

**UNIVERSIDAD "ANDINA SIMON BOLIVAR" EN  
CONVENIO CON LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**ESPECIALIZACION SUPERIOR EN DERECHO  
PROCESAL.**

**MONOGRAFIA PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TITULO DE ESPECIALISTA SUPERIOR EN DERECHO  
PROCESAL**

**CATEDRATICO DIRECTOR: DR. JUAN PEÑA  
AGUIRRE.-**

**CURSANTE: DR. JHON JULIO MAZON CHAVEZ.**

**TEMA PROPUESTO: "EL COMERCIO ELECTRONICO"**

## **"EL COMERCIO ELECTRONICO"**

### **INTRODUCCIÓN.-**

### **GLOSARIO DE TÉRMINOS USUALES POR APARICIÓN.-**

## **CAPITULO I.**

### **COMERCIO ELECTRÓNICO.**

#### **1.1.- Concepto.-**

#### **1.2.- Características del Comercio Electrónico.-**

#### **1.3.- Características Generales del Comercio Electrónico.-**

## **CAPITULO II.-**

### **CLASIFICACION GENERAL DEL COMERCIO ELECTRONICO.**

#### **2.1.- Categoría de Empresa-Empresa.**

#### **2.2.- Categoría de Empresa-Consumidor.**

#### **2.3.- Categoría de Empresa-Administración.**

#### **2.4.- Categoría Consumidor-Administración.**

#### **2.5.- Otras Categorizaciones.**

## **CAPITULO III**

### **CLASIFICACION JURÍDICA DEL COMERCIO ELECTRONICO.-**

#### **3.1.- Comercio Electrónico Directo.-**

#### **3.2.- Comercio Electrónico Indirecto.-**

## **CAPITULO IV**

### **4.1.- Aplicaciones Reales del Comercio Electrónico.-**

## **CAPITULO V**

### **COMENTARIO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.-**

## **INTRUDUCCION.-**

Esta generación esta ante la mayor revolución tecnológica que la humanidad ha presenciado, algunos comparan esta era de la comunicación electrónica con la llegada de la Empresa de Gutenberg, o con la revolución industrial.

El Internet ha experimentado un crecimiento extraordinario, durante las dos ultimas décadas la cantidad de "servidores" (hosts computers), son aquellas computadoras que almacenan información y que permiten las comunicaciones se incrementen en la actualidad. Alrededor del 60% de dichos servidores se encuentran en los EE.UU. Aproximadamente 45 millones de personas utilizaron esta red hasta el 2000 esta cifra se ha triplicado en el año 2002, y se espera verdaderamente que esta cifra ya esta totalmente incrementado hasta la actualidad.

Merced a los vertiginosos avances tecnológicos de la ultima década, el Comercio Electrónico ha traspasado las fronteras de los países desarrollados para cimentarse también en los países en vías de desarrollo como el Ecuador y el resto de América Latina, si bien aun en nuestro país no existe un comercio electrónico totalmente desarrollado, los primeros problemas ya están comenzando a presentarse.

El comercio electrónico es un fenómeno tecnológico moderno que ha venido a cambiar las reglas del comercio y la tributación a nivel mundial, debido a que el crecimiento de comercio electrónico produce y utiliza nuevas practicas de teoría impositiva, políticas de mercado y métodos de la administración tributaria para administra dicho fenómeno.

La información vertiginosa y efectiva que genera el "Ciber Comercio" facilita y estimula el comercio extra frontera (transfrontera), lo cual estimula la movilidad de los negocios, del capital que estos generan y a la vez hace difícil identificar

la localización de la actividad y mas aún la localización del consumidor final a quien van dirigidos los bienes ofertados mediante el cibercomercio.

En consecuencia el "Cibercomercio" produce un fuerte impacto de afectación en la jurisdicción tributaria respectivamente, debido principalmente a la complejidad y al cambio rápido del medio en el cual se formaliza el negocio. De esta manera la posibilidad de una múltiple defraudación es obvia.

El potencial de alcance del comercio electrónico es amplio y la capacidad de este tipo de comercio para promover un lugar realmente global no tiene igual, Estados características constituyen un desafío para los gobiernos deberán buscar formas de imponer tributos a esta especie de transacciones comerciales, las autoridades están en la obligación de cuidar que el comercio electrónico no soslaye la capacidad del Gobierno para recaudar los ingresos públicos vía tributación, lo cual sería la manera adecuada de cumplir con estos postulados. Seguramente los principios que dirigen a los gobiernos en relación con el comercio tradicional deberán adecuarse para su aplicación al Comercio Electrónico, donde prevalecerían los principios de neutralidad, eficiencia, certeza, simplicidad, efectividad, imparcialidad y flexibilidad.

El presente trabajo investigativo pretende desentrañar los principales obstáculos que deben enfrentar el comercio electrónico principalmente el problema de definir un establecimiento permanente en los casos de ciber comercio ya que el carácter transnacional y la desmaterialización del comercio electrónico son en particular los problemas mas comunes que afectan la capacidad de los gobiernos para establecer la imposición en su jurisdicción.

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS USUALES POR APARICIÓN.-**

### **AGENTES ELECTRÓNICOS.-**

Los Agentes electrónicos son programas que permiten llevar adelante las órdenes recibidas por el usuario dentro de ciertos parámetros dados. Algunos agentes denominados "agentes inteligentes" pueden hasta llevar adelante sus encargos hasta en forma independiente una vez que los usuarios los han definido los parámetros de su objetivo, por ejemplo: Reservar lugar en un vuelo a cierto destino en determinada fecha y dentro de un rango de tarifa predeterminada. Luego que el agente hubo reservado un asiento para la fecha preestablecida y a la tarifa dentro del rango fijado el usuario la rechaza por tratarse de un vuelo nocturno. El Agente inteligente, la próxima vez que reciba otra orden de reservar vuelo descartará los horarios nocturnos.<sup>1</sup>

**E-COMMERCE.-** Término común abreviado con el que se denomina entre la comunidad de habla inglesa al comercio electrónico.

**Cross Border.-** Término inglés que se usa para designar cualquier operación comercial realizada extra frontera, entre dos países.

**Cibercomercio.-** Término con el que suele designarse al comercio realizado por medios electrónicos vía Internet o correo electrónico. Es utilizado como sinónimo de Comercio Electrónico.

**Comercio Electrónico.-** Puede entenderse como comercio electrónico a cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo.

---

<sup>1</sup>RIBET, Mercedes y YEMMA, Juan Carlos. La imposición y el Comercio Electrónico. 2000. [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec).

---

## **O.C.D.E.- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.-**

---

MCOOCDE Modelo de la O.C.D.E. para evitar la doble imposición esta ley modelo será utilizada en el presente trabajo porque propone directrices para aplicar el concepto de establecimiento permanente al comercio electrónico.-

**Mensajes de Datos:** es toda información generada, enviada, recibida o comunicada por medios electrónicos ópticos digitales o similares, que puede ser almacenada o intercambiada por cualquier medio: Además serán consideradas como mensajes de datos, sin que esta enumeración limite su definición, los siguientes:

**Documento Electrónico:** Documento en formato Electrónico con información electrónica o digital, que se genera o almacena por cualquier medio.

**Datos Personales Nominativos:** Son aquellos datos que el titular de los mismos ha accedido a entregar de forma voluntaria en virtud del principio de auto determinación y que permite a la persona, órgano o entidad de registro de los mismos a usar dicha información solamente para el fin o los fines para los cuales fueren colectados, constando expresamente señalado el motivo de la recolección.

**EDI.- Intercambio Electrónico de Datos:** Es la transmisión Electrónica de Información de una computadora a otra, en la que este estructurada la información conforme alguna norma técnica convenida al efecto.

**Mecanismo de Emisión:** Instrumento físico o lógico utilizado por el signatario de un documento para crear mensajes de datos o una firma electrónica.

**Mecanismo de Comprobación:** Instrumento físico o lógico utilizado para la validación y autenticación de mensajes de datos o firma electrónica.

**Proveedor del Servicio de Certificación:** Persona natural o jurídica que esta legalmente en capacidad de emitir certificados de identidad y proporcionar servicios relacionados con el comercio electrónico y la firma electrónica y para lo cual deben cumplir con los requisitos determinados en la Ley y sus Reglamentos.

**Signatario:** Es la persona que firme electrónicamente, consigna o en cuyo nombre se consigna una firma electrónica.

**Suscriptor o Aceptante:** Es la persona que hubiere aceptado las condiciones de un contrato, siguiendo las instrucciones contenidas en un mensaje de datos.

**Sistema de Información:** Es Todo sistema utilizado para generar, enviar recibir, procesar o archivar de cualquier forma mensajes de datos.

**Criptografía:** Es la codificación o cifrado de mensajes de datos, cambiándolos de una forma legible a una forma ilegible y que mediante un uso de algoritmos matemáticos o señales autorizadas puede ser devuelto a su forma original.

**Usuario:** Toda persona que utilice sistemas de información o comunicación electrónica.

**Quiebra Técnica:** Es la incapacidad temporal y permanente de la entidad de certificación de información, que impide garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta Ley.

**Factura Electrónica:** Conjunto de registros lógicos almacenados en soportes susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos, que documentan la transferencia de bienes y servicios cumpliendo con los requisitos exigidos por las Leyes Tributarias, y los Reglamentos Vigentes.

**Repositorio:** Sistema para almacenar y recuperar certificados e información pertinente a las firmas electrónicas.

**Sellado de Tiempo:** Anotación Electrónica firmada digitalmente y agregada a un mensaje a una firma electrónica o a un certificado de firma Electrónica, donde conste como mínimo la fecha, la ora y la identidad de la persona que efectúa la anotación.

### **CORREO ELECTRÓNICO.-**

La aplicación más difundida y utilizada por los usuarios de la Red Internet es el correo Electrónico este consistía originalmente en el envío de textos <sup>2</sup>, utilizado para ello un protocolo sencillo conocida como SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) y en la actualidad ampliado a efectos de que el mismo pueda contener otras prestaciones tales como voz, imágenes y hasta "video Clips". Para esto último se ha ampliado el estándar del protocolo hacia una tecnología mas completa denominada, MIME (Multipurpose Mail Extencion) <sup>3</sup> Por lo común, los sistemas de Correo Electrónica desempeñan cinco funciones básicas composición, transferencia, generación del informe, visualización y disposición.

---

<sup>2</sup> "El Correo electrónico o e-mail, como se le conoce en ingles, ha existido por mas de dos décadas los primeros sistemas de correo electrónico simplemente consistian en protocolos de transferencia de archivos, con la convención de que la primera linea de cada mensaje(es decir, archivito) contenia la dirección del destinatario" Tanenbaum- op.cit. -pág. 644.

