

**UNIVERSIDAD SIGLO 21**



**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN (PIA)**

**El e-commerce en Impuesto a las Ganancias e IVA en Argentina para el año 2019.**

**Comparación con Chile. Propuesta impositiva.**

**Carrera: Contador Público**

**Legajo: VCPB25599**

**Alumno: Juan Andrés Videla Kamenopolsky**

**Tutor: Cdor. Juan Ignacio Ruiz**

**Córdoba, Julio, 2019**

## Indice

Agradecimientos.....	6
Resumen.....	7
1. Introducción.....	9
2. Objetivos.....	12
2.1 Objetivo General.....	12
2.2 Objetivos Específicos.....	12
3. Justificación.....	14
4. Planteamiento del Problema.....	16
5. Hipótesis.....	18
6. Marco Teórico.....	19
6.1 Comercio Electrónico.....	19
6.1.1 Definición Comercio Electrónico.....	19
6.1.2 Modalidades de Contratación.....	20
6.1.3 Riesgos y Problemas de Gravabilidad del Comercio Electrónico.....	21
6.1.4 Evasión y Elusión Fiscal.....	23
6.2 Intercambio de Información Fiscal.....	24
6.3 Principios Tributarios.....	28
6.3.1 Equidad.....	30

6.3.2 Racionalidad Económica.....	31
6.3.3 Instrumentalidad.....	31
6.3.4 Potestad Jurisdiccional.....	32
6.3.5 Legalidad.....	32
6.3.6 Igualdad.....	33
6.3.7 No Confiscatoriedad.....	33
6.3.8 Control Judicial.....	34
6.3.9 Generalidad.....	34
6.3.10 Proporcionalidad y Progresividad.....	34
6.3.11 Libre Circulación Territorial.....	35
6.4 Definición de Impuestos.....	35
6.5 Clasificación de los Impuestos.....	37
6.6 Impuesto a las Ganancias.....	39
6.7 Impuesto al Valor Agregado.....	41
7. Diseño Metodológico.....	47
7.1 Tipo de Investigación.....	47
7.2 Metodología.....	47
7.3 Técnica.....	48
7.4 Instrumento.....	48
7.5 Población.....	51
7.6 Unidad de Análisis.....	51

7.7 Criterio Muestral.....	51
7.8 Muestra.....	52
8. Diagrama de Gantt.....	53
9. Propuesta Final.....	54
10. Resultados Esperados.....	56
11.Desarrollo.....	57
11.1 Situación impositiva en Argentina.....	57
11.1.1 Antecedentes.....	57
11.1.2 Ley 27.430.....	60
11.2 Situación impositiva en Chile.....	72
12. Netflix.....	82
12.1 Misión.....	84
12.2 Visión.....	84
12.3 Cultura Netflix.....	85
12.4 Valores.....	85
12.5 Análisis de Porter.....	90
Gráfico 1.....	90
12.6 Análisis FODA.....	92
Gráfico 2.....	92
12.7 Netflix como objeto de estudio.....	93
Grafico 3.....	94

13. Propuesta Impositiva.....	98
14. Conclusión.....	105
15. Recomendaciones.....	109
16. Otras futuras líneas de investigación.....	111
17. Listado de Referencias.....	112
18. Anexo.....	115

## **Agradecimientos**

Gracias a Dios por permitirme tener y disfrutar de una familia, gracias a mi familia por apoyarme siempre en cada decisión que he tomado, gracias el amor, el cariño, el apoyo no sólo de mi familia sino de amigos, compañeros, conocidos que siempre alentaron a culminar una etapa de mi vida.

Gracias a todos mis seres queridos que fueron los principales motores de cumplir mis sueños, de confiar en mí para terminar de realizar este trabajo final de graduación que con esfuerzo, dedicación, horas de estudio y lectura, trabajo, han hecho desarrollarlo con lo mejor que he podido realizar.

Gracias a los profesores, tutores, directores de carrera que siempre se preocuparon en que terminara la carrera de la mejor manera posible, que cualquier duda que tuviera siempre estuvieron dispuestos a resolverla.

No ha sido un camino fácil el llegar hasta ahora, pero con amor, apoyo, dedicación, ganas, han hecho que transite este último tramo de la mejor manera posible. Por eso siempre agradecido de todos y cada uno de los que intervinieron para finalizar este proceso académico que toda persona que toma la decisión de estudiar una carrera lo quiere desde un principio.

## Resumen

En el presente Proyecto de Investigación Aplicada, como objetivo principal del trabajo se realizó un análisis de la ley 27.430 con respecto a la actividad de comercio electrónico y su impacto en el Impuesto a las Ganancias y el Impuesto al Valor Agregado, para proponer una alternativa impositiva de solución a la tomada por el gobierno de ser posible. Se trata de una investigación de tipo descriptivo, transversal, exploratorio. La metodología cuantitativa y el análisis de contenido utilizado sirvieron para definir y caracterizar al comercio electrónico y sus riesgos, describir los procedimientos de intercambio de información fiscal y principios tributarios, analizar la situación impositiva de los servicios digitales en Argentina y Chile en la actualidad. Se tomó como caso de estudio a Netflix, plataforma digital líder de streaming de videos, para demostrar el procedimiento impositivo a aplicarse, así como sus características. Con todo lo realizado se verificó que por motivos de practicidad mundial para gravar esta actividad se debe hacerlo mediante un impuesto al consumo, el IVA, a la alícuota general. Se propusieron 2 alternativas de solución: la Presencia Digital Significativa y el Impuesto a los Servicios Digitales en línea a lo que la Unión Europea propone. Se concluyó que la decisión del gobierno de gravarlas es correcta aunque se puede mejorar teniendo en cuenta las propuestas presentadas o esperar a lo que proponga la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos el año que viene en su plan de trabajo.

**Palabras Claves:** Comercio electrónico, impuestos, ganancias, valor agregado, Netflix, digital.

## **Abstract**

In this Applied Research Project, the main objective of the work was an analysis of Law 27,430 with respect to the activity of electronic commerce and its impact on Income Tax and Value Added Tax, to propose a tax alternative of solution to the one taken by the government if possible. It is a descriptive, transversal, exploratory research. The quantitative methodology and content analysis used to define and characterize electronic commerce and its risks, describe the procedures for the exchange of tax information and tax principles, analyze the tax situation of digital services in Argentina and Chile at present. Netflix, the leading digital platform for streaming videos, was taken as a case study to demonstrate the tax procedure to be applied, as well as its characteristics. With everything accomplished it was verified that for reasons of worldwide practicality to tax this activity it must be done by means of a consumption tax, VAT, to the general rate. Two alternative solutions were proposed: the Significant Digital Presence and the Digital Services Tax in line with what the European Union proposes. It was concluded that the government's decision to tax them is correct, although it can be improved taking into account the proposals presented or wait for what the Organization for Economic Cooperation and Development proposes next year in its work plan.

**Keywords:** Electronic commerce, taxes, profits, added value, Netflix, digital.

## 1. Introducción

Desde hace muchos años el mercado de bienes y servicios como el mercado de capitales han sido fundamentales como herramienta para el desarrollo y progreso económico de la mayoría de los países del mundo.

Pero gracias a la revolución tecnológica y, dentro de ello las telecomunicaciones, han creado un concepto contemporáneo como es la *globalización*, manifiesta a través del Internet que ha permitido extender el comercio internacional así como las telecomunicaciones mediante plataformas virtuales creadas para satisfacer a las necesidades de usuarios y consumidores del mundo, reemplazando en la mayoría de los casos la manera tradicional de comerciar .

El Estado nacional como los Estados extranjeros para poder cumplir con sus gastos corrientes establecidos en el presupuesto anual necesitan obtener recursos, y dentro de ellos los tributos, en concreto impuestos, aranceles a la importación, retenciones a las exportaciones, así como otras formas de lograr ingresos para cubrir los mismos que no son objeto de estudio de este trabajo. Ante esta situación los gobiernos se encuentran con la necesidad de gravar actividades de comercio vía Internet, pero que se dificulta su aplicación debido a la falta de actualizaciones de las leyes para que se adapten a esta nueva forma de comerciar que tiene ventajas tanto impositivas como económicas respecto a los comercios tradicionales.

Desde el 2012 la Cámara de Comercio Electrónico de Argentina (CACE) lleva adelante un estudio anual de comercio electrónico para conocer y comprender la situación e-Commerce

en Argentina. La última edición en 2018 muestra que durante el mismo año la facturación del comercio electrónico creció un 47% y que representa una cifra estimada de \$229.760.000. También se demuestra que el 90% de los adultos argentinos ya compró alguna vez y que representarían 18,3 millones de personas lo que casi sería la mitad de la población que compra mediante esta forma. Otro dato interesante que revela este estudio es que el 78% de las compras se hizo con tarjeta de crédito.

Debido a su relevancia económica expuesta anteriormente y su tendencia a un crecimiento por el momento indefinido el presente trabajo considera la importancia, desde el punto de vista tributario, de esta actividad para ayudar a plantear su gravabilidad como alternativa a la opción elegida por el gobierno nacional que permita lograr una recaudación que logre cubrir las necesidades colectivas de la sociedad.

Entonces lo que se realizará primero será definir la actividad de comercio electrónico, describir las diferentes modalidades de vender mediante esta forma y exponer los riesgos de fraude fiscal de la misma.

Luego analizar y describir los procedimientos de intercambio de información como medida de prevención de fraudes y enumerar e explicar los principios que todo tributo debe respetar.

Posteriormente hacer un breve análisis de los antecedentes en IVA y Ganancias en esta actividad. Después explicar como la ley 27430 incluye en los impuestos mencionados mediante modificación de leyes a la actividad de e-commerce, llamada comúnmente como impuesto a las

plataformas digitales.

Siguiendo el análisis anterior se realizará una legislación comparada sobre la misma en Chile.

A continuación se analizará a modo de ejemplo de este impuesto el caso de Mercado Libre.

Por último, en base a la investigación realizada, proponer una opción en su tratamiento fiscal diferente al que gobierno argentino aprobó en diciembre del año 2017.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo General**

- Analizar el impacto que tiene el tratamiento de la actividad de e-commerce en el Impuesto a las Ganancias y el Impuesto al Valor Agregado de Argentina y Chile para el año 2019, comparar sus legislaciones y proponer un cambio en su tratamiento impositivo.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Definir la actividad de cibercomercio, describir las diferentes formas de vender mediante esta modalidad y exponer los riesgos y problemas de gravabilidad de esta actividad.
- Analizar y describir el procedimiento de intercambio de información fiscal de la AFIP en la actualidad como medida de reducción de la evasión y fraude fiscal.
- Describir los principios tributarios que nuestra legislación adopta para el establecimiento de los tributos.
- Verificar los antecedentes de la gravabilidad de la actividad en Argentina y analizar el

tratamiento de la ley 27430 a la actividad mencionada en base a IVA y Ganancias.

- Comparar el tratamiento de Argentina con la legislación de Chile en la misma materia.
- Analizar el caso de Netflix como objeto de estudio del trabajo.
- Proponer un cambio en el tratamiento tributario de la actividad en Argentina.

### **3. Justificación**

El presente trabajo se considera importante para la carrera ya que existe un impacto impositivo importante mediante la reciente aprobación y puesta en marcha de la ley 27.430 y sus reglamentaciones que gravan al *e-commerce* en Argentina, además del impacto en el consumo de productos y servicios mediante esta vía ya que se traslada el costo fiscal a las personas.

Es una realidad que estos nuevos modelos de negocios digitales encuentran el nicho idóneo para generar beneficios, ahorros de costos, incrementar el volumen de ventas, aprovechar la rapidez con que se transmite la información, y en ocasiones, usar las plataformas digitales para derivar la ganancia obtenida en otros países a estados de baja o nula tributación.

De esta manera las grandes empresas del mundo y multinacionales se encuentran ante la posibilidad de pagar menos impuestos en naciones donde la falta de legislación o legislación deficiente permite que las mismas realicen un armado de estructuras o mecanismos fiscales que aprovechen el vacío legal impositivo en esos países.

Por estos motivos es que se debe gravar a la actividad como una nueva fuente de ingresos que permita al estado argentino cubrir el déficit fiscal logrando no solo el cumplimiento del pacto firmado con el FMI sino sanear la situación financiera propia del país para lograr el crecimiento, la baja de la inflación y la estabilidad cambiaria, entre otras cosas.

Es por ello que la AFIP debe adaptar las leyes a esta nueva forma de intercambiar bienes y servicios que va creciendo en importancia y volumen de ventas; con eso se evita que el fisco

encuentre dificultades en su potestad de fiscalizar y percibir tributos, además de reducir las ventajas que tienen las empresas internacionales sobre las nacionales que usan tales plataformas, tanto las que se encuentran constituídas como radicadas en el país, y también los comercios tradicionales.

Se ha contemplado la comparación con Chile debido a que es un país que geográficamente está cerca, de lengua española que a pesar de haber sufrido diferentes hechos que lo han afectado políticamente como demográficamente, ha demostrado tener estabilidad monetaria, política, económica, fiscal que contrasta con la nuestra pero que también no está eximida de esta problemática que involucra al mundo entero.

Se tendrá en cuenta el caso de Netflix como objeto de estudio del trabajo realizado.

Este trabajo tiene como objetivo brindar una solución fiscal alternativa a la que el Estado ha tomado para esta actividad, en caso de ser posible.

#### **4. Planteamiento del Problema**

Argentina desde hace muchos años ,desde la salida de la convertibilidad ha empezado una situación de crisis que llevaron a una inflación que al día de hoy sigue combatiéndose, tipo de cambio devaluado cada vez más respecto al dólar y otras monedas, estancamiento de la economía, caída del consumo, despidos, aumento de la pobreza, etc. Hubo mecanismos económicos, fiscales, financieros y monetarios que atenuaban los efectos de un impacto pero no revertirlos, sumado a malas administraciones de los gobiernos con episodios de corrupción.

El contexto internacional también impacta en nuestro país ya que no somos auto suficientes y seguimos siendo un país agroexportador de alimentos y que empezamos una senda de recuperación para llegar a una estabilidad deseada y desarrollo del país a nivel económico.

El Estado argentino para cumplir con sus obligaciones y deberes que surgen del presupuesto anual necesita de recursos tributarios que ya gozan de una presión tributaria alta a nivel general si se compara con los demás países.

Existen sectores de la economía como el comercio digital que no tienen un porcentaje alto de recaudación pero si un alto nivel de ganancias. Existe allí una posibilidad de ser una fuente de recursos importante para el Estado argentino ya que las cifras y los porcentajes demuestran su crecimiento que parece no detenerse.

Este trabajo plantea la necesidad de un análisis de la actividad a nivel tributario, describir los riesgos de evasión y fraude tributario, explicar los procedimientos que AFIP tiene en materia

de intercambio de información fiscal, analizar la ley 27430, comparar la misma situación en Chile, comprobar si existen otras propuestas de solución en el mundo. Por último proponer su tratamiento impositivo.

## **5. Hipótesis**

Si la ley 27430 es la forma correcta de gravar la actividad de comercio electrónico en la actualidad, si alcanza a solucionar el planteo de la temática y verificar si existe otra forma de cobrar impuestos por la actividad diferente a la que rige en la actualidad.

## **6. Marco Teórico**

### **6.1 Comercio Electrónico**

#### **6.1.1 Definición Comercio Electrónico**

Para empezar hay que definir que significa el e-Commerce o comercio electrónico o cibercomercio, ya que muchos consideran que el mismo está destinado a productos en formato digital y que viajan por medios electrónicos, Zabala (2014).

Entonces el comercio electrónico puede definirse según Zabala (2014) como “aquella forma de transacción comercial en la que un suministrador provee de bienes y servicios a un cliente a cambio de un pago, y donde ambas partes interactúan electrónicamente en lugar de hacerlo por intercambio o contacto físico directo”.

Otra definición de que se entiende por comercio electrónico según Abrams y Doernberg, citados por McLure (2000) es “la utilización de las redes informáticas con el fin de facilitar las transacciones que comprenden la producción, la distribución, la venta y la entrega de bienes y servicios dentro del mercado”.

También se puede definir al e-commerce en términos generales como “el tráfico de información por medios electrónicos, vinculados con una operación de comercio”, Rodríguez (2004).

