



CONFIGURACIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL SISTEMA IMPOSITIVO COLOMBIANO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

(CONFIGURATIONS OF E-COMMERCE AND THE TAX SYSTEM COLOMBIAN IN BUSINESS MANAGEMENT)

Carlos Enrique Martínez Carrascal

Universidad libre, Cartagena, Colombia

camaca2005@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-5193-7341>

Joaquín Pablo Sierra Arias

Universidad libre seccional Cartagena

Joaquinp.sierra@unilibre.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-4401-8910>

Sonia Ethel Duran

Universidad Libre Seccional Barranquilla

Sonia.etheld@unilibre.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-0876-7850>

RECIBIDO: enero 2019/**ACEPTADO:** abril 2019/**PUBLICADO:** enero 2022

Como citar: Martínez, Carlos; Sierra, Joaquín y Duran, Sonia (2019). Configuraciones del comercio electrónico y el sistema impositivo colombiano en la gestión empresarial. CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 17(1), Venezuela. (Pp.22-40)

RESUMEN

El presente artículo, tiene como propósito caracterizar las configuraciones del comercio electrónico y el sistema impositivo en Colombia en la gestión empresarial. Considerando que hoy en día el comercio electrónico ha cobrado gran importancia y es una tendencia de crecimiento permanente de tal manera que genera desarrollo en todas las áreas económicas, administrativas, financieras, tributarias y demás en Colombia y Latinoamérica. Este crecimiento requiere de una respuesta por parte del ordenamiento jurídico en cuanto a la tributación del mismo, con los mismos principios que se aplican al comercio tradicional a fin de que el sistema impositivo en materia de impuesto de renta no resulte injusto ni discriminatorio. Teóricamente se sustentó en Nieto (2015), Fernández, Hurtado y Runao (2016), entre otros. La metodología fue descriptiva, documental bibliográfico. Los datos se recolectaron en forma



documental, destacando el análisis de contenido. Los resultados resaltan las configuraciones sociales, como parte de un amplio proceso caracterizado por la globalización de mercados, el desplazamiento hacia una economía basada en el conocimiento y la información, también el crecimiento de las tecnologías. En cuanto a lo laboral, conlleva una nueva línea de actuación en los procesos de negocios, a través del e-commerce, las empresas necesitan proteger la confidencialidad de la información, por lo cual debe existir una política de seguridad. Concluyendo que las innovaciones que se presentan en el mundo informático y tecnológico, han dado la oportunidad de utilizar una gran cantidad de medios para realizar negocios con repercusiones en el campo tributario y jurídico.

Palabras Clave: Configuraciones tributarias, comercio electrónico, sistema impositivo. Impuestos.

ABSTRACT.

This article was oriented to characterize E-commerce and tax system configurations in Colombia. The Methodology was Descriptive, bibliographic documentary. The data were collected in documentary form, highlighting the Content analysis. The Results Highlight the Social implications, As Part of a broad process characterized by market globalization, displacement to a knowledge-and information-based economy Also The growth of The Technologies. In terms of labor, It involves a new line of action in business processes, through e-commerce, companies need to protect the confidentiality of information, so there must be a security policy. Concluding that LAs innovations that are presented in the computer and technological world, have given the opportunity to use a lot of means to do business with repercussions in the tax and legal field. Theoretically he subscribed in Nieto (2015), Fernández, Hurtado and Runao (2016), among others. The methodology was descriptive, bibliographic documentary. The data was collected in documentary form, highlighting content analysis. The results highlight social settings, as part of an extensive process characterized by globalization of markets, the shift towards a knowledge- and information-based economy, as well as the growth of technologies. As for the work, it involves a new line of action in business processes, through e-commerce, companies need to protect the confidentiality of information, so there must be a security policy. Concluding that innovations in the computer and technology world have given the opportunity to use a large amount of means to conduct business with repercussions in the tax and legal field.

Keywords: Tax settings, e-commerce, tax system. Taxes. Business management.