<sup>3</sup> OWENS, jeffrey "El comercio Electrónico y la Tributación" –Boletín de la AFIP No. 30 del mes de enero del 200.Londres. 2000.

Con relación a su funcionamiento Tenenbaum <sup>4</sup> explica que: "La composición se refiere al proceso de crear mensajes y respuestas aunque puede usarse cualquier editor de texto para el cuerpo del mensaje, el sistema mismo puede proporcionar asistencia con el direccionamiento y los numerosos campos de cabecera que forman parte de cada mensaje. Por ejemplo; al contestar un mensaje, el sistema de correo electrónico puede extraer la dirección del originador e insertarla automáticamente en el lugar adecuado de la respuesta. La Transferencia se refiere a mover mensajes del originador a destinatario. En gran medida, esto requiere establecer una conexión con el destino o alguna máquina intermedia, enviar el mensaje y liberar la conexión. El sistema de correo electrónico debe hacer uso automáticamente, sin molestar al usuario. La generación del informe tienen que ver con indicar al remitente lo que ocurrió con el mensaje: se entregó, se rechazó o se perdió; existen muchas aplicaciones en las que la confirmación de la entrega es importante y puede incluso tener una implicación legal ("Bien, Su señoría, mi sistema de correo electrónico no es muy confiable, por lo que creo que la citación electrónica se perdió en algún lado"). La visualización de los mensajes de entrada es necesaria para que la gente pueda leer su correo electrónico. A veces se requiere cierta conversión o debe invocarse un visor especial, por ejemplo si el mensaje es un archivo PostScript o voz digitalizada. También se intenta a veces conversiones y formatos sencillos. La disposición es el paso final y se refiere a lo que el destinatario hace con el mensaje tras recibirlo las posibilidades incluyen tirarlo antes de leerlo, desecharlo, tras leerlo, guardarlo, etc también

---

4 TANENMAUM -OP.CITPÁG.53.

Debe ser posible recuperar releer mensajes guardados, reenviarlos o procesarlos de otras maneras.

**INTERNET.-** Es parte de una súper carretera de información, que además, incluye elementos físicos, tales como redes de telecomunicaciones, cables de Tv. y redes celulares. El Internet no es una central de computadoras o una estructura organizativa es una tele araña o red (pider's web), que permite conectarse del punto A al punto B.

Los extremos de el Internet Web son las computadoras / terminales. La conexión de dos o mas de estas computadoras/ terminales, de modo tal que puedan compartir informaciones y recursos, constituye una Network o red informática.

Así se forma el Internet (Interconnected Network) como resultante de la conexión de dos o más Net Works. Para que la información fluya por este medio se requiere una interacción entre el hardware (computadoras/, cables, routers, servers, etc) y el software que permite que la información sea transferida de una computadora a otra.

### **SERVIDORES.**

O comúnmente llamadas (servers) son esencialmente computadoras que actúan como depositarias de información electrónica a la cual pueden acceder diferentes usuarios, (users) desde cualquier parte del mundo a través del uso de un programa que permite acceder a la pagina web ( browser). La información electrónica (archivos o mensajes) son transferidos de una dirección de Internet (domain name) a otra segmentándola en pequeños paquetes etiquetados de forma similar a como lo haría una oficina de correo postal.

## **SIGLAS.**

### **IP INTERNET PROTOCOL.-**

Se encarga de etiquetar la información con la dirección de Internet de la computadora de destino y le asigna un número en forma secuencial. Los paquetes son luego enviados mediante el uso de routers (itinerario), quienes leen la dirección IP del paquete y deciden cual es la ruta más rápida para su envío. Es por ello que un mensaje, segmentado en varios paquetes etiquetados pueden ser enviados por distintas rutas y arribar en distinto orden y a distinta hora.

**WWW.-** El Internet funciona con distintos programas que permiten al usuario obtener información de un Server frecuentemente ubicado a gran distancia. La WWW (World Wide Web) es una herramienta de navegación basada en un protocolo de transferencia de hipertextos (http) utilizado para acceder a información en forma multimedia (color, gráficos, audio, video) que se aloja en los discos duros de las computadoras y se conocen bajo el nombre de web servers. De esta forma a través del uso de browsers, la Web permite a los usuarios explorar un sinnúmero de temas, conectando un tópico con otro "Chiqueando" con el Mouse en una palabra u objeto.

Una página (web site) es una forma gráfica de mostrar información a la cual se accede a través de la dirección asignada.

**DIT.-** Siglas utilizadas para abreviar el Derecho Internacional Tributario

**SMTP.-** Simple Mail Transfer Protocol "protocolo para envío de correspondencia" solamente se puede enviar textos a través de este protocolo.

**MIME** Multipurpose Internet Mail Extensión.- Aplicación de Internet mediante la cual se puede transmitir además de textos videos y música.

## **CAPITULO I.**

### **COMERCIO ELECTRONICO.**

#### **1.1.-CONCEPTO.**

El comercio electrónico no puede asociarse solo a la Red Internet como ha ocurrido en los últimos tiempos, este fenómeno va mucho más allá que una red de información. Su Origen tiene que ver con la posibilidad de intercambio de datos por medios electrónicos. No obstante y atento al desarrollo en los últimos años de la red Internet, centraremos nuestro estudio en esta última por ser el medio más novedoso y difundido.

Para ello es importante definir desde un punto de vista técnico en que consiste esta modalidad y si la misma encuentra similitudes con otras ya existentes donde existan institutos jurídicos que las reglamentan.

##### **1.1.1 SEGÚN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO OMC.**

Es importante destacar que el comercio electrónico no puede ni debe ser circunscrito a la Red Internet. En ese sentido en un informe producido por la Organización Mundial del Comercio (O.M.C en español o W.T.O. en inglés) se ha establecido que: "El Comercio Electrónico puede definirse simplemente como la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones", agregando que: "cabe distinguir entre seis instrumentos principales de comercio electrónico: El teléfono, el fax, la televisión, los circuitos electrónicos de pagos y de transferencia monetarias, el intercambio electrónico de datos e Internet".

##### **1.1.2 SEGÚN LA ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONOMICO OCDE.**

"Para la OCDE, (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) el término comercio electrónico hace referencia generalmente a transacciones comerciales, efectuadas tanto por personas naturales como por

personas jurídicas, basadas en el procesamiento y transmisiones digitales de información, lo cual incluye textos, sonidos e imágenes visuales y son realizadas mediante diversos sistemas como son los open net Works <sup>5</sup>( caso del Internet) o mediante sistemas closet network <sup>6</sup> (caso del AOL o el Minitel).” <sup>7</sup>

### 1.1.3 SEGÚN DOCTRINA ARGENTINA <sup>8</sup>

La doctrina Argentina define al comercio electrónico como **“conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos, Esto es, el procesamiento y la transmisión electrónica de datos, incluyendo texto sonido e imagen”**. Dentro de esta legislación se considera al comercio electrónico, como un sistema global que, utilizando redes informáticas y en particular Internet, permite la creación de un mercado electrónico ( es decir operado por computadoras y a distancia de todo tipo de productos, servicios, tecnologías y bienes, y que incluye todas las operaciones necesarias para concretar operaciones de compra y venta, incluyendo matching, negociación, información de referencias comercial, intercambio de documentos, acceso a la información se servicios de apoyo(aranceles, seguros, transporte, etc ) el banking de apoyo, y todo en condiciones de seguridad y confidencialidad necesaria. De allí que el comercio electrónico no se encuentre limitado al ámbito del Internet, aunque hoy constituya el medio mas dinámico y difundido.

---

<sup>5</sup> La traducción al español de esta expresión sería red abierta, que se considera un sinónimo de Internet. RIBET, Mercedes y YEMMA, Juan Carlos. La imposición y el comercio electrónico 2000 [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec). Pág. 18.

<sup>6</sup> Sinónimo de red cerrada, llamada también técnicamente Red.LAN es utilizado por empresas para comunicarse exclusivamente entre departamentos administrativos de la misma empresa, esta red es de acceso restringido para las personas que no trabajas en una determinada empresa poseedora de esta red. RIBET, Mercedes y YEMMA, Juan Carlos. La imposición y el comercio electrónico. 2000. [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec). Pág.18.

#### **1.1.4 SEGÚN LA LEGISLACIÓN PERUANA.<sup>9</sup>**

"En forma general, se entiende por comercio electrónico o todo intercambio de datos que se realiza por medios electrónicos, este o no relacionado estrictamente con la actividad comercial. En un sentido más estricto, debe entenderse por tal a aquel cuya actividad se circunscribe a las transacciones electrónicas desarrolladas a través de los mecanismos que proporcionan tecnologías tales como el correo electrónico, la web o el EDI."

#### **1.1.5 SEGÚN LA LEY DE COMERCIO ELECTRONICO DEL ECUADOR.**

"Es toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad, por medio, o a través de redes electrónicas de información." <sup>10</sup>

#### **1.1.6 CONCEPTO PROPIO.**

Ensayando un concepto propio el comercio electrónico se definiría en una manera más simple como la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones.

Para completar el sentido de esta concepción cabe puntualizar los seis instrumentos principales de comercio electrónico que son: el teléfono, el fax, la televisión, los sistemas electrónicos de pagos y de transferencias monetarias, el intercambio electrónico de datos e Internet.

### **1.2 CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO ELECTRONICO.<sup>11</sup>**

1.2.1 DIVERSIDAD.- El comercio electrónico no es una tecnología única y uniforme, sino que se caracteriza por su diversidad y por la amplitud de alcance que posee de esta manera este tipo de comercio puede abarcar un amplio rango de operaciones y transacciones comerciales.

---

9 GUTMAN, Marcos Gabriel. "El Concepto de establecimiento permanente: Su relación con el comercio electrónico en el ámbito de los modelos de convenio de doble imposición". 1999 [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec). Pág. 8.

10 La Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, Fue aprobado por el Congreso Nacional el 11 de abril del año 2002, y aprobado por el diputado Julio Noboa, con la colaboración e impulso del CONATEL y CORPECE.

11 RIBET, Mercedes y YEMMA, Juan Carlos. La Imposición y el Comercio Electrónico. 2000 [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec). Pág. 35.