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores se puede definir en un sentido común y amplio al comercio electrónico como el “conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas a través del procesamiento y la transmisión de información por medios electrónicos, incluyendo texto, sonido e imagen”, Armas (2006).

### **6.1.2 Modalidades de Contratación**

Según Alonso (2004), el comercio electrónico brinda 5 tipos de contratación o de negocio en función de los participantes que participan en la transacción:

- B2B (Business to Business): comercio entre empresas, donde unas y otras se potencian mutuamente a través de la prestación de servicios. La venta de tiempos y espacios publicitarios es un claro ejemplo. También lo es cuando un fabricante contrata una empresa de logística para distribuir sus productos, o, a su vez, cuando ésta contrata con los comerciantes minoristas. Por ejemplo, YouTube.
- B2C (Business to Consumer): cuando una empresa vende un producto o servicio a un cliente, ya sea de su propia fabricación o no. Por ejemplo: e-Bay, Amazon, Netflix, entre otros.
- C2C (Consumer to Consumer): compra, venta, o alquiler de productos entre particulares. Por ejemplo: Airbnb, mercadolibre.

- B2G o B2A ( Business to Government or Administration): empresas que prestan servicios a las diferentes instancias de gobierno. Este proceso simple y estandarizado ayuda a la transparencia de gobierno. Un ejemplo es el suministro de internet para la operabilidad de los servicios estatales digitales.
- C2B ( Consumer to Business): es el más novedoso de todos, y se refiere a que el cliente ofrece algún producto a las empresas y las firmas pagan por ese bien o servicio. Fundamentalmente se da en la facilitación de datos personales o material subido a las diferentes plataformas web, que luego las empresas utilizan para analizar mercados y comportamientos. Por ejemplo: Facebook.

### **6.1.3 Riesgos y Problemas de Gravabilidad del Comercio Electrónico**

Ya definido al comercio electrónico y descrito las diferentes modalidades de contrataciones, es de importancia conocer los riesgos y problemas de gravabilidad del mismo para las Administraciones Tributarias.

Los riesgos tienen que ver con la posibilidad de fraude fiscal con mecanismo de elusión y evasión. En general las grandes empresas usan lo que se llama “reingeniería fiscal”, es decir, un grupo especializados de abogado y contadores que asesoran y arman estrategias impositivas que involucran usar a un país para instalar sede principal de operaciones generalmente un paraíso fiscal como Luxemburgo o Irlanda, luego instalar diferentes sedes donde ofrecen sus productos o

usar agencias de publicidad y que solo pagan por ese servicio de publicidad en el país donde venden pero los ingresos por ventas van a la sede mencionada. Este es el caso de Google, Amazon, Facebook y Apple.

El problema de gravabilidad por parte de los fisco a las compañías internacionales de plataformas digitales tienen ver con:

- Desmaterialización de los bienes y servicios: se refiere a la intangibilidad de los productos y servicios, así como no saber con exactitud donde se encuentran los bienes.
- Despersonalización de las personas o entidades intervinientes en las transacciones: se refiere a la cantidad de personas que pueden intervenir en las operaciones que pueden ser muchas.
- Deslocalización de la renta: uno de los motivos principales que dificulta la posibilidad de aplicar la potestad tributaria ya que no se sabe donde localiza la renta con certeza como si aplicar criterio de país destino (gravar en país de consumo, criterio que se aplica ampliamente) o país origen (gravar en país proveedor).
- Generalización de las transacciones a consumidores finales a través de las plataformas digitales.

#### **6.1.4 Evasión y Elusión Fiscal**

Corresponde hacer una distinción con 2 conceptos que parecen sinónimos pero que son muy distintos entre si y generan el fraude fiscal y que la temática tratada no queda ajena a ello.

El primero de ellos es evasión fiscal que según Villegas se define como “toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logran tal resultado mediante conductas fraudulentas u omisivas violatorias de disposiciones legales” (1993, p. 337).

Otra definición válida al respecto es la de Jarach que la define como “el incumplimiento de un deber legal tipificado, que surge de lo que se llama hecho generador del crédito fiscal, y al que algunos autores especialmente extranjeros, denominan hecho imponible, o dan otros nombre” (1943).

La segunda definición es la de elusión fiscal que podría definirse como la acción por parte de los contribuyentes que tiene como objetivo pagar la menor cantidad de impuestos dentro de los límites que establece la ley, y en algunas ocasiones, aprovechando las lagunas legales de la legislación de los países. Existen maniobras que aprovechan a los tratados de doble imposición o la libre circulación de capitales para eliminar a algunos gravámenes.

Por ejemplo, algunas empresas que domicilian su sede social en países donde el impuesto de sociedades es más bajo, como Irlanda, en un entorno de libre circulación de capitales como la Unión Europea, y transfieren allí los beneficios obtenidos en otros países.

En definitiva la diferencia entre evasión y la elusión radica en que la primera usa la ilegalidad para pagar menos impuestos ,y la segunda, aprovecha los vacíos legales para llegar a mismo objetivo de pagar menos impuestos.

## **6.2 Intercambio de Información Fiscal**

Es importante destacar que los fiscos y/o gobiernos en materia de prevención de evasión y fraude fiscal como de lavado de activos y financiamiento del terrorismo de operaciones realizadas a nivel internacional pueden usar el intercambio de información fiscal.

El intercambio de información fiscal se la puede definir como “la transferencia de datos de una jurisdicción fiscal a otra, con referencia a contribuyentes que se encuentran vinculados con el país o territorio que recibe la información” Aguirre,R. (2017, agosto). *Convenios suscriptos por Argentina sobre intercambio de información fiscal, bancaria, societaria, etc. con diferentes países. Alcances*. Presentado en Jornadas Tributarias 2017 en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba. Capital, Córdoba, Argentina.

Ya definido el concepto, hay que tener en cuenta que existen factores que justifican el intercambio de información a los fines tributarios:

- a) Necesidad de verificación de operaciones internacionales por diversos motivos como el incremento del comercio mundial, el movimiento de las inversiones empresariales y

financieras transnacionales, la integración global de las economías nacionales y el *incremento del comercio electrónico*, de las transacciones internacionales financieras o bursátiles por vía electrónica

- b) La adopción del criterio de renta mundial (impuesto a las ganancias), declaración de bienes en el exterior (impuesto sobre los bienes personales)
- c) Utilización de paraísos fiscales para eludir y/o evadir tributos .

A su vez las posibles alternativas que tiene un país para solicitar información tributaria son:

- I. Convenios para evitar la doble imposición -CDI- (impositivos)
- II. Acuerdos intergubernamentales específicos para intercambiar información -INIG- (impositivos o aduaneros)
- III. Acuerdos interinstitucionales entre las respectivas administraciones tributarias -AII- *Convenios suscriptos por Argentina sobre intercambio de información fiscal, bancaria, societaria, etc. con diferentes países. Alcances. Presentado en Jornadas Tributarias 2017 en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba. Capital, Córdoba, Argentina. .*

Asimismo como mencionamos en el párrafo anterior es importante celebrar estos convenios o acuerdos para superar problemas de potestad tributaria, como no tener el suficiente respaldo jurídico de la información, que generalmente es de tipo esporádica, y sujeta a

limitaciones legales internas como a la buena voluntad del país informante.

El marco normativo que se aplica en este tema es el siguiente:

1. Normativa nacional según intercambio de información tributarias
2. Convenios para evitar doble imposición (CDI)
3. Convenios intergubernamentales para el intercambio de información (INTG)
4. Acuerdos interinstitucionales de intercambio internacional de información tributaria (AII)
5. Existe normativa interna fijada por parte del organismo recaudador para su ejecución.

Con esto nos referimos a las atribuciones que tiene la AFIP para el intercambio internacional de información previstas en el inc. E) del art. 9° del decreto N.º 618/97.

El mismo establece que son atribuciones del administrador federal entre otras solicitar y prestar colaboración e informes en forma directa a administraciones aduaneras y tributarias extranjeras, y a los organismos internacionales competentes en la materia. Al no establecer límites se entiende que los acuerdos pueden ser de tipo administrativo y de tipo aduanero.

A continuación se definirán conceptos que se usan cada vez más y se remitirán en el desarrollo del trabajo:

- ◆ Intercambio de información o requerimiento: se trata de un intercambio de información relativa a un caso concreto, solicitada o requerida a una administración tributaria por otra, cuando sea previsiblemente pertinente para aplicar las normas tributarias del país requirente. Puede ser de tipo financiera, contable o de titularidad (beneficiarios

efectivos).

- ◆ Intercambio automático de información: se trata de la transmisión periódica y sistemática de información, no preseleccionada, desde el estado de la fuente al estado de residencia, con relación a una serie de categorías preestablecidas de renta (dividendos, intereses, regalías, salarios, pensiones, etc.)
- ◆ Ley FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act): es una ley de cumplimiento tributario de las cuentas extranjeras, promulgada el 18/03/2010 y modifica el capítulo 4 del código de rentas internas (internal revenue code) de EE.UU.

Bajo el FATCA, las instituciones financieras extranjeras deben identificar cuentas de ciudadanos o personas estadounidenses y reportar información sobre dichas cuentas al Internal Revenue Service (IRS) de los EE.UU de manera periódica y automática.

Quienes no accedan a reportar información enfrentan una retención tributaria del 30% sobre pagos de origen estadounidense efectuados a ellas.

- ◆ BEPS (Base Erosion and Profit Shifting): significa erosión de las bases imponibles y el desvío o traslado de beneficios, definición por parte de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).

Situación que se plantea por la existencia de falta de certeza en las normas tributarias respecto al comercio electrónico no deseadas entre los distintos fiscos, de los que pueden aprovecharse las empresas multinacionales, con el fin de hacer “desaparecer” beneficios a

efectos fiscales, o bien trasladar beneficios hacia ubicaciones donde existe escasa o nula actividad real, gozando de una débil, nula o escasa imposición.

Por ello la OCDE ha desarrollado los que se denominan las acciones “BEPS” (15 acciones) que, de forma muy esquemática, se pueden dividir en 5 bloques:

1. Combatir la planificación fiscal agresiva en general (acciones 2,3,4,5 y 12)
2. Combatir el abuso de convenios de doble imposición y mejorar su aplicación (acciones 6,7 y 14)
3. Robustecer la regulación de precios transferencia (acciones 8,9,10 y 13)
4. Analizar la fiscalidad de la economía digital (acción 1)
5. Implementar los acuerdos políticos de las 14 acciones anteriores mediante un tratado multilateral (acción 15) *Convenios suscriptos por Argentina sobre intercambio de información fiscal, bancaria, societaria, etc. con diferentes países. Alcances.* Presentado en Jornadas Tributarias 2017 en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba. Capital, Córdoba, Argentina.

### **6.3 Principios Tributarios**

Los principios tributarios se pueden definir como “el conjunto de normas, máximas o preceptos, que tienen por finalidad dar el marco propicio para la formulación e interpretación de

una correcta política y legislación tributaria, respetando los aspectos económicos, jurídicos y políticos que hacen a la tributación” (Montes D., 2015, p.5, impuestos 3, SAM 1, Universidad Siglo 21).

Por lo tanto los mismo son la base de todo tributo creado o a crearse, por eso su importancia no sólo para el Estado Argentino sino también para los contribuyentes para que no se afecten los derechos y garantías que nuestra Constitución Nacional establece.

Los principios tributarios que rigen en la Argentina y que a continuación se explicarán son:

- 1) Equidad
- 2) Racionalidad Económica
- 3) Instrumentalidad
- 4) Potestad Jurisdiccional
- 5) Legalidad
- 6) Igualdad
- 7) No Confiscatoriedad
- 8) Control judicial
- 9) Generalidad
- 10) Proporcionalidad y progresividad

## 11) Libre Circulación Territorial.

### 6.3.1 Equidad

La equidad es la manera de repartir las cargas tributarias de manera correcta. Se la puede medir en base a 3 teorías:

- Teoría del beneficio: esta teoría plantea que la equidad tributaria se encuentra en el beneficio que recibe cada contribuyente de parte del Estado. La misma explica que el tributo es la retribución o precio de los servicios prestados por el Estado. La principal crítica de esta teoría es que se encuentra limitada cuando aparecen servicios públicos indivisibles porque resulta imposible medirlos a los beneficios de cada uno de los miembros. Por esto es que sólo se aplica a tasas municipales y algunas contribuciones especiales. Por ejemplo: las contribuciones municipales por trabajos de mejoras en los barrios como instalación de cloacas o ABL (Alumbrado, Barrido y Limpieza).
- Teoría de la capacidad contributiva: para empezar hay que definir que se entiende por capacidad contributiva ella es el nivel de vida o bienestar económico de cada persona, medida ésta básicamente aceptada por todos como la más equitativa para establecer el monto de una contribución equitativa para el logro del bienestar general.

Ya definido el concepto, la teoría manifiesta que la capacidad contributiva se la puede medir a través de indicadores tales como la renta en determinado período, el patrimonio

afectado a producir beneficios o disponible para uso particular, y el consumo que es una manifestación del nivel de vida del contribuyente.

- Teoría del sacrificio: esta teoría se fundamenta en análisis económicos sobre la utilidad marginal de los ingresos. Sostiene que a mayores ingresos, el sacrificio representado por el pago de un tributo será menor. De esta teoría se nutren las denominadas alícuotas progresivas vigentes del impuesto a las ganancias.

### **6.3.2 Racionalidad Económica**

Procura que exista coherencia entre los objetivos buscados por las leyes impositivas y el desarrollo económico de la comunidad, es decir que no atenten contra el ahorro de las personas.

### **6.3.3 Instrumentalidad**

Este principio dice que todas las leyes tributarias deben elaborarse de forma tal que aplicación sea práctica y sencilla. Deberán contemplar alguna norma, entre ellas, la conveniencia de un tributo- tanto para el Estado como para el contribuyente-, la economía o los mínimos costos que debe implicar la recaudación, la certeza y transparencia que debe caracterizar a los impuestos en cuanto a fechas, formas y montos a ingresar.

#### **6.3.4 Potestad Jurisdiccional**

Se refiere a la distribución de las facultades tributarias entre los diferentes niveles de la organización del Estado (Nación, Provincias, Municipios). De nuestra Constitución se desprende que la Provincias tienen la generalidad de las facultades impositivas, mientras que la Nación encuentra sus límites en la delegación efectuada por ellas, y los Municipios tienen las potestades asignadas por las constituciones provinciales.

#### **6.3.5 Legalidad**

Uno de los principios más importantes ya que constituye una garantía esencial para los contribuyentes dentro del derecho constitucional. Surge del art.16 de la Carta Magna y establece en su redacción original “nullum tributum sine lege”, es decir que es nulo el tributo sin ley. Todo tributo debe surgir de una ley.

Nuestra Constitución lo contempla en los artículos 17 y 19, y exige este principio que ley que se crea debe establecer claramente el hecho imponible, los sujetos obligados al pago y los elementos estructurales del tributo, es decir, aspecto temporal, espacial o territorial, exenciones, etcétera. Cabe destacar que en el art. 17 se menciona una garantía más que es la propiedad privada, estableciendo “ que nadie puede ser privado de ella, sino en virtud de sentencia fundada

en ley”. En materia tributaria, se refieren a éste como el “principio de reserva de ley”.

### **6.3.6 Igualdad**

El artículo 16 de la Constitución Nacional dispone que la igualdad sea la base de las cargas públicas. Este principio ha sido interpretado como un verdadero límite al poder tributario, y a su ejercicio por parte del poder legislativo. También los art. 4 (“las contribuciones que equitativa y proporcionalmente a la población imponga el Congreso”) y 75 inc 23, que establece la igualdad real de oportunidades y trato, integran este principio. Lo que se quiere decir es que el impuesto debe ser en las mismas circunstancias igual para todos los contribuyentes.

### **6.3.7 No Confiscatoriedad**

El art. 17 de la Constitución Nacional ya citado, fija que la propiedad privada es inviolable, de modo tal que la tributación no debe causar daños en el patrimonio del contribuyente o impedir el ejercicio de una industria lícita, absorbiendo parte sustancial del patrimonio o de la renta.

Una desventaja es que la Constitución no fija topes porcentuales para entender si está excediendo en sus potestades el fisco. La jurisprudencia sostiene que debe considerarse el análisis individual y por tributo.