Introducción

La evolución en los mercados a nivel mundial, aunado a la globalización, trajo consigo un gran progreso para numerosas potencialidades, entre las cuales surgió el avance tecnológico, este contextualizado en generar diversos proyectos y plataformas que dieron origen al comercio electrónico como una de las vías más inclusivas en las redes del desarrollo económico mundial.

Es así como la implementación y el uso de las redes electrónicas ejecutadas a través del internet, logró llegar a todos los espacios geográficos del mundo, generando diversas nuevas formas para el negocio e interacción mercantil entre operadores, rubros, entre otros. Bajo este contexto, Nieto (2015) concibe al comercio electrónico como un concepto que está revolucionando la percepción sobre los escenarios en donde se desarrollan las iniciativas empresariales y los mercados financieros. Estos mercados se posibilitan debido a elementos ligados al avance tecnológico en información, los cuales mediante las web o demás herramientas informáticas, permiten las nuevas relaciones comerciales entre los agentes económicos.

Actualmente, este segmento presenta el crecimiento más acelerado de la economía, gracias al costo mínimo implicado, pues hasta la empresa más pequeña puede llegar con sus productos y mensajes a clientes alrededor del mundo, por lo cual se estima que el comercio electrónico adquiere cada vez más vigencia con el transcurrir del tiempo, lo cual obliga a todos los sectores económicos, tanto privados como públicos, a ser parte convirtiéndose en un reto para ellos, para así soportar apoyados en estas tecnologías el tomar decisiones en cualquier organización, sin importar sus características.

Según Fernández-Falero, Hurtado & Ruano-López (2016), se ha verificado que al comercio electrónico tradicional le han salido numerosos competidores, tales como el televisivo, móviles o radio, destacando la posibilidad ofrecida de comprar y vender usando diferentes medios tecnológicos. En este sentido para Watson, Pitt, Berton & Zinkhan (2002), se trata del “uso de redes ubicuas comunicacionales para realizar transacciones entre una firma con sus clientes, proporcionando un nivel de valor, más allá del comercio tradicional”.

Aunado a ello, Vilorio et al (2019) considera que ha ido aumentando el acceso del comprador al comercio electrónico para realizar en forma virtual diferentes transacciones. De allí que las empresas hayan ido implementando estas actividades por redes sociales para la compra - venta de bienes y servicios. Es por ello que el comercio electrónico ha cobrado gran importancia, convirtiéndose una tendencia en crecimiento permanente, generando desarrollo en diferentes áreas económicas, administrativas, financieras y tributarias, entre otras, tanto en Colombia como a nivel mundial.

Este crecimiento requiere de una respuesta por parte del ordenamiento jurídico colombiano en cuanto a la tributación del mismo, considerando para



ello los principios aplicados al comercio tradicional, para que el sistema impositivo relacionado con los impuestos no resulte injusto ni discriminatorio. Martínez & Sierra (2018), destacan la vinculación de Colombia con la opción del comercio electrónico, como una acción para ofrecerle oportunidades y ventajas ambiciosas al sector empresarial, proporcionando el ingreso a nuevos mercados a bajos costos, eliminando intermediarios, incrementando el espacio comercial, alentando la creación de organizaciones virtuales, favoreciendo su aporte al desarrollo sostenible.

No obstante, en opinión de Díaz, Messano & Pettrissans (2003), “este fenómeno ocasiona múltiples problemas a la tributación, sustentando los principios, criterios, además de diferentes lineamientos vigentes, los cuales han sido diseñados para transacciones llevadas a cabo en el comercio tradicional” (p.5). no obstante, se ha ido adaptando los procesos y contextos para que el comercio electrónico se forjara como un pilar relevante para la economía mundial. Por tal motivo, entidades como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2015), se han pronunciado al respecto para favorecer su expansión sobre unas bases sólidas.