- 1.2.2 CONTACTO INICIAL.- El comercio electrónico se caracteriza además por el establecimiento del contacto inicial, por ejemplo entre un cliente potencial.
- 1.2.3 SOPORTE.- Soporte pre y posventa (detalles de los productos y servicios disponibles, guía técnica del uso del producto, respuestas a preguntas de adecuación,....)
- 1.2.4 POSIBILIDADES INFINITAS EN VENTAS.- Las posibilidades de venta son infinitas pues los productos comercializados a través de la gran red tienen la oportunidad de ser vistos en miles de sitios y por millones de personas alrededor de todo el mundo.
- 1.2.5 PAGO ELECTRONICO.- El comercio electrónico utiliza un sistema de pago llamado el pago electrónico que se realiza usando la transferencia electrónica de fondos, tarjetas de crédito, cheques electrónicos, caja electrónica, este proceso es posible mediante la firma electrónica, que identifica a un usuario específico.
- 1.2.6 RED DE DISTRIBUCIÓN.- Las empresas que comercializan sus productos mediante el comercio electrónico tienen una red de distribución, que incluye tanto gestión de distribución y reparto para productos físicos, como distribución de los productos que pueden ser repartidos electrónicamente.
- 1.2.7 SERVICIOS QUE VAN MAS ALLA DE LA CAPACIDAD DE CADA UNA DE ELLAS INDIVIDUALMENTE.- Las apresas llamadas virtuales, pueden constituir grupos de empresas independientes que suman sus posibilidades de servicios y productos de manera que juntas pueden ofrecer productos o servicios que van mas allá de la capacidad de cada una de ellas individualmente. <sup>12</sup>

- 1.2.8 PROCESOS EMPRESARIALES COMPARTIDOS.- Que son llevados a cabo y de los que son propietario una empresa y sus socios.
- 1.2.9 IMPLICA UN APLMIO RANGO DE TECNOLOGÍA DE COMUNICACIÓN.- igualmente el comercio electrónico implica un amplio rango de tecnologías de comunicación incluyendo correo electrónico, fax, intercambio electrónico de datos <sup>13</sup> (EDI) y transferencia electrónica de fondos (EFT) . La elección de una u otras depende del contexto.
- 1.2.10 POSIBILIDAD DE INTERCAMBIO GLOBAL.- Posibilidad de intercambio global, por esta característica del comercio electrónico una persona que vive en Sudamérica puede enterarse en cuestión de minutos de los últimos diseños tecnológicos diseñados por una Compañía Japonesa.
- 1.2.11 PRESENCIA GLOBAL.-Del vendedor en un simple lugar de exhibición como canal de vetas.
- 1.2.12 ELIMINACION DE LOS INTERMEDIARIOS.- Es decir posibilidades de un contacto directo entre comprador y consumidor, eliminando así el sobreprecio por comisiones y costos asociados a la comercialización tradicional.

---

12 GARCIA PRATS, Francisco Alfredo- El Establecimiento permanente Análisis jurídico Tributario Internacional de la imposición societaria- Ed.Tecnos –madrid- 1996- pág. 34.

13 Intercambio Electrónico de Datos (EDI, Electronic Data Interchange) en El Concepto de Establecimiento Permanente: Su relación con el comercio Electrónico en el ámbito de los Modelos de Convenio de doble imposición." Marcos Gabriel Gutman. Po cit.pag.8.

1.2.13 REDUCCION DE COSTOS DE PERSONAL Y COMISIONES DE VENTAS.- Las ventas son hechas a través de la red, y promocionadas de la misma manera, con lo que existe un ahorro en recursos humanos y financieros, que de lo contrario se utilizaran en pagos a personas de ventas y porcentajes de comisión por volumen de ventas.-

1.2.14 REDUCCION DE COSTOS DE ADMINISTRACIÓN.- Reducción de los costos de administración, porque una computadora puede realizar millones de ventas integradas con envíos, contabilidad y resumen, sin necesidad de personal adicional.-

Dadas estas circunstancias peculiares del comercio electrónico, casi todos los problemas que se derivan del "Ciber Comercio" son problemas originados en operaciones de "cross border" <sup>14</sup> es decir, operaciones extra frontera donde el concepto de "fuente" en la legislación local esta basado generalmente, en la locación física o de personas en la actividad.

### 1.3 CLASIFICACION GENERAL DEL COMERCIO ELECTRONICO.- <sup>15</sup>

En materia de comercio electrónico la doctrina distingue hoy dos formas bien diferenciadas: comercio electrónico directo y comercio electrónico indirecto.

<sup>16</sup> El primero es aquel en el cual el inicio y la conclusión de la operación comercial con la entrega de la cosa o la cesión del derecho se hace a través del medio informático, mientras que la segunda es aquella que requiere de un tercero para su perfeccionamiento.

---

<sup>14</sup> Su traducción textual es "Cruzando la frontera", se entiende por operaciones cross border, aquellas que se realizan entre empresas de dos países distintos en los que el comercio cruza la frontera física de un país a otro. GONZALES, Ximena. La contratación Electrónica dentro de la Ley de Comercio Electrónico en el Ecuador, Tesis Doctoral Quito.2001.Pág.42.

<sup>15</sup> El concepto de establecimiento Permanente: Su relación con el comercio electrónico en el ámbito de los modelos de convenio de Doble imposición. Marcos Gabriel Gutman Pág. 7.

<sup>16</sup> "Siempre y es frecuentemente, todavía, si construye el sitio en modo de permitir al "visitador. Garbarini Cristiano Profili impositivi delle operazioni di comercio electrónico-revista Diritto e pratica tributaria, Ed. Cedam, Padova, Italia.Vol LXX-No. 5 - 1999-pág 1408.

Sin embargo esta división no resulta del todo completa ya que la misma esta limitada a la entrega o transmisión del derecho y en esto el concepto de establecimiento permanente como se observa en el MOCDE no está discutido o mencionado.

El problema a conciliar es más complejo y requiere de nuevas interpretaciones. El problema no es un problema de la forma de entrega sino de identificación y localización de la entrega y de quien lo pide. Y nuevamente vemos que el problema del comercio electrónico y la Red Internet lo ha puesto mas claramente, no es una cuestión de "hardware" sino de "software" <sup>17</sup> Y ello ya que al estar el mundo conectado y cada vez mas poder trabajar sobre otras computadoras que no son propias y que no esta localizables en un territorio fácilmente. Ello no implica descartar conceptos jurídicos tradicionales, sino simplemente adecuar su interpretación a las nuevas tecnologías.

En este aspecto cabe recordar lo expresado por Garbarini. Dicho autor señala que: "no puede, ser considerado sin valor la orientación manifiesta en la Comunicación COM (98)374, adoptada por la Comisión Europea el 17 de junio de 1998 y aprobada por el Consejo, el 6 de julio, sobre la base de la cual todas las transmisiones electrónicas debe considerarse, desde el punto de vista fiscal, como servicios aunque dicha orientación todavía no ha sido objeto de un acto normativo vinculante como una directiva". Y agrega el autor "La tendencia expresada por la OCDE es ., entonces, en el sentido de considerar todas las transacciones realizadas vía telemática como prestaciones de servicios y de considerar la misma imposición en el lugar en el cual esos servicios tienen que ser consumidos" <sup>18</sup>

Partiendo de la base que estamos frente a servicios y frente a transacciones de bienes la situación puede ser mas compleja ya que el concepto de establecimiento permanente requiere la presencia de espacios físicos definidos o definibles.

---

17 TANENBAUM, Andrew s. Redes de Computadora- Tercera Edición-México -Ed.Prentice may -1997-pág.16.

18 CORABI, Giampaolo.- Evasión Fiscal Internacional y Evolución de las tecnologías el desafío del comercio electrónico y las contradicciones del derecho Tributario. Revista impuestos Tomo LVII-B-pág 412.

Esto no es sencillo cuando la esencia de la propia red es precisamente lo contrario: que los espacios, como tales, no sean identificables para que no constituyan barreras en su desarrollo.

En materia de comercio electrónico la doctrina distingue también la clasificación según los agentes implicados, que a continuación se indica:

- 1.3.1 **CATEGORIA DE EMPRESA A EMPRESA.-** Cuando los agentes implicados en la transacción comercial por medio electrónico son dos empresas, que establecen contacto mediante el sistema denominado EDI. (Intercambio Electrónico de Datos). Ejemplo de esta categoría empresa-empresa sería una compañía que usa una red para ordenar pedidos o proveedores, recibiendo los cargos y haciendo los pagos. Esta establecida desde hace bastantes años, usando en particular el Intercambio Electrónico de Datos (EDI , Electronic Data Interchange)sobre redes privadas o de valor añadido.
- 1.3.2 **CATEGORIA EMPRESA-CONSUMIDOR.-** Esta categoría se suele igual a la venta electrónica. Se ha expandido con la llegada de la Word Wide Web. Hay ahora galerías comerciales sobre Internet ofreciendo todo tipo de bienes consumibles, desde los mas simples como dulces y vinos hasta los mas sofisticados y caros como aparatos de la tecnología.
- 1.3.3 **CATEGORIA EMPRESA ADMINISTRACIÓN.-** Esta categoría abarca todas las transacciones entre las empresas y las organizaciones gubernamentales. Por ejemplo, en los Estado Unidos las disposiciones gubernamentales se publican y difunden mediante el Internet y las compañías pueden responder electrónicamente. Esta categoría es la mas novedosa y nueva sin embargo tienen grandes perspectivas para crecer rápidamente si los gobiernos lo usan para sus operaciones para promover la calidad y el crecimiento del comercio electrónico. Otro de los usos que se puede dar a esta categoría es la posibilidad de ofrecer también la opción del intercambio electrónico para transacciones como determinados impuestos y el pago de tasas corporativas, que pueden hacerse mediante una transacción electrónica de dinero.

1.3.4 **CATEGORIA CONSUMIDOR-ADMINISTRACION.-** Esta categoría no es aún muy popular pero puede preverse que a la vez que crecen tanto las categorías de empresa-consumidor y empresa-administración, los gobiernos podrán extender las interacciones electrónicas a áreas tales como los pagos de pensiones o el auto asesoramiento en devoluciones de tasas, contribuciones e impuestos en general.

1.3.5 **OTRAS CATEGORIZACIONES.-** Cabe destacar que existen distintos niveles para el comercio electrónico, que van desde una simple presencia en la red, hasta el soporte electrónico de procesos acometidos de forma conjunta por varias empresas. Los niveles básicos de comercio electrónico son los que conciernen a la presencia básica en las redes de información, promoción de las empresas y soporte pre y posventa. Usando las tecnologías disponibles estos niveles pueden ser baratos y fáciles de implantar, como lo pueden atestiguar miles de empresas de todo tamaño que ya lo usan. Por el contrario, las formas mas avanzadas de comercio electrónico suponen problemas complejos de índole más legal o cultural que tecnológica. A estos niveles no hay soluciones estándar, por lo que las empresas se ven forzadas a desarrollar sus propios sistemas a medida, lo que hace que, en la actualidad, las empresas grandes y ricas sean las pioneras en estos niveles. Sin embargo a partir de estas experiencias se irán extrayendo gradualmente soluciones comunes que harán que estos procesos también pasen a formar parte de las tecnologías mas usuales, como ha ido ocurriendo con lo que hoy son procesos de los niveles básicos.