### **6.3.8 Control Judicial**

Establece que el poder judicial debe ejercer el control particularizado en el caso de controversias concretas entre el fisco y los contribuyentes que deriven de la interpretación de la ley o en la apreciación de situaciones de hecho. Y como Supremo Intérprete de la Constitución debe invalidar los actos que atenten con ella.

### **6.3.9 Generalidad**

Dice que el gravamen debe establecerse de modo tal que toda persona incluida en el alcance del hecho generador del tributo, quede sujeto a él. La Corte Suprema de Justicia de la Nación<sup>1</sup> ha dicho que no es admisible que se grave a una parte de la población en beneficio de otra siendo la generalidad una condición esencial de la tributación.

### **6.3.10 Proporcionalidad y Progresividad**

La carga tributaria debe ser en proporción a las manifestaciones individuales de capacidad contributiva, admitiendo la progresividad de alícuotas con el propósito de lograr la

---

<sup>1</sup> Fallos 157-319, 162-240, entre otros

igualdad de sacrificios de los contribuyentes. Se funda sobre la solidaridad social, exigiendo más a quien posee mayor riqueza.

### **6.3.11 Libre Circulación Territorial**

Lo contempla los artículos 9, 10 y 11 de nuestra Carta Fundacional, que dicen que se imposibilita que se grave el mero tránsito dentro del país, o el establecimiento de aduanas interiores.

## **6.4 Definición de Impuestos**

Para comprender que el Estado Argentino para cumplir con su finalidad por el cual fue creado, que es la satisfacción de las necesidades colectivas de los habitantes, necesita realizar gastos que por su naturaleza son públicos.

Para realizar esos gastos se requieren contar con ingresos públicos, que ambos conceptos se determinan cada año en el presupuesto de la Nación Argentina, aprobado por el Congreso de la Nación Argentina.

Una forma de obtener esos ingresos es mediante tributos y dentro de los mismos, a los fines de este trabajo, existen los impuestos.

Se puede definir al impuesto como “el tributo exigido por el estado, a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como generadoras de la obligación de tributar hechos imponibles, situaciones estas ajenas a toda concreta acción gubernamental vinculada a los pagadores” ( Villegas, 2002, p. 157).

De la misma manera Fonrouge (2011) define al impuesto como “la prestación en dinero o en especie, exigida por el estado en virtud de su poder de imperio, a quienes se hallen en las situaciones consideradas por la ley como hecho imponible” (p. 305).

Dentro de esta última definición la cual define a los impuestos de una manera mas detallada, se pueden desprender de la misma una serie de caracteres:

- a) Existe una obligación de dar dinero o especie (cosas o prestación), en la actualidad predomina el medio pecuniario;
- b) Emanada del poder de imperio estatal, lo que supone su obligatoriedad y la compulsión por hacer efectivo su cumplimiento;
- c) Establecida por la ley ( principio de legalidad o “reserva de ley”);
- d) Aplicable a personas individuales o colectivas;
- e) Que se encuentre en las mas variadas situaciones previsibles, como puede ser determinada capacidad económica, realización de ciertos actos, actividad, etc. Todas definidas por la ley como hechos imponibles.

## 6.5 Clasificación de los Impuestos

Según Villegas ( 2002, pp.160-162) los impuestos se pueden clasificar en:

1) Según el objeto o el sujeto: impuestos reales u objetivo y impuestos personales o subjetivos.

Los primeros son aquellos que consideran de forma exclusiva la riqueza gravada con prescindencia de la situación personal del contribuyente. Es decir no se toma en cuenta la situación personal ni económica de la persona.

Los impuestos personales, por contradicción a los reales, tienen en cuenta la situación personal del contribuyente, valorando todos los elementos que integran el concepto de su capacidad contributiva.

2) Según en quien soporte la carga tributaria: impuestos directos y impuestos indirectos.

Lo impuestos directos son aquellos que se caracterizan por no poder trasladar la carga tributaria por parte del contribuyente de derecho que es que nombra la ley y por ende se transforma en contribuyente de hecho que soporta el mismo. Si bien en la práctica la traslación si se puede realizar en los directos excepcionalmente como la transferencia de impuestos por parte de las sociedades anónimas. Por lo tanto teniendo en cuenta un criterio administrativo se puede decir que son aquellos que recaudan con arreglo a listas o patrones.

Queremos decir que este impuesto es determinado según la capacidad económica y

dependiendo de la riqueza de una persona, la cual se manifiesta por la posesión de un patrimonio o obtención de una renta. De ahí que los impuestos sobre el patrimonio y la renta sean impuestos directos porque gravan la riqueza en sí misma. Por lo tanto, se puede decir que un sistema impositivo será más justo cuando tenga como base más impuestos directos.

En cambio, los impuestos indirectos son aquellos que se exigen a una persona con la esperanza y la intención de que esta se indemnizará a expensas de alguna otra, esto es la posibilidad de trasladar el impuesto.

En relación a lo descrito anteriormente este tipo de impuestos puede establecer discriminaciones en perjuicio de los más débiles en el plano económico, ya que pagarán la misma cantidad de impuestos indirectos que los de mayor poder adquisitivo, como los impuestos que gravan el consumo, como el impuesto a los combustibles líquidos y gas natural que está incluido en el precio que cada cliente paga, sin considerar su poder adquisitivo.

3) Según la alícuota a aplicarse en relación a la riqueza: impuestos proporcionales y impuestos progresivos.

Los impuestos proporcionales se definen como aquellos que mantienen una relación constante entre su cuantía y el valor de la riqueza gravada, tiene alícuota única.

Los progresivos son aquellos en que la relación cuantía del impuesto con respecto al valor de la riqueza gravada aumenta a medida que incrementa el valor de esta. La alícuota aumenta en la medida que aumenta el monto gravado.

## 6.6 Impuesto a las Ganancias

El impuesto a las ganancias es un impuesto directo ya que recae sobre el mismo contribuyente que genera, en este caso, la fuente de ganancias que es gravada por el mismo teniendo en cuenta una de las manifestaciones de capacidad contributiva como es el nivel de riqueza.

Es un impuesto nacional que como lo establece la constitución en su artículo 75 inciso 2 el Congreso puede imponer contribuciones indirectas como facultad común con las provincias y las directas, solo por tiempo determinado, que sean proporcionalmente iguales en todo el territorio de la Nación, siempre que la defensa, seguridad común y el bienestar general del Estado lo exijan. Son coparticipables salvo que tengan asignación específica Zavalia, R.L. (2012). *Constitución de la Nación Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Zavalia. Es decir, que las provincias recaudan el impuesto mediante las delegaciones de AFIP y se lo envían a la Nación para que luego mediante la Ley de Coparticipación Federal luego de reparta la recaudación.

La ley 20.628 crea en el año 1973 al impuesto a las ganancias y que considera las diversas modificaciones hasta 2016 la última y su decreto reglamentario como resoluciones generales que instrumentan aspectos específicos de la misma.

Se describirá el Impuesto a las Ganancias como IVA desde el análisis de los elementos

del hecho imponible: aspecto subjetivo, objetivo, espacial y temporal.

Aspecto Subjetivo: Personas humanas según el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, sucesiones indivisas, personas de existencia ideal (S.A., S.R.L., Economía mixta, fideicomisos y fondos comunes de inversión, etc), como Beneficiarios del Exterior un régimen especial.

Aspecto Objetivo: Todas las ganancias obtenidas por los sujetos mencionados anteriormente que dependiendo del concepto de residencia en el país van a pagar el impuesto de diferente manera. Si son residentes (según el art. 119 y siguientes) se pagará el impuesto por la ganancia de fuente argentina y extranjera, es decir, criterio de renta mundial. Si no son residentes solo pagarán por ganancias de fuente argentina y se regirán por el título V de la ley (Beneficiarios del exterior).

Es importante destacar el concepto de ganancias que se entiende por la misma además de los enunciados en cada una de las categorías de Ganancias: 1era Categoría Renta del Suelo, 2da Categoría Renta de Capitales, 3era Categoría Rentas de Sociedades y Empresas y 4ta Categoría Renta del Trabajo Personal; aquella definida en el artículo 2 de la ley como aquel rendimiento, renta o enriquecimiento susceptible de ser periódico que implique la permanencia de la fuente que las produce y su habilitación.

Asimismo fuente argentina se define en el artículo 5 de la ley como “aquella que proviene de bienes situados, colocados o utilizados económicamente en la República, de la realización en el territorio de la Nación de cualquier acto o actividad susceptible de producir beneficios, o de

hechos ocurridos dentro del límite de la misma, sin tener en cuenta la nacionalidad, domicilio o residencia del titular o de las partes que intervengan en las operaciones, ni el lugar de celebración de los contratos” Separatas de legislación. *Ganancias-Bienes Personales-Mínima Presunta. Versión 2.1(2014)*. Buenos Aires, Argentina: Errepar.

Además el mismo impuesto permite la deducción de conceptos por cada categoría y generales para todo tipo de ganancias, como quebrantos impositivos en caso de tener pérdidas y la posibilidad de computar los pagos a cuenta de impuestos análogos pagados en el exterior hasta el límite del incremento de la obligación fiscal.

Aspecto Territorial: teniendo en cuenta el criterio de fuente argentina y de renta mundial para los residentes, serían todas ganancias obtenidas dentro de la República Argentina, salvo las de fuente extranjera como se dijo.

Aspecto temporal: el impuesto es anual y se contempla como límite de tiempo para contemplar las ganancias el 31 de diciembre de cada año.

## **6.7 Impuesto al Valor Agregado**

El Impuesto al Valor Agregado, comúnmente conocido como IVA, es un impuesto también nacional pero de tipo indirecto y aquí la diferencia con ganancias. Significa que la carga tributaria no la soporta el contribuyente de derecho es decir el que la ley establece quien está gravado por su actividad sino que la traslada al contribuyente de hecho que es quien lo paga, que

en general es el consumidor final, salvo que no pueda trasladar la carga tributaria.

Se rige por la ley 23.349 del año 1986 que tiene modificaciones hasta la fecha y sus correspondientes decretos reglamentarios como las resoluciones generales.

Respecto a los elementos del hecho imponible de este impuesto son:

Aspecto Subjetivo: son sujetos del impuesto en virtud del artículo 4 los siguientes:

a) Quienes hagan habitualidad en la venta de cosas muebles, realicen actos de comercio accidentales con las mismas o sean herederos o legatarios de responsables inscriptos; en este último caso cuando enajenen bienes que en cabeza del causante hubieran sido objeto del gravamen.

b) Realicen en nombre propio, pero por cuenta de terceros, ventas o compras.

c) Importen definitivamente cosas muebles a su nombre, por su cuenta o por cuenta de terceros.

d) Sean empresas constructoras que realicen las obras a que se refiere el inciso b) del artículo 3º, cualquiera sea la forma jurídica que hayan adoptado para organizarse, incluidas las empresas unipersonales. A los fines de este inciso, se entenderá que revisten el carácter de empresas constructoras las que, directamente o a través de terceros, efectúen las referidas obras con el propósito de obtener un lucro con su ejecución o con la posterior venta, total o parcial, del inmueble.

e) Presten servicios gravados.

f) Sean locadores, en el caso de locaciones gravadas.

g) Sean prestatarios en los casos previstos en el inciso d) del artículo 1°.

h) Sean locatarios, prestatarios, representantes o intermediarios de sujetos del exterior que realizan locaciones o prestaciones gravadas en el país, en su carácter de responsables sustitutos.

Además las UTE, ACE, consorcios, asociaciones sin existencia legal como personas jurídicas, agrupamientos no societarios o cualquier otro ente individual o colectivo que se encuentre en algunas de las situaciones anteriores también es sujeto.

Aspecto Objetivo: el artículo 1 de la ley establece que son objeto de la ley:

a) Las ventas de cosas muebles situadas o colocadas en el territorio del país efectuadas por los sujetos indicados en los incisos a), b), d), e) y f) del artículo 4°, con las previsiones señaladas en el tercer párrafo de dicho artículo;

b) Las obras, locaciones y prestaciones de servicios incluidas en el artículo 3°, realizadas en el territorio de la Nación. En el caso de las telecomunicaciones internacionales se las entenderá realizadas en el país en la medida en que su retribución sea atribuible a la empresa ubicada en él.

En los casos previstos en el inciso e) del artículo 3°, no se consideran realizadas en el territorio de la Nación aquellas prestaciones efectuadas en el país cuya utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el exterior;

c) Las importaciones definitivas de cosas muebles;

d) Las prestaciones comprendidas en el inciso e) del artículo 3º, realizadas en el exterior cuya utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el país, cuando los prestatarios sean sujetos del impuesto por otros hechos imposables y revistan la calidad de responsables inscriptos.

Es muy importante el concepto de que se entiende por venta, el artículo 2 de la ley. la define a la misma como “Toda transferencia a título oneroso, entre personas humanas o ideal, sucesiones indivisas o entidades de cualquier índole, que importe la transmisión del dominio de cosas muebles (venta, permuta, dación en pago, adjudicación por disolución de sociedades, aportes sociales, ventas y subastas judiciales y cualquier otro acto que conduzca al mismo fin, excepto la expropiación), incluidas la incorporación de dichos bienes, de propia producción, en los casos de locaciones y prestaciones de servicios exentas o no gravadas y la enajenación de aquellos, que siendo susceptibles de tener individualidad propia, se encuentren adheridos al suelo al momento de su transferencia, en tanto tengan para el responsable el carácter de bienes de cambio” Separatas de legislación. *Impuesto al Valor Agregado. Versión 4.0(2014)*. Buenos Aires, Argentina: Errepar. .

“No se considerarán ventas las transferencias que se realicen como consecuencia de reorganizaciones de sociedades a fondos de comercio y en general empresas y explotaciones de cualquier naturaleza comprendidas en el artículo 77 de la Ley de Impuesto a las Ganancias, texto ordenado en 1986 y sus modificaciones. En estos supuestos, los saldos de impuestos existentes en las empresas reorganizadas, serán computables en la o las entidades continuadoras” Separatas

de legislación. *Impuesto al Valor Agregado. Versión 4.0(2014)*. Buenos Aires, Argentina: Errepar.

Igual tratamiento que el dispuesto en el párrafo anterior será aplicable a los casos de transferencias en favor de descendientes (hijos, nietos, etc. y/o cónyuges) cuando tanto el o los cedentes como el o los cesionarios sean sujetos responsables inscriptos en el impuesto.

Tratándose de transferencias reguladas, a través de medidores, las cuotas fijas exigibles con independencia de las efectivas entregas tendrán el tratamiento previsto para las ventas.

La venta por incorporación de bienes de propia producción, a que se refiere el primer párrafo de este inciso en su parte final, se considerará configurada siempre que se incorporen a las prestaciones o locaciones, exentas o no gravadas, cosas muebles obtenidas por quien realiza la prestación o locación mediante un proceso de elaboración, locación y éstas se lleven a cabo en forma simultánea Separatas de legislación. *Impuesto al Valor Agregado. Versión 4.0(2014)*. Buenos Aires, Argentina: Errepar.

También son considerados venta la desafectación de cosas muebles de la actividad gravada con destino a uso o consumo particular del o los titulares de la misma y las operaciones de comisionistas, consignatarios u otros que vendan o compren en nombre propio pero por cuenta de terceros.

Todas las ventas que no estén exentas o no gravadas generan débito fiscal que se podrá compensar con crédito fiscal originado por las compras y el cumplimiento de los requisitos del artículo 12 de la ley así como las retenciones, percepciones y pagos a cuenta correspondientes.

Aspecto Territorial: Todas las ventas, importaciones de cosas muebles definitivas, las obras, locaciones y prestaciones de servicios como las importaciones de servicios que la utilización o explotación efectiva se realicen dentro de la República Argentina.

Aspecto Temporal: es un impuesto que liquidación es mensual por lo cual en el año calendario se liquida 12 veces, y puede generar saldos a favor que se pueden compensar con saldos a pagar de los períodos siguientes.

## **7. Diseño Metodológico**

### **7.1 Tipo de Investigación**

En principio es exploratorio, ya que se intenta analizar este fenómeno vigente, teniendo en cuenta la realidad que genera la temática y las distintas posiciones doctrinarias que inciden en ella, a través del cual se intentará dar una proyección descriptiva.

La dimensión temporal del estudio será de tipo transversal y sincrónico.