Bajo estas perspectivas, se considera el tema tributario como proceso contable, generando acciones coherentes para la operatividad del comercio electrónico, lo cual está mereciendo la atención de múltiples administraciones de impuestos internacionales, resaltando para este estudio la de Colombia. Actualmente se ha evidenciado un avance tecnológico para los procesos financieros, lo que representa un reto empresarial, según lo planteado por Bravo, Donado, Prieto, Duran y Salazar (2017). Esto ha promovido cambios en las maneras de llevar las cuentas, por cuanto la contabilidad puede realizarse sin soporte documental, generando nuevas formas impositivas con posibilidad de efectuar retenciones en la fuente a través del internet, donde los soportes se generan electrónicamente.

En este orden de ideas, para Paiño (2016) el comercio electrónico en Colombia vive hoy en día su mayor auge, lo cual se sustenta en un estudio realizado por Visa y Euro monitor, quienes calcularon que durante el año 2017 las ventas en tiendas virtuales alcanzaron los US\$3.100 millones. Destacando crecimiento del 18% comparado con el año 2016, cuando las transacciones reportadas llegaron a US\$2.620 millones. Con esa tasa de crecimiento el e-commerce nacional habría superado los US\$5.000 millones durante 2018.

Por otra parte, la medición realizada por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE, 2017), reveló un volumen total en pagos virtuales que llegó a US\$9.961 millones en 2017, pero allí están incluidos los impuestos y recaudos del Estado, lo cual constituyen 53% del monto. Así, la parte correspondiente a comercio minorista, aunado al transporte (venta de tiquetes aéreos) sumó un total de US\$1.992 millones, cifra un poco más conservadora que la de Visa y Euromonitor, tornándose optimista respecto con la curva ascendente mostrada en los contextos del comercio electrónico en el



país. Lo anterior evidencia un crecimiento año tras año que ha alcanzado un 18%, porcentaje ligeramente superior a la media regional de 17%, mostrándose cercano al 20,2% anual del sector a nivel global.

Por otra parte, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico promueve desde hace algunos años una actividad muy popular en la red, los "Cyberlunes", cuya última edición realizada en noviembre del 2019, dejó ventas por \$90.000 millones en 24 horas para las 111 tiendas vinculadas. En este ámbito lo más buscado por los consumidores fue tecnología, teléfonos móviles, moda, tiquetes aéreos, entre otros. Los tiquetes aéreos son el factor impulsor del comercio electrónico con mayor fuerza en el país, representado un 59%, según el estudio realizado por Visa y Euromonitor.

Cabe destacar, que para el comercio electrónico no es imprescindible un lugar o espacio físico; por tal motivo, para las administraciones tributarias, así como para los Estados, determinar sus derechos jurisdiccionales a fin de gravar las operaciones efectuadas mediante este medio resultan ser muy difíciles. En ese sentido, hallar u obligar al sujeto pasivo a cumplir con la obligación impositiva puede generar doble imposición o simplemente que la operación no se encuentre gravada.

Así mismo, para las administraciones tributarias surgen diferentes complicaciones concernientes a aquellos bienes transferidos digitalmente, los cuales no requieren pasar por Aduana, pero que cumplen con los procedimientos de nacionalización para las mercancías contando con factura electrónica. Esto, además de problemas, genera retos para determinar las obligaciones de determinados gravámenes respecto a los bienes físicos concernientes a una retención no efectuada.

Adicionalmente, surge otra dificultad al calificar las operaciones y rentas obtenidas; es decir, la forma bajo la cual se gravarán las operaciones, si serán tratadas como cánones, beneficios empresariales o regalías, todo dependerá de si son entregas de bienes o servicios. De igual manera, aparece la dificultad para localizar e identificar las partes que intervienen en la transacción, aumentando la problemática para conocer con exactitud la jurisdicción, domicilio donde se obtiene la renta. En este contexto, los Estados experimentan mayor dificultad al ejercer su potestad tributaria.