#### **1.4 CLASIFICACION JURÍDICA DEL COMERCIO ELECTRONICO.**

##### **1.4.1 COMERCIO ELECTRONICO DIRECTO.-**

Es aquel en el cual el inicio y la conclusión de la operación comercial con la entrega de la cosa o la cesión del derecho se hacen a través de medio informático, dentro de los medios informáticos, la aplicación mas difundida y utilizada por los usuarios de la red Internet es el Correo Electrónico. Este consistía originalmente en el envío de textos, utilizando para ello un protocolo

sencillo conocido como <sup>19</sup> SMTP (Simple Mail Transfer Protocol), y en la actualidad la posibilidad de mandar únicamente texto se ha ampliado a afectos de que el mismo pueda contener otras prestaciones tales como voz, imágenes y hasta "video clips". Para esto último se amplió el estándar del protocolo hacia una tecnología más completa denominada <sup>20</sup> MIME (Multipurpose Internet Mail Extensión). Por lo común, los sistemas de correo electrónico desempeñan cinco funciones básicas composición, transferencia, generación del informe, visualización y disposición por este medio de aplicación del INTERNET, es posible hacer transferencias electrónicas de carácter directo, por ejemplo cuando el usuario o comprador, adquiere un paquete que contiene video clips, lo paga a través de un mecanismo electrónico, y lo recibe a través del mismo mecanismo que en este caso sería el correo electrónico.

#### **1.4.2 COMERCIO ELECTRONICO INDIRECTO.-**

La novedad que trajo Internet a este tipo de formas de realizar transacciones electrónicas es la posibilidad de efectuarlas sin que sea necesario realizar un acuerdo bilateral previo o sin siquiera conocer a la parte con la que está contratado. De esta manera, a diferencia del EDI, Internet permite a personas y/o empresas hasta entonces desconocidas a efectuar transacciones comerciales.

Esta clase de comercio electrónico debe valerse de una infraestructura de entregas, pues es utilizada cuando mediante el comercio electrónico se realizan ventas de cosas o bienes tangibles o servicios que no se puedan prestar a través de la red, por ejemplo cuando se adquiere una televisión o se contrata un servicio de reparación de electrodomésticos o un seguro médico. Si bien el pago puede hacerse a través de un medio electrónico, la entrega del bien debe ser necesariamente material.

---

<sup>19</sup> Simple mail Transfer Protocol" protocolo para envío de correspondencia" en el Concepto de establecimiento permanente: su relación con el comercio electrónico en el ámbito de los modelos de convenio de doble imposición". Marcos Gabriel Gutman, [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec). Pág. 8.

<sup>20</sup> Multipurpose Internet Mail Extensión mediante esta técnica se puede enviar por Internet no solamente texto sino también otras aplicaciones como video clips y música. RIBET. Mercedes y YEMMA, Juan Carlos. La Imposición y el Comercio Electrónico 2000. [www.vlex.com.ec](http://www.vlex.com.ec).

## **1.5 FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRONICO.-**

En julio de 1997, el Presidente Clinton describió el comercio electrónico como "El salvaje Oeste de la Economía Global".

Siguiendo con el símil presidencial, cabe indicar que la afluencia de "colonos" en Internet crece actualmente a un ritmo exponencial instigadas por esta nueva "Fiebre del Oro" que cuanta entre sus atractivos con la relativa igualdad de condiciones en que se encuentran los grandes y pequeños competidores y, por qué no decirlo, su aparente impunidad tributaria.

Con la finalidad de atajar este último aspecto, la doctrina fiscal internacional se ha dividido en dos frentes. Por un lado están los que consideran que los vigentes principios de fiscalidad internacional son plenamente aplicables a la problemática surgida del comercio electrónico, del mismo modo que lo fueron en su día a las ventas por correo a las denominadas "Tele tiendas". Sin embargo, otra corriente de opinión (cada día con mayor número de adeptos) se decanta por la necesaria revisión de tales conceptos fiscales tradicionales basados hasta hora en la presencia física de las personas, el transporte material de las mercancías y la localización de la fuente de ingresos. Conceptos, todos ellos, que se vuelven vaporosos en el ciberespacio.

Un aspecto importante a la hora de analizar la situación fiscal de una transacción electrónica es conocer los elementos que la integran y los objetivos que persiguen el comerciante virtual. Todavía mucha gente se refiere al ciberespacio como a una especie de ectoplasma que se materializa por medio de un "módem". La realidad es bien distinta y las oportunidades fiscales legítimas (e ilegítimas) que ofrecen son innumerables, si bien (y esto es algo que no suele mencionarse) los peligros de doble imposición y sobre imposición también abundan, siendo muy necesaria una meditada planificación fiscal internacional para ciertos casos.

El gran reto planteado a las autoridades fiscales de los diferentes países consiste en encontrar un método impositivo que grave aquellas transacciones llevadas a cabo en un medio como es Internet el cual carece de un centro de control en donde las transacciones comerciales se realizan fácilmente de

forma casi anónima y directa, sin apenas dejar rastro y con la posibilidad de codificar el contenido de las mismas.

## **1.6 APLICACIONES REALES DEL COMERCIO ELECTRONICO.-**

**1.6.1 EL CORREO ELECTRONICO.-** La aplicación mas difundida y utilizada por los usuarios de la Red Internet es el correo electrónico. Este consistía originalmente en el envío de textos, <sup>21</sup> utilizando para ello un protocolo sencillo conocido como SMTP (Simple Mail Transfer Protocol), y en la actualidad ampliado a efecto de que el mismo pueda contener otras prestaciones tales como voz, imagines y hasta "video Clips". Para esto último se ha ampliado el estándar del protocolo hacia una tecnología mas completa denominada MIME (Multipurpose Internet Mail Extensión). <sup>22</sup> Por lo común, los sistemas de correo electrónico desempeñan cinco funciones básicas composición, transferencia, generación del informe, visualización y disposición. Con relación a su funcionamiento Tanenbaum <sup>23</sup> explica que: "La composición se refiere al proceso de crear mensajes y respuestas. Aunque pueda usarse cualquier editor de texto para el cuerpo del mensaje, en sistema mismo puede proporcionar asistencia con el direccionamiento y los numerosos campos de cabecera que forman parte de cada mensaje. Por ejemplo, al contestar un mensaje, el sistema de correo electrónico puede extraer la dirección del originador e insertarla automáticamente en el lugar adecuado de la respuesta. La transferencia se refiere a mover mensajes del originar al destinatario. En gran medida, esto requiere establecer una conexión con el destino o alguna maquina intermedia, enviar el mensaje y liberar la conexión.

---

21 " El Correo Electrónico o e-mail, como se le conoce en ingles, ha existido por mas de dos décadas. Los primeros sistemas de correo electrónico simplemente consistían en protocolos de transferencias de archivos, con la convención de que la primera línea de cada mensaje (es decir, archivo) contenía la dirección del destinatario" (Tanenbaum op.cit.-pág 644)"

22 JEFFREY OWENS "El Comercio Electrónico y la Tributación" Boletín de la AFIP No. 30 del mes de enero del 2000.

23 TANENBAUM, ANDREWS redes Computadoras - tercera edición-México-Ed. Prentice may-1997-En el mismo sentido Stalling, William- Comunicación y redes de computadoras 5Ta. Edición- México-Ede. Prentice may-1999-pag. 283.

El sistema de correo electrónico debe hacer esto automáticamente, sin molestar al usuario, la generación del informe tiene que ver con indicar al remitente lo que ocurrió con el mensaje: ¿se entregó, se rechazó o se perdió? Existen muchas explicaciones en las que la confirmación de la entrega es importante y puede incluso tener una implicación legal (“Bien, su señoría, mi sistema de correo electrónico no es muy confiable, por lo que creo que la citación electrónica se perdió en algún lado”). La visualización de los mensajes de entrada es necesaria para que la gente pueda leer su correo electrónico. A veces se requiere cierta conversación o debe invocarse un visor especial, por ejemplo si el mensaje es un archivo PostScript o voz digitalizada. También se intenta a veces conversiones y formatos sencillos. La disposición es el paso final y se refiere a lo que el destinatario hace con el mensaje tras recibirlo. Las posibilidades incluye tirarlo antes de leerlo, desecharlo tras leerlo, guardarlo, etc. También debe ser posible recuperar releer mensajes guardados, reenviarlos o procesarlos de otras maneras”.<sup>24</sup> El Correo Electrónico es la primera aplicación hacia el desarrollo del comercio electrónico. El negocio puede iniciarse simplemente con la comunicación que hace un sujeto a otro de la existencia de stocks o de la oferta de una determinada mercadería. Como señala el autor antes citado en esta materia todo depende de dos cosas elementales: Que el mensaje llegue a destino para poder utilizarlo como forma de comunicación y luego, una vez concretado el negocio, con la certeza de su llegada. Es importante señalar que, desde el punto de vista de la territorialidad, como todo lo que sucede en la red, ninguno de sus parámetros constituye un punto de vista seguro. Ello porque de cómo se ha visto de las características propias del sistema no es posible identificar a las partes ni su domicilio, sobre todo tratándose de prestaciones que se entregan a través de la red.

1.6.2 EL USENET.- Este es un sistema de grupo de noticias mediante el cual se recibe información variada sobre diversos temas.

---

24 TANENBAUM- OP.CIT.-PÁG 298.

Si bien la forma de recepción es similar a la de un mail su contenido la tecnología que utiliza es distinta a la del correo electrónico. En ese sentido Tanenbaum los denomina: "Un tipo de multitransmisión de alto nivel".<sup>25</sup> Esta modalidad no está muy difundida entre quienes utilizan el comercio electrónico ya que el objeto de estos es la difusión de ideas o trabajos. Un ejemplo claro de ello son los TAGs Groups o GATs (Grupo de Asesoría Técnica) que ha organizado la O.C.D.E, en materia de Tributación o comercio electrónico.<sup>26</sup>

1.6.3 LA WORLD WIDE WEB.- Un punto aparte, aunque integra la capa de aplicación, es la World Wide Web o conocida como generalmente como WWW. Esta aplicación es la que más difusión ha tenido en los últimos años, sobre todo porque la misma presenta una forma sencilla y fácil de acceder a los distintos sitios y utiliza un lenguaje estándar denominado HTML (Hipertext Markup Lenguaje). Su utilización original surgió de un proyecto europeo a efectos de poder transmitir imágenes entre los físicos.<sup>27</sup> Sin embargo a partir de su masificación en el año de 1995 (en Argentina a partir del año 1996) se convirtió en la aplicación más utilizada de la red Internet.