Sus fuentes de investigación serán primarias, mencionando leyes, decretos, reglamentaciones y tratados y como fuentes de estudio secundarias, las publicaciones periódicas, tesis y trabajos académicos.

El enfoque será a nivel micro y básico.

Con respecto al tiempo y lugar, se considera la situación actual de comercio electrónico en la República Argentina, en el año 2019.

### **7.2 Metodología**

Se selecciona la metodología cuantitativa porque se buscará determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, buscando la generalización de los resultados alcanzados

a través del estudio de una muestra para hacer inferencia sobre una población (Lopez ySalas, 2009).

### **7.3 Técnica**

La técnica apropiada para el presente trabajo será el análisis de contenido, debido a que la misma permite el análisis de discursos, noticias, videos, imágenes, películas, publicidades, leyes, contratos, o cualquier tipo de escrito; es decir todo tipo de producción textual.

### **7.4 Instrumento**

En virtud de la técnica seleccionada se presentará como instrumento la siguiente grilla de análisis de contenido:

Variables:

- ✓ Variable dependiente: Legislación tributaria en Argentina.
- ✓ Variable independiente: Operaciones de comercio electrónico.

Indicadores:

- ✓ Definición de comercio electrónico, modalidades de contratación y riesgos y problemas de gravabilidad.
- ✓ Intercambio de la información fiscal.
- ✓ Principios de la Tributación.
- ✓ Antecedentes y ley 27.430 (Ganancias, IVA).
- ✓ Comparación de legislación con Chile.
- ✓ Análisis de Netflix.
- ✓ Propuesta de reforma impositiva.

	INDICADORES	
		Legislación tributaria Argentina (variable dependiente)
HIPÓTESIS	E-commerce, modalidad de contrataciones y riesgos de evasión	Cantidad de operaciones de comercio electrónico en la República Argentina.
	Intercambio de información fiscal	
	Principios de la tributación	
	Antecedentes y ley 27.430 (Ganancias e IVA)	
	Comparación con Chile	
	Análisis de Netflix	
	Propuesta de reforma alternativa	

## **7.5 Población**

Todas las normas impositivas aplicables al comercio electrónico o e-commerce en Argentina.

## **7.6 Unidad de Análisis**

Cada una de las normas impositivas relacionadas al comercio electrónico en Argentina.

## **7.7 Criterio Muestral**

El tipo de criterio muestral seleccionado es el no probabilístico debido a su característica no aleatoria, y el tipo de muestreo que se aplicará será el intencional o opinático porque nos permite seleccionar intencionadamente los sujetos/objetos/documentos por sus mejores características o que pueden brindar mayor información para cumplir con los objetivos de la investigación.

## 7.8 Muestra

Para la muestra de todo el universo tributario la dividiremos en base a 2 fuentes de información:

- ◆ Fuente Primaria: Ley del Impuesto a las Ganancias (Ley 20.628 t.o. 1997 y sus mod.) y su Decreto Reglamentario, Ley del Impuesto al Valor Agregado (Ley 23.349 t.o. 1997 y sus mod .) y su Decreto Reglamentario, Ley 27.430 en lo correspondiente a IVA y Ganancias, Decreto 354/2018, Decreto 4240/18, Decreto Ley 824 y 825.
- ◆ Fuente Secundaria: Se ha procedido a la búsqueda de bibliografía específica que aporte la información necesaria para llevar a cabo el análisis del problema al objeto de estudio como publicaciones periódicas; anuario impositivo de Chile, apuntes de clase, libros, artículos periodísticos.

## 8. Diagrama de Gantt

- ◆ El presente trabajo tiene un conjunto de actividades a realizarse en la siguiente etapa, ordenados y planificados en el siguiente diagrama de gantt<sup>2</sup>:

N°	TAREAS	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
1	Revisión de la bibliografía	■			
2	E-commerce, modalidades y riesgos de evasión		■		
3	Intercambio de información fiscal		■		
4	Principios Tributarios		■		
5	Antecedentes y ley 27430 (IVA y Ganancias)			■	
6	Comparación con Chile			■	
7	Análisis de Netflix			■	
8	Armado de propuesta de solución				■
9	Conclusión				■
10	Revisión del tipeo				■

<sup>2</sup> Plazo tomado es en semanas para el año 2019

## 9. Propuesta Final

En base a la investigación y análisis de los datos e informaciones recolectadas se pretende brindar una propuesta impositiva alternativa de la actividad de e-commerce que permita al Estado argentino gravarla mediante la creación de un tributo nuevo diferente del régimen general modificado que el gobierno ha elegido y aplicado. Además de corroborar la hipótesis propuesta de que si el marco legal vigente es suficiente para gravar operaciones e-commerce o comercio electrónico de manera correcta.

Para ello se realizarán las siguientes actividades:

1. Revisión de la bibliografía: Se revisará que toda la bibliografía recolectada sea apta para profundizar la temática elegida.
2. Comercio electrónico: Definición, se mostrarán las diferentes modalidades de contratación y exponer los diferentes riesgos de fraude fiscal, y problemas de gravabilidad.
3. Análisis y descripción de intercambio de información: Se analizará y describirán las formas de intercambio de información de AFIP con los otros países para evitar la evasión y los convenios firmados para evitar la doble imposición.
4. Antecedentes y análisis de la Ley 27.430 en Argentina: Se verificarán los antecedentes y se analizarán los tributos de impuestos a las ganancias e IVA en

virtud de la ley 27430 y su impacto en la actividad.

5. Análisis de los tributos en Chile: Se analizarán los mismos tributos expuestos anteriormente y la misma actividad pero correspondientes al país vecino.
6. Análisis de Netflix como caso de estudio.
7. Armado de propuesta de solución: En base a lo investigado en los puntos anteriores se armará la propuesta de solución.
8. Conclusión: Se concluirá el trabajo ya teniendo la propuesta de solución finalizada.
9. Revisión del tipo: Se revisará y controlará detenidamente que el trabajo esté completamente realizado y redactado según normas APA.

## **10. Resultados Esperados**

El presente proyecto de Trabajo Final de Graduación pretende obtener mediante el desarrollo del mismo en primer lugar recolección de todo tipo de información que permita no solo definir a la actividad correctamente, también describir las diferentes modalidades de contratación y exponer los riesgos de fraude fiscal. En segundo lugar explicar el procedimiento o mecanismo que la AFIP tiene en la actualidad para el intercambio de información fiscal entre los países suscriptos mediante convenios como medida de prevención y reducción de la evasión y el fraude fiscal. En tercer lugar describir los principios tributarios que rigen en la Argentina. En cuarto lugar, verificar los antecedentes en el país de gravabilidad del e-commerce y analizar la Ley 27.430 en relación al IVA y Ganancias. Posteriormente hacer un análisis de IVA y Ganancias en Chile. Luego analizar el caso de Netflix como caso de estudio.

Por último ya habiendo realizado todo lo anterior y teniendo suficiente información sobre la temática, lo que se espera es armar una propuesta de cambio impositivo alternativo al que eligió el gobierno argentino.

## **11.Desarrollo**

### **11.1 Situación impositiva en Argentina**

#### **11.1.1 Antecedentes**

La ley 20.628 regula al impuesto a las ganancias de la República Argentina para toda persona humana y jurídica que residan o estén constituido, incluyendo sucesiones indivisas radicadas en el país, como se vió pagan sobre las ganancias de fuente argentina y extranjera.

Para los no residentes sólo pagan por ganancias de fuente argentina que se rigen por el régimen de beneficiarios del exterior, establecido en el Título V de la Ley.

Teniendo en cuenta el concepto de fuente mencionado, hay que tener en cuenta que para operaciones internacionales se rigen desde los artículos 8° al 16°, contemplando actividades como transporte de cualquier tipo, seguros, agencias de noticias, honorarios profesionales del o en el exterior, transmisión, distribución y cualquier otro medio de películas, cintas, radio y televisión, sucursales y filiales extranjeras, precios de transferencias, vinculación económica y representantes oficiales del extranjeros. En todos estos apartados se establecen criterios y presunciones de ganancia de fuente argentina por realizar estas operaciones, pero ninguna de ellas contempla al comercio electrónico o a los servicios digitales ya que la norma contempla los modelos de negocios tradicionales como prestaciones de servicios mediante importación y

exportación.

El artículo 8° establece que las exportaciones de bienes producidos, manufacturados, tratados o comprados en el país son totalmente de fuente argentina quedando comprendida la remisión de los mismo por medio de filiales, sucursales, representantes, agentes de compras u otros intermediarios de personas o entidades del extranjero, esto significa que están gravadas las exportaciones en el impuesto.

También define a la importación como la simple introducción de los productos de los exportadores del extranjero en la República Argentina como ganancia de fuente extranjera, osea para el exportador del extranjero no está alcanzado por el impuesto salvo que caiga en el régimen de beneficiarios del exterior del Título V por sus operaciones.

Este régimen que grava los pagos que se hagan al exterior a persona humanas o entidades del extranjero y que esos pagos son retenidos por quienes los realizan que son residentes del país y obligatoriamente deben actuar como agentes de retención, siempre y cuando recaigan en alguna de las situaciones del artículo 91° y 93°. Precisamente el primero de ellos establece que quien pague una ganancia gravada a un beneficiario del exterior debe retener e ingresar con carácter de pago único y definitivo el 35% de tales beneficios, considerando que son beneficiarios aquellos que perciban sus ganancias del exterior directamente o a través de apoderados, agentes, representantes o cualquier otro mandatario en el país y a quien, percibiéndolos en el país, no acreditara residencia estable en el mismo.

En el 93° se presentan las presunciones y que en el inciso h) interesa porque es de

carácter residual, ya que ninguno contempla transacciones de comercio electrónico, y presume una utilidad neta del 90% de las sumas pagadas, lo cual implica que la tasa efectiva a aplicarse es del 31,5%.

El gobierno en el proyecto de la ley 27.430 tenían idea de incorporarlo como un inciso más a los servicios digitales con una presunción del 50% de los pagos brutos como renta de fuente argentina pero se eliminó ese punto lo cual no quedaría alcanzada la actividad porque no se la asimila con ninguna otra operación porque el medio es digital. Y en caso de quedar gravada hay que revisar si existe CDI, porque existe la posibilidad de que tampoco quedaría alcanzada en virtud de lo que diga el convenio.

Sólomente quedaría alcanzada cuando se verifique la residencia de algún agente o representante como se vió o tener una sucursal o filial en el país.

Respecto al IVA como impuesto al consumo se vió que grava a las importaciones de bienes y servicios, en este último caso para responsables inscriptos por otros hechos imposables, aunque la ni la ley ni el decreto se referían al medio utilizado que sea digital para gravarlos. Entonces los servicios digitales no quedaban alcanzados por el impuesto ya que no caían dentro del objeto por su dificultad para determinar que la explotación o utilización efectiva se lleve a cabo en el país. En cambio los bienes adquiridos mediante plataformas digitales si quedaban alcanzados porque la importación definitiva de bienes si está delimitada así como se pagan derechos aduaneros para traer algo del exterior salvo que existan convenios de doble imposición o acuerdos intergubernamentales o entre administraciones.

### 11.1.2 Ley 27.430

La Ley 27.430 es una reforma integral que contempla la actualización de varios impuestos, de la ley de procedimientos tributarios, entre otros. Se aprobó en fines de 2017 y con implementación desde el 1 de enero de 2018.

A los fines del presente trabajo interesa analizar los cambios en el Impuesto a las Ganancias e IVA respecto al comercio electrónico.

En Ganancias lo relevante que contempla estas modificaciones tiene que ver con la definición precisa de que es Establecimiento Permanente que antes no estaba muy claro.

A continuación del artículo 16° incorporado como artículo sin número se define que Establecimiento Permanente es “un lugar fijo de negocios mediante el cual un sujeto del exterior realiza toda o parte de su actividad”.

Asímismo , el término comprende también a:

- a) una sede de administración o dirección;
- b) una sucursal;
- c) una oficina;
- d) una fábrica;

- e) un taller;
- f) una mina, un pozo de petróleo o de gas, una cantera o cualquier otro lugar relacionado con la exploración, explotación o extracción de recursos naturales incluida la actividad pesquera.

También el término comprende a:

- a) una obra, una construcción, un proyecto de montaje o de instalación o actividades de supervisión relacionados con ellos, cuando dichas obras, proyectos o actividades se desarrollen en el territorio de la Nación durante un período superior a seis (6) meses.

Cuando el residente en el extranjero subcontrate con otras empresas vinculadas las actividades mencionadas en el párrafo anterior, los días utilizados por los subcontratistas en el desarrollo de estas actividades se adicionarán, en su caso, para el cómputo del plazo mencionado.

- b) la prestación de servicios por parte de un sujeto del exterior, incluidos los servicios de consultores, en forma directa o por intermedio de sus empleados o de personal contratado por la empresa para ese fin, pero solo en el caso de que tales actividades prosigan en el territorio de la Nación durante un período o períodos que en total excedan de seis (6) meses, dentro de un período cualquiera de doce (12) meses.

También la ley define que no es Establecimiento Permanente para la AFIP en el mismo

artículo, estableciendo que las siguientes actividad que tengan carácter de auxiliar o preparatorio no lo son:

- a) la utilización de instalaciones con el único fin de almacenar o exponer bienes o mercancías pertenecientes a la empresa;
- b) el mantenimiento de un depósito de bienes o mercancías pertenecientes a la empresa con el único fin de almacenarlas o exponerlas;
- c) el mantenimiento de un depósito de bienes o mercancías pertenecientes a la empresa con el único fin de que sean transformadas por otra empresa;
- d) el mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de comprar bienes o mercancías o de recoger información de la empresa;
- e) el mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de realizar para la empresa cualquier otra actividad con tal carácter;
- f) el mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de realizar cualquier combinación de las actividades mencionadas en los apartados a) a e), a condición de que el conjunto de la actividad lugar fijo de negocios que resulte de esa combinación conserve su carácter auxiliar o preparatorio.

Además aclara que también se considera que existe Establecimiento Permanente también cuando un sujeto actúe en el territorio nacional por cuenta de una persona humana o jurídica, entidad o patrimonio del exterior y dicho sujeto:

- a) posea y habitualmente ejerza poderes que lo faculten para concluir contratos en nombre de la referida persona humana o jurídica, entidad o patrimonio del exterior, o desempeñe un rol de significación que lleve a la conclusión de dichos contratos;
- b) mantenga en su país un depósito de bienes o mercancías desde el cual regularmente entrega bienes o mercancías por cuenta del sujeto del exterior;
- c) asuma riesgos que correspondan al sujeto residente en el extranjero;
- d) actúe sujeto a restricciones detalladas o al control general del sujeto del exterior;
- e) ejerza actividades que económicamente corresponden al residente en el extranjero y no a sus propias actividades; o
- f) perciba sus remuneraciones independientemente del resultado de sus actividades.

Por último aclara que no se considerará que un sujeto tiene un establecimiento permanente por la mera realización de negocios en el país por medio de corredores, comisionistas o cualquier otro intermediario que goce de una situación independiente, siempre que éstos actúen en el curso habitual de sus propios negocios y en sus relaciones comerciales o financieras con la empresa, las condiciones no difieran de aquellas generalmente acordadas por agentes independientes. No obstante, cuando un sujeto actúa total o principalmente por cuenta de una persona humana o jurídica, entidad o patrimonio del exterior, o de varios de éstos vinculados entre sí, ese sujeto no se considerará un agente independiente en el sentido de este párrafo con respecto a esas empresas.

Entonces el impuesto a las ganancias modificado a los fines del comercio electrónico no lo considera en el objeto del impuesto, mediante el criterio de fuente explicado en el marco teórico, siendo un sujeto del exterior ya sea persona humana o persona jurídica solo va a pagar el impuesto en relación a las rentas obtenidas en el país dentro del régimen del Título V, que se refiere a beneficiarios del exterior con presunciones y alícuotas ya establecidas, en la medida que le sean aplicables.

Aunque hay que tener en cuenta que si se verifica que existe Establecimiento Permanente dentro de la República Argentina, que coincide con el criterio de residencia y fuente adoptados por nuestra legislación, la actividad quedaría alcanzada dentro del régimen general a una alícuota del 25%, teniendo en cuenta que al enviar remesas de sus utilidades a su casa matriz se deberá ingresar adicionalmente una tasa del 13% sobre las mismas.

