que contiene ligas conectadas a otros documentos de información.

Información digital. Información expresada en patrones binarios de ceros y unos.

Intangible de marketing. Es aquel intangible relacionado con las actividades de marketing, mismo que ayuda en la explotación comercial de un producto o servicio y/o tiene un importante valor promocional para el producto o servicio referido.

Internet. Una vasta red de redes internacional, que permite a computadoras de todo tipo compartir servicios y comunicarse directamente.

Modem. Contracción de “mo(dulador)” y “dem(modulador)”, es un accesorio que permite a las computadoras y al equipo terminal comunicarse a través de líneas telefónicas o cable, convirtiendo los datos análogos en información digital.

Navegador. Un programa usado para acceder la “World Wide Web”.

Principio arm’s length. El estándar información que los países miembros de la OECD han acordado que debe ser utilizado para la determinación de precios de transferencia para propósitos fiscales. Se encuentra establecido en el artículo 9º del Modelo de Convenio Fiscal de la OECD como sigue: “Si las condiciones dadas o impuestas entre dos empresas en sus relaciones comerciales o financieras difieren de aquellas que se hubieran dado entre empresas independientes, entonces, cualquier beneficio que hubiera sido atribuido a una de las empresas bajo estas últimas circunstancias, pero que por razón de las condiciones descritas, no fue atribuido, debe ser incluido en los beneficios de dicha empresa y fiscalizado apropiadamente”.

Protocolo. Procedimiento estandarizado para regular la transmisión de datos entre computadoras.

Proveedores de servicio en internet. Organizaciones que proveen a empresas e individuos de acceso a la Internet. El componente más significativo del precio de venta lo determina la capacidad del ancho de banda adquirido.

Servidor. Computadoras que almacenan información para que sea accesada por los usuarios de una red; incluyendo la Internet.

Sitio web. Sitio computacional conectado a la Internet, que comercializa mercancía en la misma.

Software. Conjunto de programas, procesados y reglados, y eventualmente documentación, relativos al funcionamiento de un conjunto de tratamiento de información.

World Wide Web o WWW. La porción de hipertexto gráfica de la Internet. La World Wide Web es descrita en el capítulo 1.

Servitesis

OTRA OPCION PARA SU TESIS

615-18-61

A V . M E X I C O 2 2 1 0
(CASI ESQUINA CON AMERICAS)