Técnicamente la misma consiste en un conjunto gigante de documentos distribuidos en cientos de servers en los cuales el usuario haciendo simplemente clic en la parte destacada de ellos (generalmente en color azul) puede acceder sin problema alguno. Este proceso puede realizarse en forma indefinida.

---

25 CRISTIANO Garbarini- Profili impositivi delle operazioni di commercio elettronico-Revista Diritto e pratica tributaria-Vol.LXX-No. 5 Septiembre-October-1999-pág. 1445. Trd. Español.

26 CRISTIANO Garbarini- Profili impositivi delle operazioni di commercio elettronico-Revista Diritto e pratica tributaria-Vol.LXX-No. 5 Settembre-October-1999-pág. 1448. Trd. Español.

Tanenbaum señala: "Cuando se creó la Web, de inmediato fue evidente para lograr que una pagina Web apuntara a otra se recorrerían mecanismo para nombrar y localizar las paginas. En particular había tres preguntas que debían contestarse antes de poder presentar visualmente una página:

- 1.- ¿Cómo se llama la pagina?,
- 2.- ¿Dónde está la pagina?,
- 3.- ¿Cómo se puede acceder a la página?

La solución escogida identifica las páginas de una manera que resuelve los tres problemas a la vez. A cada pagina se le asigna un URL (Uniform Resource Locator, localizador uniforme de recursos) que se sirva efectivamente como nombre mundial de la pagina. Los URL tienen tres partes: el protocolo (también llamado esquema), el nombre DNS de la maquina en la que se encuentra la pagina y un nombre local que indica de manera única la pagina especifica (generalmente solo un nombre de archivo de la maquina en la que reside)" <sup>28</sup>

El secreto de esta aplicación en su confiabilidad en tanto no transporta virus, su sencillez para su desarrollo y utilización ha experimentado una revolución en la utilización de la Red Internet.

En materia de su utilización es la aplicación que mas importante para el comercio electrónico. Su capacidad de cumplir no solo la función de "catalogo" es decir de mostrar un producto, sino de que el sujeto pueda interactuar con el mismo, al punto de poder adquirirlo (un ejemplo sencillo son los libros por vía electrónica o música y videos).

En razón de lo que hemos visto anteriormente de cómo esta conformada cada pagina Cwb, a los efectos de determinar una localización se debe recurrir a los DNS (Domain Name Sistem) estos se extienden como un árbol en donde existen niveles superiores y niveles inferiores. Los del nivel superior pueden clasificarse en genéricos y de país. Los dominios genéricos son **.com** (comercial), **.edu** (instituciones educativas), **.gov** (el gobierno federal de los Estados Unidos), **.int** (ciertas organizaciones internacionales), **.mil** (las fuerzas armadas de los Estado Unidos), **.net** (proveedores de red), y **.org** (organizaciones no lucrativas).

Los dominios del país incluyen una entrada para cada país. Depende de cada país su estructura y organización a los niveles inferiores.

## **APLICACION DEL CONCEPTO DE ESTABLECIMIENTO PERMANENTE AL COMERCIO ELECTRONICO.-**

### **INTRODUCCION.-**

A fin de adentrarnos en el tratamiento del presente tema, es necesario mencionar lo que estipula la DIRECTIVA COMUNITARIA DEL COMERCIO ELECTRONICO de la CEE, respecto a los Aspectos Jurisdiccionales del Comercio Electrónico:

\*"Principios de control por país de origen.

El artículo 3 de la Directiva establece en su apartado uno que cada Estado miembro se asegura de que los servicios de la Sociedad de la Información facilitados por un prestador de los mismos establecido en su territorio se ajusta a las provisiones nacionales aplicables en dicho Estado en el ámbito coordinado de la presente ley (requisitos exigibles a tales servicios en el susodicho estado en virtud del presente texto).

Este artículo establece el principio de control por el país de origen. Se reafirma, sin embargo, la continuidad de la aplicación de las normas de derecho Internacional Privado existentes. En consecuencia, los contratos con el consumidor seguirán siendo gobernados por la legislación del estado miembro en que el consumidor tiene su residencia habitual. La Directiva se entiende sin perjuicio de los trabajos en curso relativos a la revisión del Convenio de Bruselas competencia jurisdiccional.

El control por el país de origen se basa en el concepto de establecimiento permanente. Un estado miembro será competente cuando un operador se establezca en el mismo. El artículo 2(c) de la nueva directiva ha definido tal condición: un proveedor de servicios que desarrolla una actividad económica efectivamente mediante el uso de un establecimiento fijo durante un tiempo indeterminado. El tribunal de Justicia de Luxemburgo ha reconocido la posibilidad de que el mismo operador este establecido en varios estado

miembros. En este caso, el estado miembro competente será que en el que el ente tenga el centro de sus actividades.

La presencia y el uso de medios técnicos y tecnológicos requeridos para proveer tales servicios no constituirán establecimiento del proveedor de servicios. De este modo no constituirá establecimiento permanente en el territorio de un Estado Miembro.

-El alojamiento a un sitio Internet en un Estado Miembro.

-El acceso a un sitio Internet en un Estado Miembro.

-La Oferta de servicios personalizados en un Estado Miembro.

Esto responde a la línea seguida por la legislación comunitaria aplicable en otras áreas y la aplicable a esferas no armonizadas.<sup>29</sup>

#### **Exclusiones.-**

? “De acuerdo con el anexo a la Directiva, están excluidas del ámbito de aplicación del principio de control por el país de origen establecido en el Art. 3.

-Derecho de autor y derechos afines, así como derechos de propiedad intelectual

-Emisión de moneda electrónica.

-Libertad de las partes de elegir la Ley aplicable a su contrato.

-Licitud de las partes de elegir la Ley aplicable a su contrato.

-Validez formal de los contratos inmobiliarios en cada estado miembro.

-Obligaciones contractuales relativas a los contratos celebrados con consumidores.

-Empresas de inversión colectiva en acciones transferibles y

-Ciertas provisiones del derecho de seguros.<sup>30</sup>

El comercio electrónico a modificado la forma de llevar a cabo los negocios. La presencia física ya no es indispensable para poder llevar adelante una actividad comercial.

---

29 KYRIE, Torpe. International Taxation of Electronic commerce: Is the Internet age rendering the Concept of Permanent establishment obsolete. <http://www.mecon.gov.ar/comercio/electronico/>.

30 MALDONADO, Sergio, Aspectos Jurídicos del comercio Electrónico. VLEX. Com.pág. 1

Es por ello que se requiere que los principios internacionales de tributación, los que aún conservan inalterables conceptos tales como "presencia física" o "lugar de desarrollo de la actividad", reciban la problemática derivada del comercio electrónico.

Muchos países en desarrollo, basándose en el principio del lugar generador de la fuente de la renta, se reservan la potestad de imponer con tributos aquellos hechos, actos o actividades desarrolladas dentro de los límites de su territorio; así como algunas prestaciones de servicios realizadas fuera de sus fronteras. La estructura tributaria de estos países está caracterizada por altas retenciones de impuestos sobre la importación de bienes intangibles, informática y servicios financieros y la ausencia en muchos casos de tratados para evitar la doble imposición.

Cuando un ingreso se grava por el principio de la fuente o de la residencia, dependerá en parte del tipo de renta que se trate (venta de bienes, prestaciones o locaciones de servicios o regalías, etc) Cuando no existen tratados para evitar la doble imposición, las rentas pasivas tales como, regalías, dividendos, intereses, etc. Generalmente se encuentran gravadas por el país donde se encuentra la fuente generadora del rédito, mientras que las rentas derivadas de venta de bienes o servicios son generalmente gravadas por el principio de vigencia a condición que el vendedor o proveedor del servicio que tenga presencia en dicho país a través de un establecimiento permanente. Una inconsistente clasificación de la renta entre fuente y residencia podría conllevar a una múltiple imposición.

Otro aspecto importante es la categorización del tipo de renta, ya que según sea el tipo de renta de que se trate distinto será el tratamiento impositivo. En el caso del comercio electrónico existirán determinadas prestaciones de difícil categorización desde un punto de vista de los imputados a los consumos y a la renta.

El concepto de Establecimiento Permanente, definido en las leyes internas del impuesto sobre las rentas, difiere de país en país, y si bien los diversos tratados internacionales (OCDE, etc.) constituyen un marco regulatorio a la legislación internacional, sus normas no son uniformes entre países y difieren en algunos

casos entre sí. Por otro lado, hay muchos países que no han suscrito tratados o convenios para evitar la doble imposición.

Los países desarrollados generalmente tienen una interpretación más estrecha del concepto de Establecimiento Permanente y solo gravan a los no residentes cuando mantienen contactos significativos con el país de la fuente. Esto obedece, entre otras causas, al hecho que los países desarrollados son exportadores de capital a diferencia de los países en vía de desarrollo. Es por ello que en contraposición los países en vías de desarrollo el factor prevaeciente para la imposición será la realización de actos u hechos dentro de sus fronteras más que el hecho de la existencia de una base fija o permanente de negocios. Por tal motivo es de esperar que estos últimos pretendan gravar las rentas derivadas del comercio electrónico sobre la base de una definición de Establecimiento permanente más amplia que aquella utilizada por los países desarrollados.

Consecuentemente en el concepto tradicional de imposición, para que la ganancia derivada de una operación realizada por Internet se encuentra gravada en determinado país, se requiere que el beneficiario de la renta posea el establecimiento permanente en él de acuerdo al alcance que la legislación interna de dicho país le haya dado a dicha acepción.

Aquí nos encontramos con un hecho diferenciador de este tipo de negocio y es que en el contexto del comercio electrónico se frecuente la ausencia de las oficinas de negocios.

Las partes intervienen en la transacción se conectan electrónicamente y muy frecuentemente residen en distintos países. El servidor que aloja la página web puede estar localizado en cualquier país diferente de aquel del cual la información que contiene proviene. A su vez, la página web puede ser visitada por docenas de usuarios localizados también en diferentes países.

## **4.2 PROBLEMÁTICA TRIBUTACIÓN DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LA ACTUALIDAD.**

### **4.2.1 PROBLEMÁTICA GENERAL DEL COMERCIO ELECTRONICO.-**

A pesar de las grandes facilidades que ofrece el comercio electrónico, existen diversas problemáticas que surgen como consecuencia de ello.

a.- es evidente que a corto plazo, el desarrollo del comercio electrónico dará origen a grandes beneficios económicos en general. Sin embargo también constituirá causa de desempleo en las estructuras tradicionales de distribución de bienes así como en los sistemas de ventas al por menor. En todo caso, como indica la OCDE, la experiencia demuestra que los cambios en la tecnología crearán nuevas y mejores fuentes de trabajo.