Respecto al IVA si es una reforma que contempla a la actividad sin que haya dudas ya que en virtud del artículo 1° inciso d), que refiere a la importación de servicios como objeto del impuesto, solamente los alcanzaba a los mencionados si se verificaban 2 cosas: que la utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el país y que el prestatario sea un responsable inscripto por otros hechos imponible, lo cual para un consumidor final no quedaría alcanzado. Entonces con la modificación se lo asimila a una importación de servicios.

Entonces primero antes que nada lo que se hizo fue incorporarlo al objeto del IVA en su artículo 1 como inciso e) los servicios digitales comprendidos en el inciso m) del apartado 21 inciso e) del artículo 3°, prestado por sujetos residentes o domiciliados en el exterior cuya

utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el país, tanto los prestatarios no resulten comprendidos en las disposiciones del inciso anterior, es decir, que no sean responsables incriptos. Aclara la norma que estos servicios prestados por los sujetos mencionados, en todos los casos, son realizados en el exterior.

También define específicamente que cuando estamos en presencia de una importación de servicios digitales gravada seamos o no responsables incriptos teniendo en cuenta presunción en la utilización o explotación efectiva.

A los responsables incriptos por otros hechos imposables, se les presume que la utilización o explotación efectiva se lleva a cabo en la jurisdicción en que se verifiquen los siguientes supuestos:

- De tratarse de servicios recibidos a través de la utilización de teléfonos móviles: en el país identificado por el código del teléfono móvil de la tarjeta sim.
- De tratarse de servicios recibidos mediante otros dispositivos: en el país de la dirección IP de los dispositivos electrónicos del receptor del servicio. Se considera como dirección IP al identificador numérico único formado por valores binarios asignado a un dispositivo electrónico.

Ahora para los prestatarios que no sean incriptos en el impuesto por otras obligaciones, se les presume que la utilización o explotación efectiva en el país se lleva a cabo cuando allí se encuentre alguno de los siguientes datos:

- La dirección IP del dispositivo utilizado por el cliente o código país de tarjeta sim.
- La dirección de facturación del cliente.
- La cuenta bancaria utilizada para el pago, la dirección de facturación del cliente de la que disponga el banco o la entidad financiera emisora de la tarjeta de crédito o débito con que se realice el pago

Respecto al nacimiento del hecho imponible, se entiende que el mismo se perfecciona en el momento en que finalice la prestación o en el pago total o parcial del precio por parte de los prestatarios, de los 2 el que fuese anterior. Se considera que la prestación del servicio finaliza al vencimiento del plazo fijado para su pago.

Conforme a que entiende la ley por servicios digitales se ha especificado en el artículo 3º inciso e), apartado 21, inciso m) que son aquellos llevados a cabo a través de la red Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet u otra red a través de la que se presten servicios equivalentes que, por su naturaleza, estén básicamente automatizados y requieran una intervención humana mínima, cualquiera sea el dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización, comprendiendo los siguientes:

- El suministro y alojamiento de sitios informáticos y páginas web, así como cualquier otro servicio consistente en ofrecer o facilitar la presencia de empresas o particulares en una red electrónica.
- El suministro de productos digitalizados en general, incluidos, entre otros, los programas

informáticos, sus modificaciones y sus actualizaciones, así como el acceso y/o la descarga de libros digitales, diseños, componentes, patrones y similares, informes, análisis financiero o datos y guías de mercado.

- El mantenimiento a distancia, en forma automatizada, de programas y de equipos.
- La administración de sistemas remotos y el soporte técnico en línea.
- Los servicios web, comprendiendo, entre otros, el almacenamiento de datos con acceso de forma remota o en línea, servicios de memoria y publicidad en línea.
- Los servicios de software, incluyendo, entre otros, los servicios de software prestados en Internet ("software como servicio" o "SaaS") a través de descargas basadas en la nube.
- El acceso y/o la descarga a imágenes, texto, información, video, música, juegos -incluyendo los juegos de azar-. Este apartado comprende, entre otros servicios, la descarga de películas y otros contenidos audiovisuales a dispositivos conectados a Internet, la descarga en línea de juegos incluyendo aquellos con múltiples jugadores conectados de forma remota, la difusión de música, películas, apuestas o cualquier contenido digital aunque se realice a través de tecnología de streaming, sin necesidad de descarga a un dispositivo de almacenamiento, la obtención de jingles, tonos de móviles y música, la visualización de noticias en línea, información sobre el tráfico y pronósticos meteorológicos incluso a través de prestaciones satelitales, weblogs y estadísticas de sitios web.

- La puesta a disposición de bases de datos y cualquier servicio generado automáticamente desde un ordenador, a través de Internet o de una red electrónica, en respuesta a una introducción de datos específicos efectuada por el cliente.
- Los servicios de clubes en línea o webs de citas.
- El servicio brindado por blogs, revistas o periódicos en línea.
- La provisión de servicios de Internet.
- La enseñanza a distancia o de test o ejercicios, realizados o corregidos de forma automatizada.
- La concesión, a título oneroso, del derecho a comercializar un bien o servicio en un sitio de Internet que funcione como un mercado en línea, incluyendo los servicios de subastas en línea.
- La manipulación y cálculo de datos a través de Internet u otras redes electrónicas.

Por lo visto abarca a casi todos los rubros que se ofrecen por internet lo cual habla de la generalidad que se tiene en cuenta para gravarlas. Servicios que no mencionan como Uber todavía se está viendo ya que el servicio es de transporte y se explota en el país aunque si se lo asimila como servicios de taxis y remis quedaría exentos del IVA. Otros servicios que no figuran son los delivery de comida como Glovo, PedidosYa, Rappi ya que usan un modelo de negocio difícil de encuadrar jurídicamente dentro de lo que establece la ley, además de que estas empresas consideran que no tienen empleados en relación de dependencia sino que tienen

trabajadores independientes que deben inscribirse como monotributistas y brindan el servicio de delivery a la plataforma a cambio de clientes y comisión sobre la venta.

La única exención que se encontró en la ley es la que se refiere a el acceso y/o la descarga de libros digitales, que se incorporó como apartado 29 del inciso h) del artículo 7° de la ley.

El 23/04/2018 se dictó el decreto 354/2018 para precisar ciertos aspectos reglamentarios a efectos de lograr una correcta aplicación del impuesto al valor agregado a los servicios digitales.

En primer lugar, dispuso que el impuesto resultante se hallará a cargo del prestatario, ya sea en forma directa o a través del mecanismo de percepción.

Así pues, estableció que cuando exista un intermediario residente o domicilio en el país que intervenga en el pago (agentes locales), éste actuará como agente de percepción y liquidación. De existir más de un intermediario, el carácter de agente debe ser asumido por aquel que tenga el vínculo comercial más cercano con el prestador del servicio digital.

En esa línea, estableció que la actuación de los agentes se determinará en función de los listados de prestadores – residentes o domiciliados en el exterior- que confeccione la AFIP, los que diferencian entre:

- Aquellos prestadores cuya actividad sea exclusivamente la prestación de servicios digitales, en cuyo caso se considerará que los pagos efectuados a los mismos se corresponden con dichos servicios.

- Aquellos prestadores que no se limitan a la prestación de servicios digitales, en cuyo se entenderá que los pagos indicados corresponden a tales servicios solo cuando las operaciones reúnan las condiciones que establezca la AFIP.

Luego se puso en vigencia e implementación la R.G. 4240/18 de la AFIP que establece los aspectos operativos del nuevo hecho imponible para servicios digitales.

Se confeccionó en la misma dos listados de prestadores de servicios digitales individualizados como Apartado “A” y “B”, asignándole efectos distintos.

El artículo 2° estableció que cuando las prestaciones de servicios digitales sean pagadas a sujetos residentes o domiciliados en el exterior, que integren el listado del apartado “A” (Netflix, Spotify, Facebook, entre otros), por intermedio de entidades del país que faciliten o administren pagos al exterior, éstas deberán actuar siempre como agente de percepción y liquidación del impuesto e ingresar el monto correspondiente a la AFIP, siempre y cuando los prestatarios no revistan la condición de responsables inscriptos.

También se efectúan las siguientes aclaraciones para ambos apartados:

- en caso que el prestatario efectúe el pago del servicio digital mediante una tarjeta de crédito y/o compra, la percepción del gravamen deberá practicarse en la fecha del cobro del resumen y/o liquidación de la tarjeta de que se trate, independientemente de que el saldo resultante del mismo se abone en forma parcial, en cuyo caso la percepción deberá efectuarse en su totalidad en la fecha del primer pago, hasta la concurrencia del monto pagado.

- El importe de la percepción se discrimina en el documento que constituirá comprobante de las percepciones.
- Si el pago del servicio digital se efectúa a través de una tarjeta de debito o una prepaga o similar, la percepción del gravamen se practicará en la fecha de operado el débito en la cuenta asociada o cuenta prepaga.
- Resultará comprobante justificativo suficiente de las percepciones sufridas el extracto o el resumen bancario o el documento equivalente de la cuenta afectada al sistema de tarjeta de débito, prepaga o similar, cuando éstos detallen en forma discriminada e individualizada por operación las sumas percibidas.
- Cuando el servicio digital se abone mediante un sujeto agrupador o agregador de medios de pago la percepción deberá practicarse en la fecha de recepción de los fondos por parte del citado intermediario en el pago del servicio digital contratado por el prestatario.

Ahora bien, en el caso de los prestatarios incluidos en el listado del Apartado “B” (Booking, Airbnb, Sony, entre otros) el art. 4 establece que las entidades del país que faciliten o administren los pagos al exterior solo deberán actuar como agente de percepción e ingresar el importe correspondiente a la AFIP, cuando se cumplan en forma conjunta las siguientes condiciones:

- Los destinatarios de los pagos sean sujetos que integren el listado.
- Se trate de un pago al exterior por un importe máximo de USD 10 o su equivalente en otra moneda consignada.

- Los prestatarios del servicio digital no revistan la calidad de responsables inscriptos en el IVA.

A través del anexo 2 de esta R.G. se establece el listado o la nómina de los prestadores de servicios digitales separados por apartados. Se adjunta como anexo del presente trabajo un resumen de la nómina con los servicios más relevantes que se irá actualizando periódicamente por parte de la AFIP.

Por último, como dato a tener en cuenta, la recaudación en el 3er trimestre del año 2018 del IVA a los servicios digitales fue de \$714.000.000, dato que surge del informe de recaudación de la AFIP del año 2018, a pesar de que hubo un aumento en el costo de los servicios para los usuarios lo mismo la recaudación fue muy positiva cumpliendo los principios de equidad, racionalidad económica, instrumentalidad, igualdad, legalidad, potestad jurisdiccional.

## **11.2 Situación impositiva en Chile**

En Chile el organismo de aplicación y fiscalización de tributos es el Servicio de Impuestos Internos.

El impuesto a la renta, similar a nuestro impuesto a las Ganancias, se rige por el Decreto Ley 824 publicado en el Diario Oficial el 31 de diciembre de 1974, y sus modificaciones, que la última fue el 23 de noviembre de 2017 por la Ley N.º 21.047.

El mismo comienza definiendo que es renta y los diferentes tipos, a saber:

- Rentas: son los ingresos que constituyan utilidades o beneficios que rinda una cosa o actividad y todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciban, devenguen o atribuyan, cualquiera que sea su naturaleza, origen o denominación.
- Renta atribuida: es aquella que a efectos tributarios corresponda total o parcialmente a los contribuyentes del impuesto global complementario o adicional.
- Renta devengada: es aquella sobre la cual se tiene un título o derecho, independientemente de su actual exigibilidad y que constituye un crédito para su titular.
- Renta percibida: es aquella que ha ingresado materialmente al patrimonio de una persona.
- Renta mínima presunta: aquella cantidad que no es susceptible de deducción alguna por parte del contribuyente.

En el artículo 3° habla del criterio de residencia parecido al nuestro que consiste en que toda persona domiciliada o residente en Chile, pagará impuestos sobre sus rentas de cualquier origen, sean de fuente nacional o extranjera y los no residentes pagan sobre fuente nacional.

El concepto de fuente chilena se define por artículo 10° que a nivel general la define como aquella que provenga de bienes situados o actividades desarrolladas en Chile cualquiera que sea el domicilio o residencia del contribuyente.

Teniendo en cuenta el criterio de fuente, de residencia, de sujeto y de actividad a realizarse se lo puede dividir en diferentes tipos de impuesto a las rentas según el SII:

- Impuesto Global Complementario (IGC): rige para personas naturales, con

domicilio o residencia en Chile, similar al régimen general para personas humanas del impuesto a las ganancias.

- Impuesto Adicional a la Renta (IA): rige para personas naturales, y jurídicas, sin domicilio ni residencia en Chile, similar al régimen de beneficiarios del exterior en Argentina.
- Impuesto de Primera Categoría (IDPC): rige para personas naturales, y jurídicas, y se determina en base a rentas efectivas y rentas presuntas. Acá entraría régimen similar a rentas de 3era categoría de ganancias, es decir rentas de las empresas.
- Impuesto Único (IU): para contribuyentes del inciso primero del artículo 21 de la ley (Sociedades anónimas, empresas, empresarios individuales, comunidades y sociedades de personas que hagan retiro de dinero o en especies que no se tengn que imputar al costo de los bienes o valor de sus activos)
- Impuesto Único de 2da Categoría (IU2C): personas naturales, trabajadores dependientes y pensionados, equivalente a rentas de 4ta categoría del impuesto a las ganancias, es decir, rentas del trabajo personal.

Si bien todavía no existe una definición de servicios digitales regulada se lo puede asimilar como servicios prestados en el extranjero, regalías, distribución de materiales audiovisuales o regalías pagadas por el uso de software, dependiendo del tipo de servicio quedaría encuadrado dentro del Impuesto Adicional a la Renta.

Lógicamente, al igual que en nuestro país, si se verifica que la plataforma de servicios digitales posee una filial o establecimiento permanente, queda alcanzado en Impuesto de Primera Categoría y debe declarar y pagar sobre sus utilidades tributarias obtenidas, y el correspondiente IA sobre los retiros y dividendos al exterior por a su casa matriz retenidos al 35%.

En caso de que no posea filial o EP en Chile será considerado contribuyente del IA solamente y la alícuota a aplicarse dependerá de la actividad realizada:

- Remuneración de servicios prestados en el extranjero del 0 al 35%.
- Regalías, 30%.
- Distribución de materiales audiovisuales, 20%.
- Regalías pagadas por uso de software, de 0 a 15%.

Respecto a la calificación de la renta, el SII se pronunció a través del oficio N°2000 de 2017, referido al caso de videojuegos online descargables mediante suscripción – que si bien podrían calificar como regalías por el uso de software- el pago por uso de juegos vía internet consistía en “el pago de remuneraciones por servicios prestados en el extranjero” afecto a la tasa del 35% del IA. La misma conclusión se llegó por el supuesto de la comercialización de espacios publicitarios ofrecidos desde el exterior.

Para efectos de aplicación y pago del impuesto es necesario que haya en el país un agente retenedor del impuesto que lo ingrese en las arcas fiscales.

Si hubiera Convenio de Doble Imposición no se tendría que pagar impuesto alguno o

pagar un monto menor siempre y cuando esté firmado y vigente. Entre Argentina y Chile está en vigencia desde diciembre de 2016.

En conclusión podemos decir que respecto al tratamiento tributario de las plataformas digitales depende si es a un consumidor final o no:

- A) Prestación de servicios digitales directa desde el proveedor al consumidor (B2C)
- B) Prestación de servicios a empresas (B2B)

En el primer supuesto se refiere a la prestación directa sin intermediarios. Hay que tener en cuenta que la Ley de Impuesto a la Renta no define que es servicios prestados en Chile ni en el exterior, pero se puede presumir del IVA que se entienden que son aquellos prestados en el lugar donde se desarrolla la actividad. Entonces debemos entender que la prestación de servicios mediante plataforma sería realizada en el extranjero , ya que es fuera de Chile donde se desarrollan las tareas que permiten la prestación del servicio.

Como dijimos antes si no es un residente paga el IA al 35% por las remuneraciones pagadas al exterior, por supuesto, con intervención del agente de retención, salvo que exista un CDI.