Por otra parte, el comercio electrónico promueve múltiples ventajas como elemento para el desarrollo sostenible, tanto a vendedores como compradores, por ejemplo, el tiempo racional, facilidades, inmediatez, compra, los tipos y vías de entregas, entre otros. En este sentido, el Observatorio Ecommerce sustenta que con estos negocios se apoya la sostenibilidad en diversos aspectos. Así también en las transacciones online, promoviendo la facturación, respaldadas por recibos, garantías, comprobantes, entre otros, resguardados digitalmente.

En Colombia se ha sustentado normativamente la facturación electrónica, al igual que la firma electrónica, generando las bases para el desarrollo de la



investigación presentada. En este sentido, los investigadores se plantearon como objetivo caracterizar las configuraciones del comercio electrónico y el sistema impositivo en Colombia en la gestión empresarial.

Comercio electrónico

El Comercio Electrónico representa en la actualidad una forma o proceso que promueve acciones empresariales en forma digital, el cual ha ido penetrando los escenarios en los cuales se desarrollan determinadas transacciones de compra y venta que sustentan los mercados financieros a nivel mundial, destacando la importancia de las Tecnologías de Información y Comunicación. De ahí se ha venido conformando una nueva infraestructura para los negocios, lo cual ha permitido y facilitado el desarrollo de actividades organizacionales bajo entornos globalizados con relaciones virtuales, concerniendo distintos agentes integrados en la cadena de valor.

En este orden de ideas, el comercio electrónico se ha ido forjando como un instrumento para establecer nuevos canales promotores para intercambiar productos, servicios y datos en tiempo real, lo cual facilita transmitir información, procesarla almacenarla, entre otros, resaltando diferentes transacciones y generando valor agregado. De esta manera se crea una nueva forma de hacer negocio.

Dentro del mismo orden de ideas, según lo estipulado por Villanueva (2013), el comercio electrónico consiste en el desarrollo de una actividad comercial con multiplicidad operacional, la cual se puede realizar por vía telemática (electrónica). La misma se basa en ceder productos, prestar servicios e intercambiar datos (información), pudiendo realizarlos en tiempo real.

Por otro lado, para Nieto (2015) el comercio electrónico es un concepto que está revolucionando la percepción de los escenarios donde se desarrollan las iniciativas empresariales y los mercados financieros. En este ámbito surgen elementos implícitos ligados al avance tecnológico, los cuales a través del Internet y de otras herramientas informáticas, permiten nuevas relaciones comerciales entre los agentes económicos. Para Nieto (2015), este concepto desde un punto de vista académico es interdisciplinario, a su vez sustentado en diferentes pilares, tales como el tecnológico y el jurídico.

Al mismo tiempo, según Matéu (como se citó en Nieto, 2015) el comercio electrónico constituye un fenómeno jurídico que se concibe como la oferta y/o contratación electrónica de productos y servicios, a través de dos o más ordenadores o terminales informáticos conectados a una línea comunicacional dentro del entorno, respaldado por la red abierta que constituye Internet.

Desde el punto de vista jurídico, el comercio electrónico en Colombia se consagra en la Ley 527 (1999), donde se destaca el artículo 2 que abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada utilizando uno o más mensajes de datos, así como



cualquier otro medio similar. Es en ese momento cuando surgió jurídicamente esta acción que al día de hoy representa un hito para la globalización:

Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de factoring; de leasing; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación de banca; de seguros; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y de otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera”. (Ley 527 [ART. 2] ,1999)

Para Moreno (2017), los contratos electrónicos se erigen como unos contratos a distancia. Según las recientes normas relativas al tema, este constituye un servicio impulsado desde la llamada sociedad tecnológica e informática, por lo cual en la conferencia titulada “Eliminación de barreras al comercio electrónico mundial”, celebrada en Turku, Finlandia (1997), los representantes gubernamentales Rincón y Silva (2017), refuerzan que en ese contexto los gobiernos acompañados por empresarios se reunieron para debatir informalmente sobre los retos planteados por el comercio electrónico mundial a los sistemas tributarios.