El comercio electrónico se encuentra originado un nivel alto de calidad en los trabajos relacionados con sistemas de computación y comunicación, lo cual desarrollará un mercado global digital.

**b.- Desde un punto de vista empresarial,** el costo de hacer negocios utilizando el comercio electrónico es significativamente más bajo, si uno lo compara con los costos de utilización de las formas tradicionales. De allí la felicidad de acercamiento de compradores y vendedores mediante el comercio electrónico, lo cual es significativa.

**c.- En cuanto a la seguridad** de este medio de hacer negocios, debemos mencionar que existe un riesgo al encontrarse expuestos tanto el sistema como las data, al acceso y al uso no autorizado al sistema; a la posible existencia de apropiaciones ilícitas; a la posibilidad de alteración o destrucciones de la data e inclusive del mismo sistema; a la violación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, entre otras amenazas.

**d.- La confiabilidad de la información obtenida puede también ser materia de riesgos.-** De allí que sea necesaria la creación de diversos mecanismos de verificación de la información obtenida (caso de información sobre comerciantes, clientes y contratos realizados) o la verificación ante algún organismo gubernamental (Registros Publicaos por ejemplo) en el sentido de que se confirme la existencia de la persona con la cual estoy tratando así como la vigencia de sus poderes o facultades para contratar a nombre de una empresa determinada. Así mismo, en el caso de un comprador, este deseara tener mas información acerca de su comprador, incluyendo su capacidad de pago.

**e.- Dificultad respecto a la promoción de tecnologías** que proveen de seguridad y privacidad en la información en este sentido, es importante desarrollar métodos de protección al consumidor en cuanto al uso, por ejemplo de sus tarjetas de crédito. Se persigue controlar las conductas fraudulentas u erradas así como el fácil acceso a material de contenido ilegal o perjudicial. También será importante crear mecanismos de solución de las posibles controversias.

De las problemáticas enunciadas, las que más preocupa a los especialistas y organismos internacionales en la actualidad son la seguridad y la confiabilidad en el comercio electrónico. Lo que desean tanto los consumidores, como los hombres de negocios es tener la certeza que el uso de Internet es seguro y confiable. Que las transacciones que pueden realizarse a través de dicho medio se encuentran a salvo y que tanto la información como la identidad de las partes en una operación será verificable así mismo, las partes querrán tener la seguridad absoluta de las consecuencias tributarias, y otros riesgos, que las operaciones por este medio electrónico genera. Este es el motivo por el que los aspectos legales y tecnológicos serán esenciales para la creación de una mayor confianza en el comercio electrónico. Actualmente, los regímenes legales en el mundo se encuentran basados en aspectos geográficos territoriales muy bien delimitados y, sin embargo el comercio electrónico emerge superando estos parámetros con un dinamismo creciente, moviéndose libremente sin tomar en cuenta los aspectos geográficos o jurisdiccionales existentes en el mundo. De allí la urgente necesidad de una cada vez mayor y continua coordinación a nivel internacional entre los países a fin de brindar seguridad facilitando y difundiendo el uso y eficiencia de este medio electrónico.<sup>31</sup>

#### **4.2.2 PROBLEMATICA TRIBUTARIA.-**

Con respecto a la problemática tributaria se debe mencionar, en primer lugar, que desde los inicios de la Historia de la Tributación las reglas aplicables en

---

31 Yemma. Juan Carlos. Doctrina Tributaria en el Comercio Electrónico. Errepar. Junio 1999 Pág. 19 Introducción.

Materia jurisdiccional tributaria se han fundamentado en conceptos que implican una presencia física en un lugar geográfico determinado, por ejemplo, el lugar de suministro de bienes o servicios, o el lugar de residencia del contribuyente o el lugar de utilización de un bien o servicio. En vista que para el comercio electrónico no es imprescindible la existencia de un lugar físico es dificultoso para las administraciones tributarias y para los estado, determinar sus derechos de jurisdicción a fin de gravar las operaciones efectuadas mediante este medio, lo que en los tributos al consumo, por ejemplo, puede generar doble imposición o simplemente que la operación no se encuentre gravada. Las dificultades surgen a raíz de la incompatibilidad entre la forma en que trabaja el comercio electrónico y los principios clásicos aplicables en el derecho tributario internacional. El Internet es completamente indiferente a las reglas jurisdiccionales de fronteras y territorios delimitados los cuales tienen como fundamento a la geografía. De otro lado, la Tributación internacional se encuentra tradicionalmente basada en una identificación precisa de las partes que intervienen en una transacción comercial y en las características determinadas de dichas transacciones. En Internet, la identificación de las partes es incierta, especialmente con clientes. La "dirección" en Internet no provee una indicación real respecto de la identidad de las personas o empresas que son parte de una transacción y de sus lugares de residencia. Así mismo, los sistemas tradicionales de tributación internacional dependen de intermediarios o agentes de retención, especialmente en operaciones financieras por ejemplo, a efectos de controlar y retener el tributo correspondiente. ¿Para el comercio electrónico los intermediarios ya n son necesarios, como es el caso de los representantes agentes, e inclusive las instituciones bancarias y financieras, ya que el sistema de uso del dinero electrónico se esta volviendo cada vez mas extendido y utilizado. Sin embargo en muchos casos dichos intermediarios son remplazados por otros intermediarios como son los diseñadores de páginas Web, los expertos n seguridad en Internet, los especialistas en marketing en páginas Web, etc.<sup>32</sup>

32 Richard Doernberg and Luc Hinnekens "Electronic commerce and international taxation" IFA-kluwer Law International 1999 pág 2 trad. Española.

En segundo lugar, la disponibilidad, confiable o seguridad de los registros comerciales o contables generados por el comercio electrónico, incluyendo aquellos registros generados por pagos utilizando la vía electrónica son materia de preocupación para las autoridades Tributarias en general, en cuanto a establecer si la Tributación y las cifras registradas son las correctas.

En tercer lugar, muchas formas de tributación y tasas son aplicadas sobre bienes físicos. La habilidad, en el comercio electrónico para crear sustitutos electrónicos, como por ejemplo, libros electrónicos genera problemas nuevos retos para la cobranza de determinados tributos de acuerdo a la clase de bienes físicos que correspondan. La habilidad, mediante el uso de diversos canales de distribución para evitar alguno o todos los mecanismos clásicos de control entre productor y consumidor, acarrea serios problemas a efectos de cobrar los tributos debidos, especialmente la cobranza de tributos utilizando el sistema de retención.<sup>33</sup>

Podemos apreciar que existen dos aspectos que surgen como consecuencia del uso de medios electrónicos para el comercio internacional. Así, tenemos aspectos técnicos de la Tributación en cuanto se refiere a la forma bajo la cual se gravaran las operaciones efectuadas por Internet, y, de otro lado, tenemos aspectos estratégicos en cuanto al reto que surge para la administraciones Tributarias de los diversos países a efectos de estudiar las mejores maneras de fiscalizar una transacción comercial realizada por medios electrónicos.

Desde hace ya algún tiempo ante el creciente desarrollo de transacciones comerciales por medios electrónicos el Comité de asuntos Fiscales de la OCDE(Organización Para la Cooperación y Desarrollo Económico) se encuentra activamente trabajando en el tema materia del presente trabajo y por lo que ha comenzado a desarrollar un proyecto de "Condiciones Tributarias Marco" (CTM), así como un "Programa de Trabajo" cuyo adjetivo consiste en establecer las pautas o principales reglas Tributarias a fin de regular el comercio por medios electrónicos.

---

<sup>33</sup> Richard Doernberg and Luc Hinnekens "Electronic commerce and international taxation" op cit Pág. 5

Las CTM fueron adoptadas por el Comité en el mes de junio de 1998 y fueron aceptadas por los Ministros en la Conferencia Ministerial sobre Comercio Electrónico celebrada en Ottawa en octubre del mismo año. La conclusión principal a la que se llegó en el mencionado congreso fue que los principios Tributarios que guían a los gobiernos en relación al comercio convencional, deberán también servir de guías respecto al comercio electrónico. El Comité considera que la actual etapa de desarrollo tecnológico y comercial, los principios tributarios existentes pueden aplicarse a las condiciones marco.

La CTM para el comercio por medios electrónicos incluye cuatro áreas en especial:

- a.- Reglas de Tributación Internacional;
- b.- Tributos que gravan el consumo;
- c.- Administración Tributaria; y,
- d.- Servicio al contribuyente.

En cuanto a las reglas de Tributación Internacional, especialmente en el área de los Convenidos para evitar la Doble Imposición (CDI), las CTM establecen que mientras las reglas de derecho Internacional vigentes sean aplicadas al comercio electrónico tan solo algunas precisiones deberán ser efectuadas a fin de determinar como estas reglas, en especial las del modelo de CDI de la OCDE, pueden ser aplicadas.

Respecto al área de Tributos al consumo, las CTM establecen que la Tributación deberá darse en la Jurisdicción en donde el consumo es realizado y que el suministro de productos digitalizados no debe ser tratado como suministros de bienes.

En cuanto al área de la administración Tributaria, las necesidades de información y los procedimientos de cobranza de tributos a desarrollar deberán de ser neutrales y justos, de tal manera que el nivel o estándar sea comparable a los requerimientos aplicables al comercio tradicional, con las diferencias que sean necesarias a fin de aplicar los requerimientos. Por último existen diversas opciones a fin de utilizar las nuevas tecnologías y mejorar el servicio al contribuyente.

Con respecto al "Programa de Trabajo" del Comité, se incluye entre otros temas, las siguientes cuestiones:

- a.- Si un sitio Web o u servidor puede constituir un establecimiento permanente dando lugar a una jurisdicción tributaria en un estado determinado;
- b.- Si los pagos efectuados por productos digitalizados pueden ser tratados bajo las reglas de un CDI;
- c.- En relación a los tributos al consumo, se debe obtener en un consenso en cuanto a la definición del lugar de consumo y en cuanto a definiciones internacionales comparables de servicios y propiedad intangible; y
- d.- Analizar de adoptar un sistema de identificación convencional y los requisitos de información internacional compatible.<sup>34</sup>

Como mencionamos anteriormente, se puede decir que el desarrollo del comercio electrónico ha revolucionado la forma de hacer negocios ya que no se han necearía la presencia física de las partes. Sin embargo, los principios de derecho Tributario Internacional se fundamentan en conceptos basados a la "Presencia Física" para los impuestos directos o criterios como el de "lugar del establecimiento" para impuestos indirectos. Adicionalmente, debemos indicar que el desarrollo del comercio electrónico también ha originado una especie de banca paralela y sistemas de pago fuera de los canales convencionales bancarios. Ello lamentablemente conlleva a su vez, el desarrollo de nuevos mecanismos de elusión y evasión fiscal y problemas para la Administración Tributaria. De allí la importancia y urgente necesidad de analizar la problemática que el tema en cuestión representa a fin de asegurar que los sistemas de tributación y de recaudación tributario no entran en crisis.