Pero en este supuesto de B2C, el pago de impuestos por servicios digitales es de difícil fiscalización por parte del SII debido a la imposibilidad práctica de recaudación vía retención, porque los consumidores finales en general no llevan contabilidad, no presentan declaraciones, y si los montos de que se trata son de baja magnitud, hace excesivamente cara la fiscalización, lo

cual es impractico y no conveniente.

Respecto al segundo supuesto B2B es el caso de que la plataforma extranjera presta servicios a una empresa chilena, que a su vez ofrece productos o servicios a consumidores finales con residencia en Chile. Se entiende que las consecuencias tributarias que generaría serían similares al otro caso aunque la fiscalización podría justificarse por los montos mayores de las operaciones realizadas. Depende si el fisco lo ve conveniente o no.

El Decreto Ley 825 publicado el 3 de diciembre de 1976 actualizado en noviembre de 2017 por la ley 21.045 contempla al IVA en Chile. Los conceptos de venta y prestación de servicios son similares a los Argentina. Al igual que nuestro país las importaciones de bienes y servicios están alcanzadas en virtud del artículo 8 como objeto del impuesto.

Aunque hay que entender que para aplicar el IVA a la prestación de los servicios digitales, será relevante determinar el lugar de prestación de los servicios, y debemos entender que son prestados en Chile cuando la actividad que los genera se desarrolla en el mismo país.

Pero el IVA pierde aplicación en el caso de servicios prestados en el extranjero por contribuyentes no residentes en Chile en la medida que:

- I. Los servicios prestados en Chile estén exentos de IVA por estar gravados con IA.
- II. Se trate de servicios prestados en el extranjero, que siempre estén exentos de IVA, se graven o no con IA.

En consecuencia, entendemos que los servicios digitales prestados en el extranjero por contribuyentes no residentes a usuarios chilenos, solo podrán afectarse al IA, salvo que se aplique un CDI.

No obstante lo anterior, si el prestador de servicios opera a través de la filial o Establecimiento Permanente, se aplica el régimen general, que para los casos de Uber o Cabify, se encuentran exentos.

Por lo visto no había impuesto que gravara a las plataformas digitales en el país vecino a menos que tuviera un establecimiento permanente o un representante o agente asentado o radicado en ese país.

Se pensó a mediados del año pasado en aplicar un ISD (Impuesto a los Servicios Digitales) específico, indirecto y sustitutivo de cualquier otro impuesto con una tasa del 10% sobre los servicios digitales que sean prestados por personas o empresas domiciliadas o residentes en el extranjero, independientemente de la plataforma tecnológica que los soporte, en la medida que los servicios se usen en Chile por usuarios personas naturales. Se pueden tener en cuenta puntos clave en la propuesta original:

- a) Concepto de servicio digital: como innovación a la desregulación actual, el proyecto define para aplicación del impuesto, lo que debe entenderse como servicio digital.
- b) Presunción y uso del servicio: a efectos de hacer aplicable el impuesto se establece una presunción, que admite prueba en contrario, en la que consiste en que los servicios digitales son utilizados por los usuarios personas naturales de Chile cuando los emisores

de medios de pago electrónico utilizados sean personas o entidades con domicilio o residencia en Chile (o sus agencias en Chile).

Incorporar esta presunción es importante para la aplicación del impuesto ya que da respuesta a uno de los interrogantes actuales en la tributación de los servicios digitales, que tiene que ver con en qué jurisdicción se presta el servicio.

- c) Contribuyentes del impuesto: personas o entidades domiciliadas o residentes en el extranjero que presten los servicios digitales.
- d) Tasa y base imponible: tasa del 10% aplicable sobre el valor pagado por los usuarios, sin deducción, a las personas o entidades domiciliadas o residentes en el extranjero que presten los servicios digitales.
- e) Medios de pago del servicio: la norma distingue si el servicio es pagado a través de medios de pago electrónicos o en efectivo, para efectos de la retención y declaración del impuesto.
- f) Agentes retenedores y deber de información: serán calificados como agentes retenedores los emisores de medios de pago electrónicos utilizados por los usuarios de servicios digitales, quienes deberán retener el 100% del impuesto respecto de los pagos que realicen los usuarios.

El impuesto debe ser declarado y ingresado por los agentes dentro de los 12 primeros días del mes siguiente a aquel en que deba retenerse el impuesto, esto es, una vez que el

usuario pague.

Si tal retención no se efectúa, la responsabilidad por el pago del impuesto recae en los agentes retenedores. Asimismo, la norma sanciona la infracción al deber de retención con intereses y multas.

- g) Nómina de agentes retenedores y prestadores de servicios: el SII deberá confeccionar una nómina con la información de agentes retenedores y otra de prestadores de servicios digitales, que será publicada en la página web del SII, y que será actualizada periódicamente.

Los agentes o prestadores que no sean incluidos en las respectivas nóminas deben comunicar su situación al SII, ya que el hecho de no informar o de hacerlo tardíamente, no los exime de sus obligaciones tributarias.

Como parte de un proyecto de modernización tributaria que implica la digitalización de las relación con los contribuyentes, la creación de la Defensoría de los Contribuyentes (Dedecon) y la reintegración del sistema impositivo recibió el apoyo del director del Departamento de Política Tributaria de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Pascal Saint-Amans, Bastarrica (2019).

Siguiendo las recomendaciones de la OCDE, Bastarrica (2019), que apoyaron al proyecto, y los reclamos de sectores industriales y comerciales de Chile, lo que se hizo fue cambiar la propuesta inicial de impuesto indirecto del 10% a un IVA a las plataformas digitales del 19% que es la alícuota general allí. No se sabe acerca de cuando se pondrá en

implementación ya que está en el plenario del Congreso de la Nación de Chile, tampoco su reglamentación, que actividades quedarían alcanzadas si todas o algunas quedan excluidas, la forma de pago si es mediante agentes de retención o percepción como es en Argentina, probablemente elijan esta última opción porque consideran nuestra Ley 27.430 como ejemplo probado y reconocido por la OCDE a aplicarse en el transcurso de este 2019, entre otras consideraciones.

## 12. Netflix

Netflix surgió como idea en 1997 por Reed Hastings que lanzó su empresa en 1997, poco después de devolver tardíamente una copia de “Apollo 13” a su tienda de video local y ser sancionado por una multa de 40 U\$. Desde ese momento decidió crear una compañía que liberara a sus suscriptores de pagar la multa por mora y, persiguiendo esa misión, fue pionero en nuevas formas de distribución (desde DVD por correo hasta transmisión instantánea).

Actualmente es un servicio de streaming, que significa transmisión de contenidos vía internet, que ofrece una gran variedad de programas, películas y documentales premiados en casi cualquier pantalla conectada a internet en más de 190 países y con más de 148 millones de membresías en el mundo. Su lema es “ve donde quieras, cuando quieras y en todos los dispositivos que quieras”. Lo que significa que abonando una suscripción mensual que hoy arranca en \$179 mensuales en Argentina, uno puede ver el contenido en la página de [www.netflix.com](http://www.netflix.com) o en cualquier dispositivo con conexión a internet que cuente con la app Netflix, como los smart tv, consolas de juegos, reproductores multimedia, smartphones o tablets.

Además, funciona con iOS, sistema operativo de Apple, android que el sistema operativo más usado y con la app adaptada a Windows10. También cuenta ahora con la posibilidad de descargar contenidos, para ver donde uno quiera sin necesidad de conexión a internet.

Cuenta con 3 planes a medida del usuario que puede modificarlo o cancelarlo en cualquier momento sin restricciones ellos son:

- Plan básico: cuesta \$179, consiste en definición standard, sólo se puede ver una pantalla al mismo tiempo, se puede ver en laptop, tv, teléfono y tablet, acceso ilimitado a programas y películas.
- Plan estándar: cuesta \$269, consiste en definición HD (alta definición), se pueden ver hasta 2 pantallas al mismo tiempo y las demás características son las mismas que el plan anterior.
- Plan premium: cuesta \$369, cuenta con hasta resolución 4K ( 4 veces full hd), se pueden ver en hasta 4 pantallas al mismo tiempo y mantiene las demás características que los planes anteriores.

Todos los valores de los planes aclara Netflix son sin impuestos (“[www.netflix.com](http://www.netflix.com)”, 2019).

La empresa estadounidense que presta el servicio mencionado se llama Netflix Inc, con sede principal en 100 Winchester Cir, Los Gatos, California en Estados Unidos. Cuenta con 3200 empleados datos de 2015 y un grupo de management compuesto primero por su fundador y CEO de la compañía Reed Hastings seguido de Jessica Neal directora de RRHH, Kelly Bennett director de marketing, Rachel Whetstone directora de comunicación, David Hyman director jurídico, Greg Peters director de producto, Spencer Neumann director de finanzas y Ted Sarandos director de contenido.

Facturó en el último trimestre del año 2018 a nivel mundial una cifra de U\$S 4.187 millones de dólares, eso significa un incremento de 27% en su volumen de negocios y sus

suscriptores sumaron 8,8 millones de nuevos abonados. Tiene una competencia importante con compañías como Amazon Prime Video, Hulu, HBO GO, entre otros, pero sigue siendo la más masiva y relevante del mundo.

### **12.1 Misión**

Su misión es “prometemos a nuestros clientes un servicio estelar; a nuestros proveedores un socio valioso; a nuestros inversionistas, las perspectivas de crecimiento sostenido y rentable; y nuestros empleados hacen del encanto un gran impacto”.

### **12.2 Visión**

Su visión es “convertirse en el mejor servicio de distribución global del entretenimiento, a través de contenido original y licenciamiento, crear mercados que sean accesibles a los cinéfilos y cómo ayudar a los creadores de contenido de todo el mundo para encontrar una audiencia global.

### **12.3 Cultura Netflix**

Netflix entiende de que el entretenimiento es como la amistad, es una necesidad fundamental, cambia como nos sentimos y nos da un terreno común. Por eso ofrece el mejor entretenimiento al menor costo y a mayor escala que el mundo haya visto.

Su cultura es de entretener a todos y hacer sonreír al mundo, algo inusual en el mundo de hoy. Como cualquier gran empresa se valora la integridad, excelencia, respeto, inclusión y colaboración al momento de contratar empleados. Lo que hace especial a Netflix es :

1. Fomentar la toma de decisiones independientes por parte de los empleados.
2. Compartir información de manera abierta, amplia y deliberada.
3. Ser extraordinariamente sinceros entre si.
4. Mantener solo a nuestra gente altamente efectiva.
5. Evitar reglas.

Define a su filosofía central como la gente sobre el proceso. Con ese enfoque se la considera una organización más flexible, divertida, estimulante, creativa, colaborativa y exitosa.

### **12.4 Valores**

Teniendo en cuenta su cultura y su filosofía, los valores que toma Netflix como pilares

son los siguientes:

1) Juicio

Es decir tomar decisiones sabias a pesar de la ambigüedad; identificar causas de raíz y ir más allá del tratamiento de los síntomas; pensar estratégicamente y poder articular lo que uno es, y no es, tratando de hacer; ser bueno en el uso de datos para informar la intuición de cada uno y tomar decisiones basadas en el largo plazo, no a corto plazo.

2) Comunicación

Ser conciso y articulado en el habla y la escritura; escuchar bien y buscar entender antes de reaccionar; mantener la calma en situaciones estresantes para sacar el pensamiento más claro; adaptar el estilo de comunicación para trabajar bien con personas de todo el mundo que pueden no compartir su idioma nativo y proporcionar comentarios sinceros, útiles y oportunos a sus colegas.

3) Curiosidad

Aprender rápido y con entusiasmo; contribuir efectivamente fuera de la especialidad; hacer conexión que otros extrañan; buscar entender a los miembros de todo el mundo y cómo entretenerlo; buscar perspectivas alternativas.

#### 4) Valor

Decir lo que se piensa, cuando le conviene a Netflix, aunque sea incómodo; tomar decisiones difíciles sin agonizar; tomar riesgos inteligentes y estar abierto a posibles fallos; cuestionar acciones inconsistentes con nuestros valores; saber que somos capaces de ser vulnerables ante la búsqueda de la verdad.

#### 5) Pasión

Inspirar a los demás con sed de excelencia; preocuparse mucho por nuestros miembros y el éxito de Netflix; ser tenaz y optimista; ser silenciosamente confiado y abiertamente humilde.

#### 6) Desinterés

Buscar lo que es mejor para Netflix, en lugar de lo que mejor para uno o para su grupo; ser de mente abierta en busca de grandes ideas; tomar tiempo para ayudar a tus colegas; compartir información de forma abierta y proactiva.

#### 7) Innovación

Crear nuevas ideas que sean útiles; reconceptualizar los problemas para descubrir

soluciones a problemas difíciles; desafiar los supuestos prevalecientes y sugerir mejores enfoques; mantenerse ágil minimizando la complejidad y encontrando tiempo para simplificar; y gustarnos el cambio.

#### 8) Inclusión

Colaborar eficazmente con personas de diversos orígenes y culturas; nutrirse y aceptar diferentes perspectivas para tomar mejores decisiones; tener curiosidad acerca de cómo nuestros antecedentes nos afectan en el trabajo, en lugar de pretender que no nos afectan; reconocer que todos tenemos prejuicios y trabajamos para superarlos; intervenir si alguien más está siendo marginado.

#### 9) Integridad

Ser conocido por la franqueza, la autenticidad, la transparencia y el hecho de no ser político; solo decir cosas sobre compañeros de trabajo que les dices a la cara; admitir errores libre y abiertamente; tratar a las personas con respeto independientemente de su estado o en desacuerdo con uno mismo.

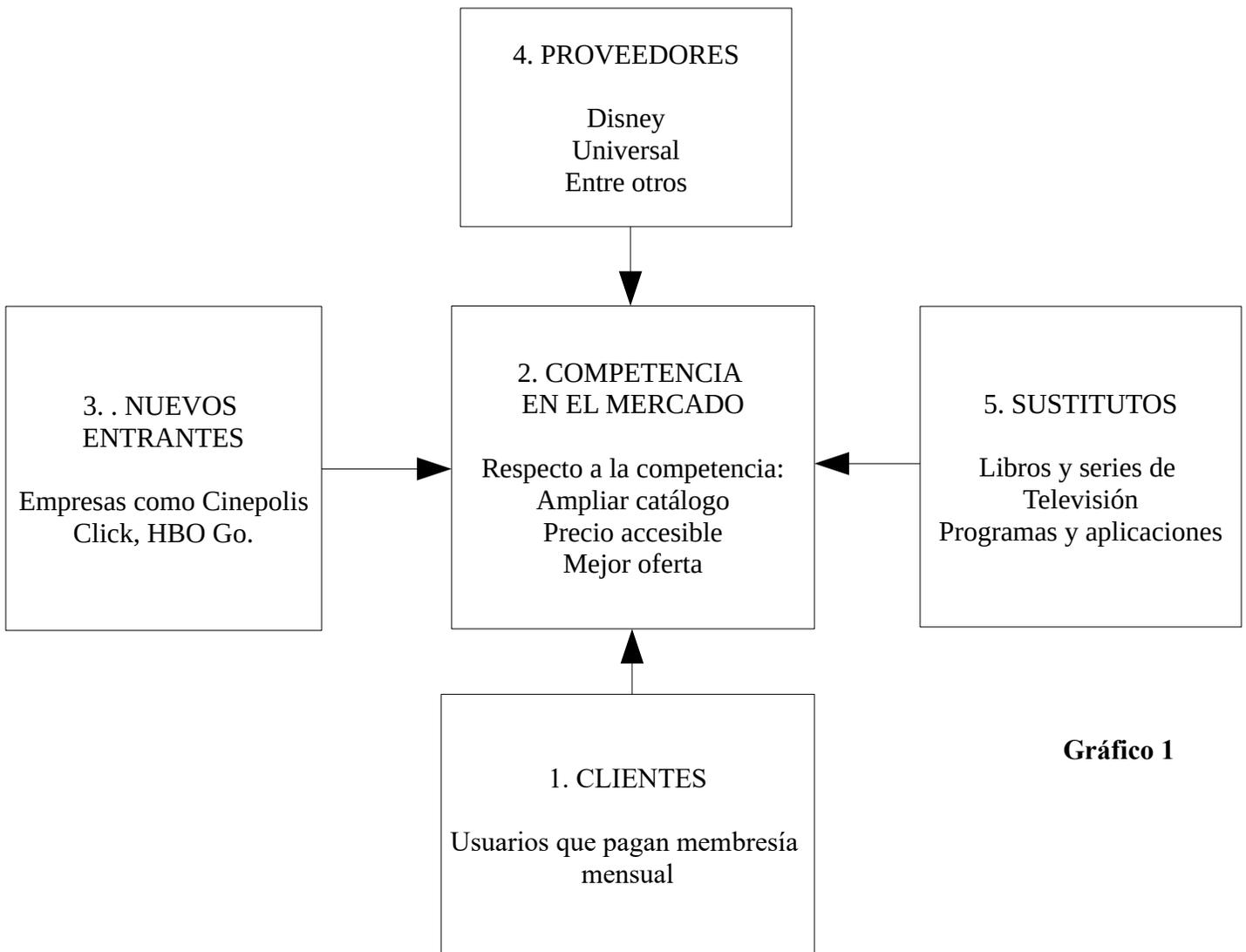
#### 10) Impacto

Lograr grandes cantidades de trabajo importantes; demostrar un desempeño

consistentemente sólido para que los colegas puedan confiar; hacer que los colegas mejoren; enfocarse en los resultados sobre el proceso.