Suscitados por la reunión inicial organizada por la OCDE (2002), donde se trató el tema referido al comercio electrónico, las autoridades tributarias latinoamericanas han venido trabajando intensamente en aportar mayor certidumbre sobre el modo en que debe tratarse este proceso, desde la óptica impositiva, procurando aclarar los riesgos e identificar oportunidades. Durante el año 2017, por cada cinco empresas una participaba en este segmento, al punto que en algunos países esta vinculación alcanzó el 40%. Sin embargo, en muchos países las grandes empresas tienen más probabilidades que las pymes para poder participar en el comercio electrónico, además de que esta brecha se está ampliando en promedio.

Aunado a lo anterior, el Comité de Asuntos Fiscales (CAF) de la OCDE (1998), en el marco tributario de la Conferencia de Ottawa titulada “Un mundo sin fronteras – Identificación del potencial del comercio electrónico”, publicó el marco normativo tributario. El mismo fue recibido con el consentimiento de los ministros y del sector empresarial en Colombia. Este orden jurídico ha sido aceptado desde entonces por diferentes países como una sólida base para sustentar los procesos tributarios emanados desde el comercio electrónico.

En este sentido, la OCDE en colaboración con otras organizaciones internacionales, recibió en Ottawa los votos de confianza para coordinar y



continuar llevando a cabo este trabajo. Adicionalmente, los Estados Unidos, los países de la Unión Europea, la Organización Mundial del Comercio (OMC) con sus respectivos representantes, además de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), entre otras organizaciones, se han involucrado en la investigación. Tal es el caso de Colombia, donde se empezó a examinar el tema desde esa conferencia.

Por otra parte, desde una óptica más general, la justicia tributaria tiene un diseño normativo que rige al Impuesto Sobre la Renta de las Personas Física (IRPF), además de que representa al sistema para distribuir las riquezas, aunque esta justicia tributaria puede referirse a equidad entre naciones o Estados. Según la OCDE (como se citó en OCDE, 2015, p.228): "(...) desde una perspectiva internacional, la equidad entre naciones se refiere a la atribución de ganancias y pérdidas nacionales en un contexto internacional, lo cual pretende garantizar el reparto equitativo de la recaudación tributaria derivada de operaciones transfronterizas". Por ende, el principio fiscal para la equidad entre naciones ha sido objeto de análisis en el debate sobre el reparto de la potestad tributaria entre Estados fuente y residencia.

En consecuencia, la tributación de renta en fuente extranjera para el comercio electrónico, en concordancia con las normas de derecho interno respecto al impuesto sobre las sociedades (IS), es aceptada de acuerdo con dos atributos inseparables a la soberanía de un Estado, tales como: la soberanía territorial (potestad jurisdiccional), sumada a la soberanía de los ciudadanos (poder político) (OCDE, 2015).

En este sentido, esta naturaleza dual soberana es una influencia decisiva en la configuración de las competencias que tienen los Estados en materia tributaria. Por esa razón, los impuestos deberían gravar a sujetos u objetos susceptibles de ser sometidos al gravamen, específicamente orientado a aquellos relacionados con el Estado impositor. Por tanto, los responsables políticos consideraron que un gravamen para ser legítimo, deberá sustentarse en la existencia de un punto conectivo con un determinado sujeto (criterio de fijación personal), o bien, con un determinado territorio (criterio de fijación territorial).

Comercio electrónico y tributación

Respecto a la tributación para el comercio electrónico, en estudios de la Cámara colombiana de comercio electrónico (2019), han surgido situaciones irregulares con problemas específicos los cuales trascienden en el campo de las transacciones internacionales. En este contexto surge la necesidad de conocer la naturaleza asociada a los hechos imposables. Al respecto, estos deben ser verificados en la contratación electrónica, destacando el lugar donde se encuentra ubicada la fuente generadora de los ingresos y determinando la



jurisdicción aplicable para establecer el Estado al que le corresponde cobrar los tributos.