Es así que a partir de junio de 1996, la OCDE comienza a examinar diversos aspectos con el único objetivo de alcanzar un consenso internacional en cuanto a los principios generales aplicables a la tributación internacional. A continuación tenemos, algunas de las cuestiones mas destacadas a tratar y resolver por la OCDE originadas por la problemática del comercio electrónico.

---

34 "Evasión fiscal Internacional y Evolución de las tecnologías: El desafío del Comercio electrónico." Séptimo congreso Tributario, San Martín de los Andes, año 1999, tomo I.VLEX.COM.ORG

## **LEGISLACIÓN NACIONAL SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO Y ESTABLECIMIENTO PERMANENTE.-**

**5.1.- EL ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN LA LEGISLACIÓN ECUATORIANA.-** El concepto sobre establecimiento permanente y las directrices para que se considere un negocio, como Establecimiento Permanente, constan en el Artículo siete del Reglamento a la Ley de Régimen Tributario interno.

Art.7.-

“Para efectos Tributarios establecimiento permanente es el lugar fijo en que una empresa efectúa todas o parte de las actividades.

Bajo tales circunstancias se considera que una Empresa extranjera tiene establecimiento permanente en el Ecuador cuando:

a.- mantenga lugares o centros fijos de actividades económicas tales como:

-----

- Cualquier centro de dirección de la actividad;
- Cualquier sucursal, agencia filial, subsidiarias u oficina que actúe a nombre y por venta de una empresa extranjera.
- Fabricas, talleres, bienes inmuebles u otras instalaciones análogas.
- Minas, yacimientos minerales canteras, bosques, factoría y otros centros de explotación o extracción de recursos naturales.
- Cualquier obra material, inmueble, construcción o montaje.
- Almacenes de depósitos de mercaderías destinadas al comercio interno y no únicamente a demostración o exhibición.

b.- Tenga una Oficina para:

-----

- La practica de consultoría técnica, financiera o de cualquier otra naturaleza para demostrar proyectos relacionados con contratos o convenios realizados dentro o fuera del país.
- la prestación de servicios utilizables por personas que trabajan en espectáculos públicos, tales como, artistas de teatro, cine, televisión y radio, toreros, músicos, deportistas, vendedores de pasajes aéreos y de navegación marítima o de transportación para ser utilizados en el Ecuador o fuera de él.

c.-Una persona o entidad que desarrolle en el país por cuenta de una empresa extranjera alguna actividad económica en cualquiera de las siguientes formas.

- 
- Con poder para comprometer legalmente a las personas o empresas para quienes trabajan;
  - Ligadas mediante contrato para realizar actividades económicas por cuenta de las personas o empresas para quienes trabajan.
  - Con tenencia de mercaderías de propiedad de una empresa extranjera, destinadas a la venta en el Ecuador:
    - Que pague a nombre de una empresa extranjera el valor de arrendamiento de locales, de servicios o de gatos vincúlalos con el desarrollo de una actividad económica.

Cabe indicar que el término de “establecimiento permanente” no comprende lo siguiente:

- a.- La utilización de instalaciones con el único fin de almacenar, exponer o entregar bienes o mercaderías pertenecientes a la sociedad.
- b.- El mantenimiento de un depósito de bienes o mercaderías pertenecientes a la empresa con el único fin de almacenarlas, exponerlas o entregarlas.
- c.- El mantenimiento de un depósito de bienes o mercancías pertenecientes a la empresa, con el Único fin de que sean procesados por otra empresa.
- b.- El mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de recoger información para la empresa o de comprar bienes, valores, mercancías sin el ánimo de revenderlos en el país.
- e.- El mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de hacer publicidad, suministrara información realizar investigación científicas o desarrollar otras actividades similares que tengan carácter preparatorio o auxiliar, siempre que estas actividades se realicen por la propia sociedad; y,
- f.- El desarrollo actividades por medio de un corredor, comisionista general, agente representante, distribuidor o cualquier otro mediador que goce de un estatuto independiente, siempre que estas personas actúen dentro del marco ordinario de su actividad y aun cuando para cumplir con la Ley de Compañías,

les haya sido otorgado un poder; todo ello sin perjuicio de la responsabilidad tributaria personal de dicho corredor, comisionista general, agente representante, distribuidor o mediador.

#### **COMENTARIO.-**

Del análisis del este artículo se desprende que existe una lista positiva y una negativa, para determinar la existencia o no de un establecimiento permanente, la lista negativa se encuentra en el numeral 2 de este artículo en el que se enumera de manera taxativa las circunstancias en las que no se considera la existencia de un Establecimiento Permanente, entonces existen dos tipos de parámetros para considerar la existencia de un establecimiento permanente: el primero, contar con la lista positiva del numeral uno de este artículo, y descartar posibilidades según la lista del numeral 2 de este artículo.

En la relación de esta norma se observa que la Ley Tributaria Ecuatoriana determina según la doctrina generales, la necesidad de un "lugar fijo" de negocios, además <sup>33</sup> Según el literal V este lugar fijo debe tener una esencia material o un espacio físico, con este contenido se firma una vez más que nuestro ordenamiento jurídico aún no considera al comercio electrónico entre las actividades económicas, pues como sabemos el comercio electrónico no necesariamente necesita de un espacio físico aparente para poder operar y hacer negocios.

#### **CONCLUSIONES.-**

En conclusión en cuanto al concepto de establecimiento electrónico permanente, <sup>34</sup> el punto en cuestión radica en determinar si un servidor (Server) o la página o sitio Web de un vendedor incorporado en un servidor localizado en el país del comprador u otro país constituye un establecimiento permanente o no para efectos fiscales. Cabe mencionar que si un servidor o la página Web de una empresa es utilizado únicamente para realizar actividades

consideradas auxiliares o preparatorias como la publicidad de productos o servicios, en la promoción de los mismos, nos encontramos ante un caso excluido del concepto de establecimiento permanente, de acuerdo con el Modelo de OCDE (Utilización de instalaciones con el único fin de almacenar, exponer o entregar bienes o mercancías pertenecientes a la empresa).

Sin embargo, si dicho servidor o página Web tiene como objetivo funciones que van más allá de la realización de actividades auxiliares o preparatorias. Utilizándose para venta directa de los bienes o contratación de servicios, recepción de pedidos u ordenes de compra, servicios post-venta, organizar envíos de mercancías, provisión de un software, etc. Nos encontramos ante la interrogante de si el referido servidor o página Web constituyen o no un establecimiento permanente.<sup>35</sup>

Es pertinente citar lo señalado por OCDE en el párrafo 10 de los Comentarios al artículo 5 del Modelo, artículo que define al establecimiento permanente, cuando se menciona que "la actividad de la empresa se realiza principalmente por el empresario o personas que tienen relación laboral con la empresa (Personal)...Sin embargo, puede existir un establecimiento permanente incluso si las actividades de la empresa se realizan principalmente mediante equipos automáticos, limitándose la actividad del personal a la instalación, manejo, control y mantenimiento de tales equipos, de esta forma, la cuestión de si las máquinas de juego, expendedores y otras similares, instaladas por una empresa de un estado contratante constituyen establecimiento permanente dependerá de que la empresa realice o no una actividad empresarial distinta de la instalación inicial de las máquinas. No existirá establecimiento permanente si la empresa se limita a instalar las máquinas y después las cede en arrendamiento a otras empresas. Por el contrario, puede existir un establecimiento permanente si la empresa que instala las máquinas las explota y mantiene por su propia cuenta. Esto es igualmente aplicable si las máquinas se explotan y mantienen por un agente dependiente de la empresa".

Puede apreciarse pues como para el Modelo OCDE, cabe la posibilidad de considerar la existencia de un establecimiento permanente cuando la actividad comercial se realiza mediante distribuidores automáticos, aparatos de juego y similares.

En relación al caso de agente dependiente como establecimiento permanente, esto es, aquel agente que actúa por cuenta de una empresa y posee poderes que lo facultan a concluir contratos en nombre de dicha empresa, ya se ha mencionado que una de las ventajas del comercio electrónico radica en la posibilidad, por parte del vendedor o proveedor de servicios, de tomar contacto directamente con el cliente o usuario sin necesidad de emplear agentes intermediarios o distribuidores. Al respecto, refiere De Juan Ledesma que "las nuevas tecnológicas han incorporado a los servidores programas informáticos capaces de desarrollar funciones que anteriormente desarrollaban empleados de la empresa (inteligencia artificial) Incluso pueden estar programadas para "negociar" sobre determinados condicionantes predeterminados. Sin embargo, hasta la fecha no existe aún ningún caso que haya planteado que un servidor automático, pero que actúa a nombre y por cuenta de la empresa, constituye un establecimiento permanente".

#### **RECOMENDACIONES.-**

Como se ha podido apreciar, existen múltiples cuestiones y problemáticas que el uso del comercio electrónico se encuentra originado en cuanto a la aplicación del Modelo OCDE. Se han formulado algunas posibles soluciones si ser estas del todo satisfactorias su pueden mencionar diversas alternativas:

## **CUESTIONES ECONOMICAS.-**

En esta área tendríamos que tratar puntos tan importantes como son los impuestos aplicados a las transacciones electrónicas, así como la necesidad de encontrar un sistema o medio de pago adecuado a dichas operaciones electrónicas.

### **A.- IMPUESTOS.-**

A lo largo de cincuenta años, los Estados han negociado entre ellos la posibilidad de reducciones arancelarias, debido a que se han dado cuenta que el comercio libre de grandes cargas de impuestos tiene mayor beneficio para la económica y para el ciudadano en general, que un comercio sumamente controlado con cargas e impuestos arancelarios.

Un ejemplo de desgravámen arancelario tenemos la evolución de la Comunidad Europea, y observar la pronta liberalización del comercio, así como la supresión de las barreras arancelarias que perdieron la libre circulación de personas y mercancías.

Trasladado el comercio a Internet parece obvio que se introduzcan aranceles e impuestos a los productos y servicios que se expenden en este medio. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en Internet no existe una estructura clara con límites geográficos o tangibles que históricamente han caracterizado el comercio físico de bienes y productos.