## 12.5 Análisis de Porter

Mediante el siguiente modelo se quiere establecer un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, para desarrollar una estrategia de negocios. El de Netflix es el siguiente:



**Gráfico 1**

A continuación en detalle cada uno de los puntos anteriores:

1. Clientes: Los usuarios que pagan una membresía mensual, que se quedan con una segmentación de mercado, con incentivos y constantes actualizaciones. Es una fuerza fuerte y se traduce en un control mayoritario de Netflix, ya que no depende de unos pocos clientes.
2. Rivalidad de la industria: Lo que necesita es seguir ampliando su catálogo de películas para mantenerse en el mercado, con un precio accesible y una mejor oferta. Los competidores actualmente no son muchos, Netflix tiene más control sobre ellos que ellos sobre él.
3. Nuevos entrantes: Empresas con competencia directa como Cinépolis Click, HBO go, Roku, google play, etc. Estas empresas no tienen tanto poder para hacer competencia de lleno a Netflix, por lo tanto su manejo en esta fuerza es bueno.
4. Poder de los proveedores: Es fuerte por aquellas industrias que permiten la visualización de sus películas en la plataforma tales como, Disney, Marvel, Universal Studios, etc. Por esto mismo, no puede haber sustitución de proveedores, lo que le da un cierto control sobre Netflix.
5. Productos sustitutos: Los libros y series en televisión, así como programas y aplicaciones de streaming de música, se catalogan como sustitutos para el entretenimiento de las personas, sin embargo ninguno otro da la misma experiencia que Netflix.

## 12.6 Análisis FODA

Mediante el siguiente gráfico se demostrarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas por parte de esta empresa:

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Estrategias de alta personalización<ul style="list-style-type: none"><li>-Tecnología</li></ul></li><li>-Contenido razonable</li><li>-Precio razonable</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Películas 2 años después del cine aunque se están mejorando los tiempos<ul style="list-style-type: none"><li>-Período de prueba corto</li></ul></li><li>-Dependiente de internet salvo contenido descargable</li><li>-Contenido varía en cada país</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Alianzas con distribuidoras aunque está apoyando su contenido propio</li><li>-Contenido para todo público</li><li>-El producto que se maneja</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Nuevos competidores, riesgo alto (Amazon Video, Hbo Go, Fox, próximamente Disney+)</li><li>-Piratería Online/Offline</li></ul>

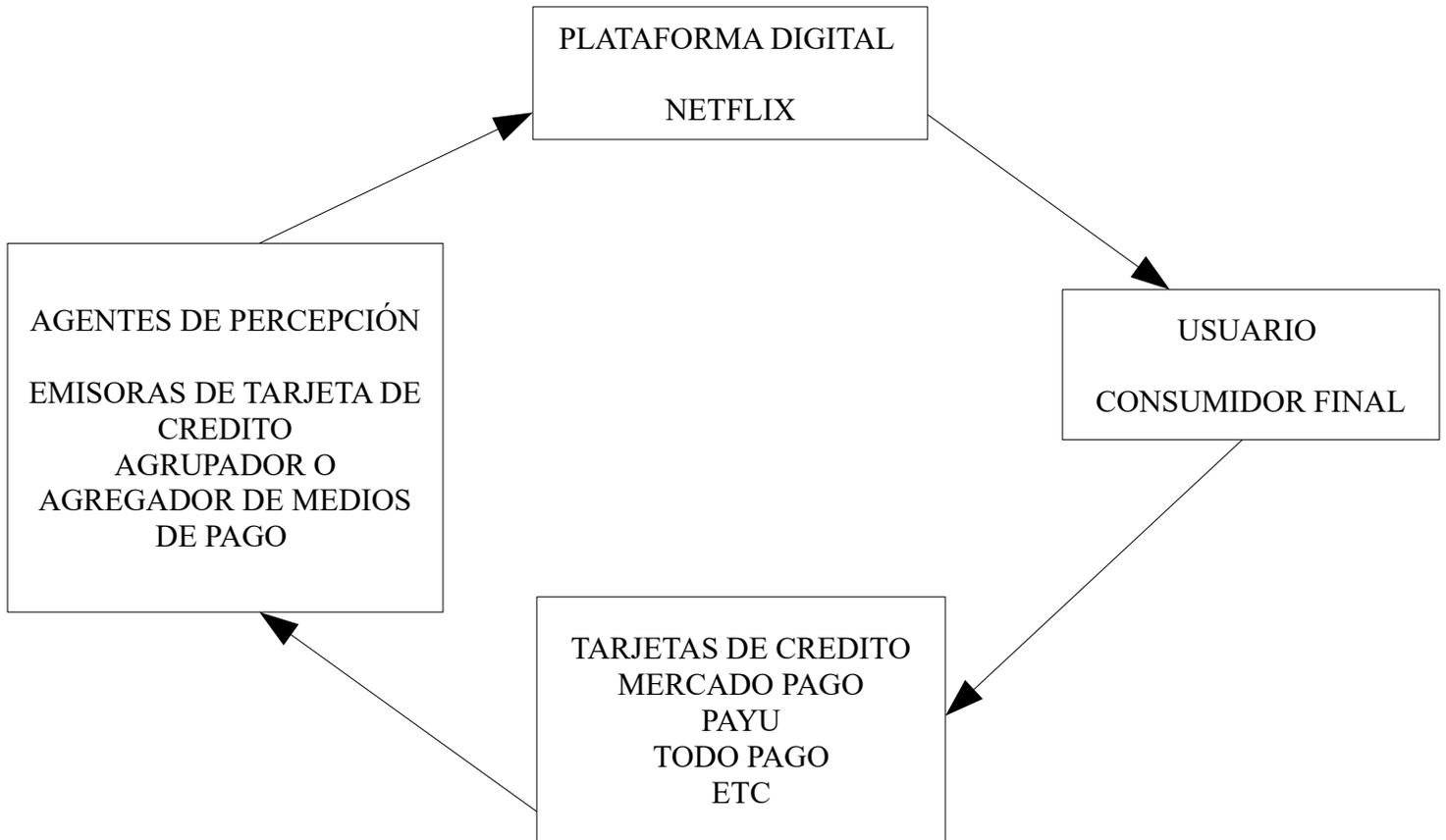
**Gráfico 2**

## **12.7 Netflix como objeto de estudio**

Por lo mencionado en los apartados anteriores y cumpliendo con las características de servicio digital que define la Ley 27.430 es que se eligió a Netflix como objeto de estudio del trabajo.

Se encuentra en el listado de servicios digitales dentro de el apartado A anexo 2 de la RG 4240/18 de la AFIP.

A continuación se demostrará gráficamente como funciona la operatoria que se ha implementado en Argentina:



**Grafico 3**

Como se podrá apreciar, el circuito para el cobro del IVA a los servicios digitales es el siguiente:

- 1) que una plataforma digital realice una prestación de servicios alcanzada por la normativa y encontrarse en el listado de los prestadores que AFIP publica periódicamente,

- 2) que el usuario o consumidor de la plataforma sea un residente del país conforme a la normativa vigente
- 3) que el usuario use la tarjeta de crédito internacional, Visa o Mastercard generalmente, tarjeta de debito o prepaga, o alguno de los otros medios de pago disponibles como PayU, MercadoPago, TodoPago, etcétera.
- 4) Que la emisora de las tarjetas o de aquella que ofrezcan otros medios de pago actuen como agente de percepción y liquidación del impuesto ya que son intermediarios entre el prestador y el usuario. Para ello en el resumen o extracto bancario o en las liquidaciones de las tarjeta que sirven como comprobante justificativo de la percepción en el cual se debe encontrar la base imponible (monto de la prestación del servicio) y la percepción R.G. 4240/18 con un importe equivalente al 21% del monto de la prestación debidamente discriminado todo a realizarse al momento del cobro. Para el caso del debito o prepago en el momento del cobro del servicio se realiza la percepción y en los demás medios de pago cuando se cobren los respectivos pagos. Dependiendo de lo que el prestador ofrezca la posibilidad de pagar en moneda local o extranjera, dólares, puede que exista el paso intermedio de pasar la moneda extranjera a moneda local al tipo de cambio del día del pago.

Ya explicada la operatoria para poder cobrar el impuesto por parte de la AFIP y a modo de ejemplo se calculará sobre un monto de ingresos por ventas de 1.000.000 u\$s por parte de Netflix en Argentina y en Chile las tasas correspondientes de IVA al 21% en el primer caso y del

19% en el segundo, suponiendo que en Chile se aplique un régimen de percepción del impuesto.

	ARGENTINA	CHILE
INGRESOS NETFLIX	1.000.000 U\$S	1.000.000 U\$S
TASA IVA (%)	21	19
PERCEPCIÓN IVA SERVICIOS DIGITALES	210.000 U\$S	190.000 U\$S
TOTAL A COBRAR (INGRESOS+PERCEPCION IVA)	1.210.000 U\$S	1.190.000 U\$S

Como se aprecia en el ejemplo a mismo nivel de ingresos en ambos países como las tasas de IVA difiere en ambos países, lógicamente el monto de percepción a cobrar a los usuarios o consumidores va a ser distinto, para Argentina 210.000 U\$S y para Chile 190.000 U\$S. Como se trata de regímenes de percepción para consumidores finales es un costo impositivo más para las personas ya que no se puede compensar contra ningún otro impuesto, ya que su efecto es similar al de un anticipo, generando un crédito fiscal imposible de utilizar por las características del sujeto obligado al pago. Como ya se vió el intermediario, generalmente una entidad financiera, es el encargado de cobrar no solo lo que le corresponde a Netflix sino también actuar como agente de percepción, cobrando la misma y ingresando ese importe a la AFIP en la forma y plazos que disponga.

Al solo efecto enunciativo, existe la posibilidad de gravar a las plataformas con un impuesto directo del 3% sobre sus ingresos brutos generados cumpliendo ciertos parámetros para

quedar alcanzado que será explicado con detalle en el apartado propuesta impositiva del presente trabajo.

### 13. Propuesta Impositiva

Teniendo en cuenta lo que la OCDE les recomienda a los países que pretenden aplicar impuestos a las plataformas digitales como medida de corto plazo hasta encontrar una solución global, la recomendación es la de modificar el régimen general del IVA para incluirlo dentro del objeto del impuesto que por sus características es un impuesto al consumo.

Las formas que han propuesto, mediante su comisión, para que los países puedan cobrarlo es mediante 2 tipos:

a) Retención o Percepción en la fuente: mecanismo que consiste en usar al intermediario, que usualmente es una entidad financiera emisor de las tarjetas, como agente de retención o percepción del impuesto que va a pagar el usuario o cliente de la plataforma. Esta es la forma que adoptó Argentina con AFIP mediante el cobro de IVA a las plataformas digitales como la mejor forma para lograr percibir el mismo. En Chile si bien se está debatiendo la forma de cobro es probable que elijan la misma.

b) Registro digital de plataformas virtuales: registro digital que lo provee el fisco de cada país a las empresas que proveen mediante plataformas digitales sus servicios y bienes para que se inscriban y realicen la autodeclaración de sus ingresos para pagar los impuestos correspondientes. El problema de esta forma que la OCDE y su comisión plantean es que existe la dificultad de cobro por parte de las mismas, así como la voluntad de las empresas a inscribirse y presentar su declaración jurada.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y en base al análisis de la Ley 27.430, la propuesta que tomo el gobierno si bien es correcta y adecuada para la situación mundial que compete como una solución no final pero si parcial, se pueden proponer 2 alternativas complementarias.

Estas son las que la comisión europea, dependiente de la Unión Europea, propuso no sólo a la OCDE sino al G-20 y a la misma como respuesta a los reclamos de los países de Europa como Francia, Gran Bretaña y Alemania por la erosión de la base imponible y traslado de los beneficios (Informe BEPS, por sus siglas en inglés) que se daba por la presencia de las plataformas virtuales en sus respectivos países.

Se las definirá como:

- Alternativa 1: Impuesto sobre las plataformas digitales (ISD)

Se la tomó como un impuesto provisional y es una medida de corto plazo, consiste en cobrar un impuesto a los servicios digitales a una tasa del 3%, como si fuera un impuesto a los ingresos brutos, sobre las rentas generadas en los países de mercado, donde se encuentra el cliente o usuario.

Entonces se aplicaría la tasa mencionada sobre los ingresos generados que jueguen un papel importante en la creación de valor a los usuarios, como por ejemplo:

- I. Ingresos generados por la venta de espacios publicitarios en línea (Google Ads, Facebook)

II. Ingresos generados a partir de las actividades de intermediarios digitales que permitan a los usuarios interactuar entre sí y que pueden facilitar la venta de bienes y servicios entre ellos (Ebay, Amazon, Aliexpress)

III. Ingresos generados a partir de la venta de datos obtenidos de información aportada por el usuario (Instagram, Twitter)

IV. Este impuesto provisional sería recaudado por las Administraciones Tributarias que por potestad tributaria apliquen sobre los usuarios que reciben los bienes y servicios provistos mediante esta vía, pero no se aplica a todas las sociedades o empresas sino a aquellas que se encuentren dentro de ciertos parámetros, principalmente el volumen de venta, alcanzado a las grandes corporaciones. En Europa se propone que la empresas alcanzadas sean aquellas que<sup>3</sup> :

- Obtengan un total anual de ingresos de 750.000.000 de Euros a nivel mundial
- Obtengan un total anual de ingresos de 50.000.000 de Euros dentro de la UE.

Para el mercosur podrían tomarse como base un importe similar medido en dólares estadounidenses.

Con esta medida lo que pretende es evitar que cada Estado tome medidas unilaterales de imposición sobre las actividades digitales y gravar inmediatamente a los ingresos de estas compañías contemplando también mecanismos para evitar o paliar la doble imposición.

---

<sup>3</sup> Comisión Europea, Directiva del Consejo relativa al sistema común el impuesto sobre los servicios digitales que grava los ingresos procedentes de la prestación de determinados Servicios Digitales. Bélgica, Bruselas, 21 de marzo de 2018. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2018:0148:FIN:ES:PDF>

- Alternativa 2: Reforma de impuesto a las ganancias

Es la propuesta a la cual adhiero como lo recomendó el organismo. Consiste en hacer una modificación o reforma integral sobre la normativa existente en materia de impuesto a las ganancias o rentas, podrías dar una respuesta mejor que la otra alternativa pero su implementación llevaría mas tiempo, es decir es una medida de largo plazo.

Con esta modificación lo que se quiere es permitir que los Estados graven los beneficios que se generan en su territorio, independiente de que tenga o no presencia física la empresa que genera renta. Es decir, se aparta del concepto tradicional de residencia que caracteriza a estos impuestos necesitando que exista una presencia física en el país ya sea por sí mismo o por terceros.