De lo anteriormente expuesto, surge la interrogante acerca de comprobar si el actual ordenamiento legal, tal como está diseñado, puede gravar adecuadamente los hechos imponible que se generan en el comercio electrónico o si es necesario crear un régimen tributario especial que regule las configuraciones fiscales de estas operaciones, sin crear distorsiones en el mercado ni establecer regímenes discriminatorios para los agentes económicos, en razón a la modalidad adoptada por la realización de sus operaciones.

En la legislación colombiana el artículo 24 del estatuto tributario (2018) señala:

Se consideran ingresos de fuente nacional los provenientes de la explotación de bienes materiales e inmateriales dentro del país y la prestación de servicios dentro de su territorio, de manera permanente o transitoria, con o sin establecimiento propio. También constituyen ingresos de fuente nacional los obtenidos en la enajenación de bienes materiales e inmateriales, a cualquier título, que se encuentren dentro del país al momento de su enajenación. Los ingresos de fuente nacional incluyen, entre otros, los siguientes:

1. Las rentas de capital provenientes de bienes inmuebles ubicados en el país, tales como arrendamientos o censos.
2. Las utilidades provenientes de la enajenación de bienes inmuebles ubicados en el país.
3. Las provenientes de bienes muebles que se exploten en el país.
4. Los intereses producidos por créditos poseídos en el país o vinculados económicamente a él. Se exceptúan los intereses provenientes de créditos transitorios originados en la importación de mercancías y en sobregiros o descubiertos bancarios.
5. Las rentas de trabajo tales como sueldos, comisiones, honorarios, compensaciones por actividades culturales, artísticas, deportivas y similares o por la prestación de servicios por personas jurídicas, cuando el trabajo o la actividad se desarrollen dentro del país.
6. Las compensaciones por servicios personales pagados por el Estado colombiano, cualquiera que sea el lugar donde se hayan prestado.
7. Los beneficios o regalías de cualquier naturaleza



provenientes de la explotación de toda especie de propiedad industrial, o del "Know how", o de la prestación de servicios de asistencia técnica, sea que éstos se suministren desde el exterior o en el país.

8. Igualmente, los beneficios o regalías provenientes de la propiedad literaria, artística y científica explotada en el país.
9. La prestación de servicios técnicos, sea que éstos se suministren desde el exterior o en el país.
10. Los dividendos o participaciones provenientes de sociedades colombianas domiciliadas en el país.
11. Los dividendos o participaciones de colombianos residentes, que provengan de sociedades o entidades extranjeras que, directamente o por conducto de otras, tengan negocios o inversiones en Colombia.
12. Los ingresos originados en el contrato de renta vitalicia, si los beneficiarios son residentes en el país o si el precio de la renta está vinculado económicamente al país.
13. Las utilidades provenientes de explotación de fincas, minas, depósitos naturales y bosques, ubicados dentro del territorio nacional.
14. Las utilidades provenientes de la fabricación o transformación industrial de mercancías o materias primas dentro del país, cualquiera que sea el lugar de venta o enajenación.
15. Las rentas obtenidas en el ejercicio de actividades comerciales dentro del país.
16. Para el contratista, el valor total del respectivo contrato, en el caso de los denominados contratos "llave en mano" y demás contratos de confección de obra material.

Al contrario, el art 25 del estatuto tributario (2018) señala que no generan renta de fuente dentro del país:

- a) Los siguientes créditos obtenidos en el exterior, los cuales tampoco se entienden poseídos en Colombia:
 1. Los créditos a corto plazo originados en la importación de mercancías y en sobregiros o descubiertos bancarios.
 2. Los créditos destinados a la financiación o prefinanciación de exportaciones.
- Modificado-** 3°. Los créditos que obtengan en el exterior las corporaciones financieras, las cooperativas financieras, las compañías de financiamiento comercial, Bancóldex, Finagro y Findeter y los bancos, constituidos conforme a las leyes colombianas vigentes.