Así mientras exista la posibilidad de administrar cargas arancelarias o impuestos a través de Internet, no existiría problema alguno, sin embargo y aunque los productos son enviados a su lugar de destino vía mar, tierra o aire, no ocurre lo mismo con aquellos servicios o productos que son administrados electrónicamente (comercio Electrónico Directo) como por ejemplo la

distribución de software o el informe que se realiza por un despacho de abogados a determinado cliente. Por ello los estados se han propuesto buscar un procedimiento o Fuentes de ingreso en el comercio electrónico global, de forma que las transacciones electrónicas vía Internet puedan quedar gravadas por un impuesto o arancel, pero esta pretensión de la comunidad internacional significaría un retraso en la Historia porque se volvería a las restricciones sobre el comercio. Por ello es imprescindible declarar mundialmente ya sea en la WTO (World Trade Organization) o en cualquier otro foro internacional, la libre circulación de bienes productos y servicios que sean distribuidos a través de Internet.

Dicho principio de circulación debe ser establecido rápidamente antes de que los estados impongan cargas e impuestos a las transacciones realizadas por Internet, de forma que estos acuerdos consigan la no implantación de un mecanismo fiscal que pueda ser difícil de derribar una vez implantado en la estructura fiscal del estado, o que por otro lado aparición de múltiples formas de cargas fiscales haga imposible la coordinación entre estados de los impuestos o cobrar.

En consecuencia lo recomendable es la imposición de nuevas cargas fiscales al comercio electrónico, ya que dichas cargas deben ser en todo caso consustanciales con los principios internacionales sobre impuestos. De esta forma no se está decidiendo que el comercio desarrollado en Internet no debe sufrir ningún tipo de carga o impuesto, sino que en el caso de cargar o imponer trabas a las transacciones electrónicas desarrolladas en Internet, se haga en forma conjunta e impuesta por todos los estados para de esta forma evitar un mal desarrollo del mercado global que está floreciendo.

Por tanto la imposición de cargas a dichas transacciones deberá evitar en la medida de lo posible, la doble carga del impuesto por ambos estados, así como el establecimiento de una estructura propia de recaudación. Siendo también de gran relevancia el conseguir que dicha carga sea simple clara y

fácil de comprender. De forma que todos los países involucrados puedan establecer en sus propias estructuras sociales.

De esta forma, cualquier carga impuesta sobre una venta realizada a través de Internet deberá seguir los principios siguientes:

- 1.- No debe falsear ni impedir el comercio. Ningún sistema de recaudación deberá discriminar entre tipos de comercio, así como tampoco crear incentivos que provoquen al cambio de la naturaleza geográfica de la transacción.
- 2.- El sistema debe ser simple y transparente deberá ser capaz de aglutinar todos los ingresos, ser fácil de llevar a la práctica, así como minimizar el coste para todas las partes que intervienen.
- 3.- Por último, el sistema deberá ser capaz de acomodarse a todos los países que firmen el acuerdo.

Cualquier sistema de recaudación deberá acomodar estos principios u objetivos al contexto de Internet, ya que hay que tener en cuenta varios aspectos como son: El potencial de anonimato que existe entre el comprador y el vendedor, la posibilidad de realizarse múltiples micro transacciones, la dificultad de asociar actividades online a lugares físicos, etc. Estos problemas están siendo actualmente debatidos en la OCDE, principal faro internacional para la cooperación en materia fiscal.

#### **B.- SISTEMA DE PAGO ELECTRONICO.-**

Es conocido que las nuevas tecnológicas hacen posible el pago electrónico de los productos y servicios desarrollados en Internet. Algunos de estos métodos enlazan con los actuales sistemas de pagos bancarios, incluyendo tarjetas de crédito y débito, los cuales han sido aplicados a Internet con nuevas y diversas interfaces. El Dinero Electrónico así como la tarjeta inteligente (Incorpora un microchip con posibilidad de cargar la tarjeta con la cantidad que se estime

oportuna) son uno de los ejemplos de sistema de pagos que actualmente están en proceso de desarrollo. Es por tanto el sector privado el que está invirtiendo en estas posibles formas de pago electrónico mucho esfuerzo y dinero, que a la larga compararán a los propios comerciantes así como a los destinatarios finales del producto, es decir, al consumidor.

De esta forma los sistemas de pagos electrónicos están sufriendo constantemente cambios, que llevan al continuo perfeccionamiento de los sistemas. Por tanto el imponer legalmente un sistema de pago obligatorio para aquellos que se dediquen a comerciar en Internet, sería incurrir en un grave error, ya que las propias tecnologías desecharían todo ese esfuerzo de regulación, al quedar anticuadas dichas normas, es muy difícil desarrollar una política adecuada en tiempo y forma. De ahí que se prefiere ir probando las nuevas formas de pago que sucesivamente vayan apareciendo, al menos a corto plazo, ya que a largo plazo la propia autorregulación del mercado podría perjudicar al no cubrir todas las cuestiones que los sistemas de pagos electrónicos plantean. Por ello será necesario una acción conjunta de los estados para garantizar un sistema de pago seguro, que proteja a los destinatarios finales, así como una correcta implantación en el sistema legal de los contratos.

Actualmente se está estudiando en distintos foros internacionales las implicaciones que los distintos sistemas de pago puede ocasionar. Además un buen número de organizaciones están trabajando en importantes aspectos de la banca electrónica y el pago electrónico. Sus análisis e investigaciones facilitarán una mejor comprensión de los sistemas de pagos electrónicos que afectan al comercio.

Desde este punto de vista debe existir una política común de cooperación entre los gobiernos y los sectores privados para que de esta forma, las acciones gubernamentales puedan acomodarse a las necesidades del nuevo mercado global.

## **DESARROLLO LEGISLATIVO.-**

En el ámbito Internacional y a través de UNCITRAL (CNUDMI) (United Nations Commission on International Trade Law ) se ha completado un estudio provisional sobre una Ley modelo, capaz de aglutinar todos aquellos usos comerciales internacionales que puedan incidir directamente en el comercio electrónico global, este modelo de Ley establece una serie de normas y reglas que dan veracidad y validez a los contratos realizados electrónicamente, Por lo cual implica el establecimiento de reglas para la formación de contrato, definir que características debe reunir un documento electrónico para ser válido, determinar los requisitos que debe reunir la firma electrónica para su correcta aceptación en el comercio, así como suministra carácter probatorio en juicio o procedimientos arbitrales a todo aquello que los ordenadores puedan realizar en las operaciones comerciales.

Con los antecedentes expuestos es recomendable que se pongan en marcha una serie de principios que deben gobernar en el comercio electrónico global.

- 1.- Las características, permisiones y restricciones de los contratos deben estar contenidos en el mismo contrato primando la voluntad de las partes, en aquello que no sea contrario a los principios legales establecidos por cada estado.
- 2.- Las reglas deben ser tecnológicamente neutrales (no deben requerir determinadas tecnologías) además de contener previsión de futuro (no deben ocultar el uso o desarrollo de determinadas tecnologías en el futuro).
- 3.- Las reglas establecidas deben tener flexibilidad para adaptarse al nuevo medio comercial e incluso si es necesario adoptar nuevas normativas que sean capaces de soportar el uso de las nuevas tecnologías electrónicas.

## **LIDERAZGO DEL SECTOR PRIVADO.-**

A pesar de que los gobiernos han jugado un papel económico importante en el desarrollo de Internet, su expansión ha sido principalmente llevada por el sector privado. Por ello, para que el comercio electrónico siga progresando debe ser mantenida la hegemonía del sector privado. Por eso la expansión de

los servicios, la mayor implicación, así como la baja de costos solo podrá llegar en un mercado libre y no en un entorno estandarizado, burocrático propio de un obsoleto concepto estatal de mercado. Los gobiernos deberán impulsar aquella industria capaz de conocer sus necesidades y limitaciones y por tanto aquella capaz de auto regularse. No obstante en las áreas donde los acuerdos colectivos, así como los formalismos, son necesarios, es tarea de las entidades privadas, el establecer, en la manera de lo posible, unas pautas de comportamiento que lleven hacia la organización y estructuración gubernamentales (por ejemplo impuestos) o acuerdo intergubernamentales, que son necesarios para el buen equilibrio entre los operadores del mercado, una participación privada seguirá siendo fundamental para su óptimo desarrollo.

#### **EVITAR RESTRICCIONES EXCESIVAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.-**

Los operadores deben ser capaces de llevar a cabo acuerdo legítimos para la compra y venta de productos y servicios n Internet con una mínima intervención gubernamental. Una innecesaria regulación de los actividades comerciales puede distorsionar el desenvolvimiento del mercado electrónico, con un descenso de la capacidad de elección del consumidor y en aumento considerable de los costos de productos y servicios. Hoy que tener en cuenta la rapidez con que se producen los cambios en el mundo de la tecnología, razón por la cual, los intentos de gobiernos para controlar quedan obsoletos para cuando entren en vigor.

Por lo tanto los gobiernos deben evitar imponer demasiado restrictivas, así como procedimientos burocráticos e impuestos en las actividades comerciales que se desarrollan en Internet.

#### **REGULACIONES GUBERNAMENTALES.-**

En determinadas áreas los acuerdos gubernamentales serán necesarios para facilitar el comercio electrónico y la protección de los consumidores. En estos casos los gobiernos deben establecer un mínimo de regulación basado en una

descentralizada intervención legal, antes que una intervención total y burocratizadora del modelo contractual tradicional. En consecuencia donde la intervención gubernamental sea necesaria para facilitar el comercio electrónico, su imperio deberá garantizar la libre competencia así como proteger la intelectual, prevenir el fraude, fomentar la transparencia y facilitar la resolución de los conflictos que en él puedan surgir.

### **LOS GOBIERNOS DEBEN ACEPTAR LAS CUALIDADES INTRÍNSECAS DE INTERNET.**

El éxito que ha adquirido Internet, puede ser atribuido en parte a su naturaleza descentralizada, Ali como a su carácter anárquico. El Comercio Electrónico supone un cambio significativo con respecto a la tradicional regulación, por ello no podemos aceptar que por ejemplo, las antiguas leyes establecidas para la regulación de las telecomunicaciones radio y televisión puedan ser utilizadas para regular la red de redes, de esta forma la regulación solo debe ser impuesta en aquellas áreas donde existía un gran consenso. Por eso, todas las Leyes y regulaciones que puedan ser aplicadas al comercio electrónico deben ser revisadas para reflejar la necesidad de la nueva era electrónica.

**ALUMNO: JHON MAZON CHAVEZ.**