A nuestro concepto de establecimiento permanente definido por la Ley 27.430 se le tendría que sumar como complemento el de Presencia Digital Significativa (PDS) que fue creado y definido por UE de la siguiente manera:

“ El concepto de presencia digital significativa tiene por objeto establecer un nexo imponible en una jurisdicción. Por tanto, debe considerarse como algo que se añade al concepto de establecimiento permanente existente. Las normas propuestas para establecer un nexo imponible de una actividad empresarial digital en un Estado miembro se basan en los ingresos obtenidos por la prestación de servicios digitales, el número de usuarios de servicios digitales o el número de contratos para un servicio digital. Estos criterios son valores de referencia para determinar la <<huella digital>> de un negocio en una jurisdicción basada en determinados

indicadores de actividad económica”<sup>4</sup>.

Por lo tanto, esta definición presenta 3 criterios que determinan que estamos ante la Presencia Digital Significativa, con que se cumpla uno de ellos alcanza para establecerla, ellos son según la Unión Europea:

- Los ingresos obtenidos en un período impositivo, resultantes de la prestación de los servicios digitales a los usuarios situados en dicha jurisdicción, superan los 7.000.000 de Euros. Para el caso del Mercosur, más específicamente en Argentina, el monto debería ser su equivalente en dólares u\$s 7.932.550 aproximadamente, o en pesos argentinos \$ 333.851.951.
- El número de usuarios de uno o más de los servicios digitales que estén situados en un Estado miembro en un período impositivo, sea superior a 100.000, entendiéndose por Usuario cualquier particular o empresa.
- El número de contratos comerciales para la prestación de tales servicios digitales celebrados entre empresas (B2B) en un período impositivo, sea superior a 3000.

Entonces, cumpliendo alguno de los 3 criterios, queda configurada la Presencia Digital Significativa, por tanto, alcanzada por el impuesto a las ganancias para las sociedades o empresas porque se verifica el nexo del hecho imponible asimilando a un establecimiento permanente.

Para determinar que un usuario se encuentra en la jurisdicción de consumo se puede

---

4 Comisión Europea, Directiva del Consejo por la que se establecen normas relativas a la fiscalidad de las empresas con una presencia digital significativa. Bélgica, Bruselas, 21 de marzo de 2018.  
<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/ES/COM-2018-147-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

establecer mediante la dirección de Protocolo Internet (IP) del dispositivo usado o otro método de geolocalización que sea más exacto. A nivel seguridad menciona la UE que todo dato a utilizar va a ser el que identifique donde está situado el usuario dentro del estado miembro, resguardando cualquier otro dato personal que permita identificarlo.

También se especifica para determinar los beneficios de las empresas, se tendrán debidamente en cuenta las actividades significativas desde el punto de vista económico realizadas por la Presencia Digital Significativa que sean relevantes para el desarrollo, mejora, mantenimiento, protección y explotación de los activos intangibles. Además, se consideran actividades significativas las que se realizan a través de una interfaz digital como las siguientes:

- a) La recogida, el almacenamiento, el tratamiento, el análisis, el despliegue y la venta de datos a nivel de usuario,
- b) la recogida, el almacenamiento, el tratamiento y el despliegue de contenido generado por el usuario,
- c) la venta de espacio publicitario en línea,
- d) la puesta a disposición de contenidos creados por terceros en un mercado digital, y
- e) la prestación de cualesquiera servicios digitales no enumerados en las letras a) a d)

Esta alternativa ayuda a dar una respuesta a la necesidad de los estados y de la OCDE en su plan de acción BEPS de gravar a la actividad de manera directa sobre sus ingresos, estableciendo nuevos criterios para facilitar la atribución de rentas a determinadas jurisdicciones,

disminuyendo los conflictos en el reparto de la potestad tributario de los países.

## 14. Conclusión

Se ha definido claramente al comercio electrónico como un proceso de intercambio de bienes y servicios por vía electrónica que por sus características puede realizarse mediante diferentes modalidades de contratación como B2B, B2C, C2C, B2G y C2B. También se detallaron sus problemas de gravabilidad como la desmaterialización de los bienes y servicios, la despersonalización de las personas intervinientes, la deslocalización de la renta y la generalización de operaciones con consumidores finales. También los riesgos de evasión como la erosión de la base imponible y traslación de beneficios (BEPS).

Se han descrito los procedimientos de intercambio que la AFIP tiene a su disposición como herramienta de reducción y prevención de fraude por evasión y elusión como los convenios para evitar la doble imposición, acuerdos intergubernamentales específicos para intercambiar información y los acuerdos interinstitucionales entre las administraciones tributarias. También se nombraron y explicaron los principios tributarios que rigen en la actualidad en Argentina para luego verificar la existencia de antecedentes de la actividad de e-commerce en el país previo a la puesta en marcha de la Ley 27.430 solo en los impuestos a las ganancias y al valor agregado.

Posteriormente se ha analizado el tratamiento de la mencionada ley para luego comparar con la legislación chilena en el mismo ámbito.

Por lo tanto podemos ver que estamos ante una nueva economía, llamada economía

digital, y dentro de ella las transacciones de comercio electrónico a lo que la sociedad está apuntando, y saber que para enfrentar esta realidad hace falta cambiar la visión tradicional del comercio.

Algunos de los paradigmas que ha ocasionado la actividad de comercio electrónico son la creación de valor que no pasa por el producto manufacturado sino por el intangible, el rol del cliente pasivo cambió al aporte de los usuarios de las plataformas y que la atribución de la potestad tributaria ya no requiere la presencia física de las empresas, entre otras.

Ante este escenario se ve que las grandes compañías multinacionales usan maniobras elusivas ,y a veces evasivas, que alteran la política fiscal internacional vigente que se adaptaba al modelo de negocio tradicional, usando la práctica denominada por la OCDE como el BEPS. Y eso a generado que surja la necesidad de las Administraciones Tributarias de buscar una solución multilateral de consenso, llegando a una política fiscal internacional justa.

La necesidad de los países de gravar a la actividad de e-commerce es real no solo desde el punto de vista fiscal, sino también económico, político y social. Esto porque ante la alta presión tributaria sobre los ciudadanos y contribuyentes de la economía tradicional, no existían recursos que provengan de los servicios mencionados y necesitan compensar de alguna manera para cumplir con sus gastos públicos. Por lo tanto una menor recaudación genera menor prestación de servicios estatales y una menor calidad de vida.

Respecto al análisis realizado entre ambos países con la temática planteada y las propuestas complementarias que se proponen en el presente trabajo, se puede concluir que si

bien la Ley 27.430 en Argentina es una ley de referencia para muchos países, entre ellos Chile, responde a una necesidad que es global pero que por el momento solo sirve como una respuesta parcial.

Vimos que existen otras formas de gravar a la actividad en el corto plazo (Impuesto a los Servicios Digitales) como en el largo plazo (Presencia Digital Significativa) propuestas a nivel mundial complementarias a lo vigente, que a pesar de los avances, no se puede llegar a una solución definitiva del problema.

Se van a necesitar ideas nuevas, innovadoras y hasta superadoras de lo que actualmente hay para abordar esta situación de la mejor manera posible.

Entendemos que el desafío no es fácil ya que existe desacuerdo entre los países que dejarían de percibir en sus arcas fiscales los beneficios de estas actividades como los paraísos fiscales y los que aplican el criterio de residencia respecto a los países con baja recaudación o con tasas efectivas menores, todo esto para lograr una equidad e igualdad a nivel mundial.

Se está pensando en crear un Organismo Internacional Tributario (OIT), conformado por diferentes instituciones y países, en el cual se inscriban de manera obligatoria las grandes empresas multinacionales prestadoras de Servicios Digitales.

Este organismo podría utilizar la tecnología del Blockchain, por sus características de inmutabilidad, transparencia y seguridad, y servirse de sus herramientas, para lograr la celebración de contratos inteligentes con las mencionadas compañías.

Para finalizar, entendemos que queda un largo camino para llegar al consenso mundial de la tributación justa y equitativa para todos sobre el comercio electrónico internacional. Pero podemos ver que el acuerdo comercial firmado por los países de la Unión Europea y el Mercosur recientemente, hecho que consideramos trascendental para la región, podrían dar el puntapié inicial para estar mas cerca del objetivo.

## 15. Recomendaciones

Las recomendaciones del presente trabajo tienen que ver con que el fisco argentino, la AFIP, sepa que tiene aparte del IVA a los servicios digitales como impuesto vigente para gravarlas, la posibilidad de agregar al concepto de Establecimiento Permanente contenido en la ley del impuesto a las ganancias, reformado por la ley 27.430, el de Presencia Digital Significativa. La misma se entiende como la forma que tienen las plataformas virtuales de operar en el país con un alto grado de participación. Para determinar ese grado de presencia significativa se necesitarían establecer valores medibles, es decir parámetros, como los ingresos generados, la cantidad de usuarios de la plataforma y la cantidad de contratos, todos realizados en Argentina. En la Unión Europea se usarían ingresos generados que superen los 7.000.000 de euros, una cantidad de usuarios que sea mayor a 100.000 y que el número de contratos entre empresas supere los 3.000 todos los valores obtenibles dentro de un período impositivo. Como se pretende alcanzar con este impuesto a los grandes contribuyentes los parámetros a establecerse dependerán de variables como el tipo de cambio del momento para determinar los ingresos ya sea en pesos o en moneda extranjera como el dólar, tipo de actividades que realizan como la cantidad de usuarios y contratos que sean relevantes. Podría ser a modo de ejemplo como parámetros para Argentina válidos para establecer el concepto mencionado ingresos generados en el país superiores a \$50.000.000 por año, cantidad de usuarios mayor a 80.000 por período fiscal y números de contratos entre empresas que superen los 3.000 también por período fiscal.

Una vez comprobado tal supuesto funcionaría como nexo gravable asimilable al de

Establecimiento Permanente ya existente como mencionamos, alcanzado por el régimen general a la alícuota del 25% por ganancias del país y del exterior.

Otra opción sería incorporar como un inciso nuevo dentro del régimen beneficiarios del exterior a los ingresos generados por los servicios digitales definiendolos de manera similar al IVA, con una alícuota particular de presunción.

La última opción, la menos recomendable, es la de aplicar un impuesto específico que grave los ingresos brutos de estas plataformas aplicando una alícuota coherente con lo que en el mundo les quiere imponer, por ahora del 3%, teniendo en cuenta gravar a los grandes contribuyentes.

## **16. Otras futuras líneas de investigación**

Teniendo en cuenta lo realizado en este trabajo y su interpretación sería importante ver a futuro cual es el camino que toman los fiscos para gravar a estas plataformas de manera directa sobre sus ingresos, para ello el mejor camino posible sería llegar a un acuerdo mundial o un consenso para establecer una política fiscal internacional justa, estable y duradera que todos tengamos el beneficio de recaudar sobre esas rentas. Por supuesto esto debe ir de la mano de un estudio del impacto económico de la imposición a aplicarse porque seguramente aplicar tributos en exceso para las mencionadas plataformas digitales lograrían que baje la inversión y el gasto en I+D (Investigación y Desarrollo) generando que el producto o servicio que se ofrezca actualmente baje de calidad y prestaciones. Para ello el año que viene la OCDE se propuso presentar un informe económico de los efectos que acarrearía aplicar impuestos a las plataformas digitales sobre los ingresos o ganancias, el mismo es esperado por muchos países para saber que pasos deben seguir para lograr esa política fiscal justa para todos.

También podría verificarse si existe la posibilidad de crearse un organismo internacional tributario que pueda agrupar a todos o la mayoría de los fiscos del mundo para lograr esa política fiscal internacional adecuada para afrontar la imposición a las plataformas digitales de la mejor manera posible utilizando la tecnología del Blockchain para lograr no solo que el proceso de intercambio sea más rápido y eficiente, sino también que todos los datos obtenidos puedan almacenarse de manera segura, sin posibilidad de alteraciones.

## 17. Listado de Referencias

- Aguirre, R. (2017, agosto). *Convenios suscriptos por Argentina sobre intercambio de información fiscal, bancaria, societaria, etc. con diferentes países. Alcances*. Presentado en Jornadas Tributarias 2017 en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba. Capital, Córdoba, Argentina.
- Alonso, A (2004), *Comercio electrónico: Antecedentes, fundamentos y estado actual*. Madrid: Dykinson.
- Armas, A. (2006) La tributación y el comercio electrónico. [*versión electrónica*], revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, Vol 8 (3), 529-536.
- Bastarrica, D., (2019) Impuestos digitales en Chile: Empresarios proponen tasa del 19% y delegar eso a quien hace el pago, recuperado de <https://www.fayerwayer.com/2019/01/impuestos-digitales-chile/>
- DL 824 y 825 de la República de Chile, recuperado de [http://www.sii.cl/normativa\\_legislacion/dl824.pdf](http://www.sii.cl/normativa_legislacion/dl824.pdf) ;  
[http://www.sii.cl/normativa\\_legislacion/dl825.pdf](http://www.sii.cl/normativa_legislacion/dl825.pdf)
- Fonrouge Giuliani, C., *Derecho Financiero*, volumen I (2011). Obra actualizada por Susana Camila Navarrine y Rubén Oscar Asorey. Buenos Aires, Argentina: La

Ley.

- <https://jobs.netflix.com/culture>
- Jarach, D., El hecho imponible, Buenos Aires, Revista de Jurisprudencia, 1943.
- Ley 27.430, <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305262/norma.htm>
- Mclure, C. (2000). *La Tributación sobre el Comercio Electrónico: objetivos económicos, restricciones tecnológicas y legislación tributaria*. Buenos Aires, Argentina: Depalma.
- Montes, D., 2015, p.5-8, impuestos 3, SAM 1, Universidad Siglo 21.
- Moren María Florencia C.P., *El impuesto digital en el mundo* (2019), Centro de Estudios en Administración Tributaria (CEAT), Universidad de Buenos Aires.
- Propuesta de impuesto a los servicios digitales en el nuevo proyecto de modernización tributaria, 2018, <http://boletinderecho.udp.cl/docs/anuariodt/2018/at2018na2.pdf>
- Rodríguez, G. (2004). *El Comercio Electrónico (E-Commerce)*. Barquisimeto, Venezuela: Jurídicas Rincón C.A.
- Separatas de legislación. *Ganancias-Bienes Personales-Mínima Presunta. Versión 2.1*(2014). Buenos Aires, Argentina: Errepar.

- Separatas de legislación. *Impuesto al Valor Agregado. Versión 4.0* (2014). Buenos Aires, Argentina: Errepar.
- Villegas, H., Arguello Velez, G., & Spila Garcia, R. (1993). La evasión fiscal en la Argentina. *Revista de Derecho Fiscal* N° XXIII- Pág 337.
- Villegas, H., *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario* (2002). Buenos Aires, Argentina: Depalma
- [www.netflix.com](http://www.netflix.com)
- Zavala, B. (2014) La necesaria adaptación de los tributos a las nuevas tendencias de los negocios electrónicos [*versión electrónica*], *revista de Internet, derecho y política*, (18), 51-59.
- Zavalía, R. L. (2012). *Constitución de la Nación Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Zavalía.

## 18. Anexo

En el presente anexo se nombrará un resumen de los prestadores de servicios digitales alcanzados por el impuesto al valor agregado del 21% a los servicios digitales. Ellos surgen del anexo 2 de la R.G.4240/18 de la AFIP divididos en apartados A y B. Esta es una lista que periódicamente se va a ir actualizando.

### Nómina de prestadores de servicios digitales del exterior

#### APARTADO “A”

DENOMINACIÓN COMERCIAL
AMAZON VIDEO
AVAST SOFT
AVG STORE
DEEZER
DROPBOX
FACEBK ADS
GOOGLE PLAY
HBO DIG
ICLOUD
INSTAGRAM
ITUNES.COM
LINKEDIN
MICROSOFT

NETFLIX
NEW YORK TIMES
NORTON
ONE DRIVE
Oneplus
OPENENGLISH.COM
PLAYSTATION NETWORK
PRIME VIDEO
SEGA
SKYPE
SNAPCHAT
SPOTIFY
THE FINANCIAL TIMES
TINDER
TWITTER
WISH.COM
WIX
YAHOO SMALL BUSINESS

APARTADO “B”

DENOMINACIÓN COMERCIAL
AIRBNB
HOTELES.COM
BOOKING
BEST BUY
<a href="http://WWW.ALIEXPRESS.COM">WWW.ALIEXPRESS.COM</a>
OLX
Apple

<a href="http://WWW.ALIBABA.COM">WWW.ALIBABA.COM</a>
NINTENDO
SONY
PLAYSTATION
SHOPIFY