Modificado- 4. Los créditos para operaciones de comercio exterior, realizados por intermedio de las corporaciones financieras y los bancos constituidos conforme a las leyes colombianas vigentes.

a) Los intereses sobre los créditos a que hace referencia el presente literal, no están gravados con impuesto de renta. Quienes efectúen pagos o abonos en cuenta por concepto de tales intereses, no están obligados a efectuar retención en la fuente.

b) Los ingresos derivados de los servicios técnicos de reparación y mantenimiento de equipos, prestados en el exterior, no se consideran de fuente nacional; en consecuencia, quienes efectúen pagos o abonos en cuenta por este concepto no están obligados a hacer retención en la fuente. Tampoco se consideran de fuente nacional los ingresos derivados de los servicios de adiestramiento de personal, prestados en el exterior a entidades del sector público.

Literal Adicionado- c) Los ingresos obtenidos de la enajenación de mercancías extranjeras de propiedad de sociedades extranjeras o personas sin residencia en el país, que se hayan introducido desde el exterior a Centros de Distribución de Logística Internacional, ubicados en puertos marítimos y los fluviales ubicados únicamente en los departamentos de Guainía, Vaupés, Putumayo y Amazonas habilitados por la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales. Si las sociedades extranjeras o personas sin residencia en el país, propietarias de dichas mercancías, tienen algún tipo de vinculación económica en el país, es requisito esencial para que proceda el tratamiento previsto en este artículo, que sus vinculados económicos o partes relacionadas en el país no obtengan beneficio alguno asociado a la enajenación de las mercancías. El Gobierno Nacional reglamentará la materia.

Literal adicionado- d) Para las empresas residentes fiscales colombianas, se consideran ingresos de fuente extranjera aquellos provenientes del transporte aéreo o marítimo internacional.

Finalmente, se considera que las normas relativas a precio de transferencia, mediante los cuales se buscan gravar las operaciones realizadas con vinculados económicos a precios de mercado y evitar la evasión de impuestos mediante la transferencia de activos a países considerados como paraísos fiscales (Consideradas en las leyes 788 de 2002 y 863 de 2003), tienen especial importancia en el comercio electrónico, toda vez que en muchos



casos las actividades realizadas por el comercio electrónico se encuentran domiciliadas en muchos países de baja imposición o de paraísos fiscales los cuales, de acuerdo a las nuevas regulaciones, deben entrar a considerarse como operaciones entre vinculados económicos.

Metodología

La investigación se identifica como descriptiva, dado que se enfocó en caracterizar las configuraciones del comercio electrónico y el sistema impositivo en Colombia en la gestión empresarial, en función de la legislación vigente, respecto a las anteriores consideraciones, esta investigación es cualitativa, para lograrla se revisaron, describieron y caracterizaron los lineamientos del comercio electrónico consignadas en el Estatuto tributario colombiano, complementándose con la sustentación legal referenciando el desarrollo sostenible. Teniendo en cuenta que la investigación está basada en la obtención de datos cuyas fuentes son documentos escritos.

En este sentido, el presente trabajo tiene un diseño bibliográfico con carácter no experimental, documental-bibliográfico, la información escrita y su desarrollo se nutre de la consulta bibliográfica de diferentes documentos jurídico normativos, llámense leyes, decretos, ordenanzas, acuerdos, resoluciones, conceptos, entre otros, los cuales han sido analizados anteriormente, además unifican innumerables criterios relacionados con el comercio electrónico.

Asimismo, la técnica para recolectar la información fue la observación documental, esta comprende la revisión de documentos o fuentes relativas al tema en estudio, asimismo, por tener un carácter teórico, documental- jurídico, utiliza diferentes procedimientos para la recolección de la información cuyas fuentes son los documentos, sobre la cual los investigadores hicieron su análisis. Por ello para presentar los resultados se hizo análisis de contenido.

Resultados

Configuraciones del comercio electrónico y el sistema impositivo en Colombia en la gestión empresarial

Las innovaciones que se presentan en el mundo informático y tecnológico, han dado la oportunidad de utilizar una gran cantidad de medios para realizar negocios con repercusiones en el campo tributario y jurídico. Con el comercio electrónico no se busca que el contribuyente deba pagar impuestos adicionales, sino que pague lo que realmente le corresponde. Esta situación ha tenido poco control hasta ahora, sin poder evitar la sobrefacturación. Se ha podido verificar a diferentes empresas de envíos, orientadas al cumplimiento



de la normativa legal colombiana, pero también se han detectado empresas ficticias, o de baja reputación capaz de engañar a la gente.

Para responder a estos procesos los organismos del estado, en este caso la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), debe intervenir para evitar una competencia desleal entre los comerciantes, quienes cobran y pagan los gravámenes, además reconocer los evasores. La idea es que las rentas obtenidas por ese comercio electrónico no se queden en el Ciber espacio.

Hoy en día se habla mundialmente del llamado C-E, considerado como una dinámica para realizar operaciones comerciales. En cuanto a las rentas en Colombia, se han presentado diferentes problemáticas para adaptar y asumir las normas que determinen el establecimiento permanente, sustentados en la ley 527 de 1999. Esto permite integrarla al ordenamiento interno, alineado a los juicios de la OCDE, lo cual requiere uniformidad de criterios; por lo tanto, el Estado a raíz de la promulgación de la ley antes mencionada, se ha orientado a ir verificando las actualizaciones tributarias, lo cual tanto en doctrina como sentencias se hayan concertado en los últimos años.

Con referencia a lo expuesto anteriormente, debe considerarse la relevancia que está teniendo el comercio electrónico a nivel mundial, tomando como referencia la globalización, y la ruptura de las fronteras informáticas. Estos elementos han permitido trascender a nivel regional todos los cambios estipulados en las normas tributarias colombianas, fomentando la adopción de medidas encaminadas a armonizar las diferentes legislaciones.

En lo referente al sistema impositivo asociado al comercio electrónico, existen Convenios de Doble Imposición (CDI) incorporados como herramienta para impulsar los negocios internacionales, lo cuales se llevan a cabo por internet. Como lo indican Barbosa & Oundjian (2009, p. 19): “el término doble imposición internacional corresponde a la aplicación por parte de dos o más Estados de impuestos idénticos o semejantes con respecto al mismo concepto o presupuesto sobre un hecho imponible, sujetado a una misma causa, por la totalidad o parte de su importe, pero también puede ser por un mismo periodo de tiempo”.

Atendiendo a estas consideraciones, las causas frecuentes de la doble imposición jurídica internacional es la resultante del ejercicio simultáneo referido a la jurisdicción fiscal por parte de un Estado (país fuente), donde la ganancia se genera, así como del Estado donde se ejecutó la transacción. En Colombia se ha seguido el modelo establecido por las Naciones Unidas para el Comercio Electrónico, con el cual se alinea desde hace más de 20 años, cuando se promulgó la ley 527 (1999), lo cual otorga fundamento jurídico a las transacciones comerciales realizadas por medios electrónicos, que adicionalmente concedió fuerza probatoria a los mensajes de datos.

Se evidencia que esta vinculación permitió establecer jurídica y probatoriamente conceptos asociados al Comercio Electrónico como la firma



digital y los mensajes de datos, entre otros, dentro del régimen legal y probatorio interno, logrando de esta manera estar acorde con las tendencias del derecho internacional privado. Esto favorece la implicancia de los organismos fiscalizadores a los procesos tributarios, con lo que se abrió paso a la creación de entidades certificadoras, al igual que diferentes entidades promotoras del Comercio Electrónico.

En este orden de ideas, todas las transacciones realizadas electrónicamente son gravadas con el IVA, proceso que se produce en el lugar donde se hace el negocio o la compra. En cuanto a la verificación del tributo correspondiente, en Colombia se cuenta con entidades certificadoras nacionales, con apoyo de entidades internacionales que aportan seguridad jurídica a las operaciones y firmas digitales realizadas.

Se destaca que una de las configuraciones para controlar el tributo está asociada a las instrucciones de la Dian, a fin de ejercer un mayor control en las compañías de Courier o cualquiera ejecutora de esta clase de operaciones, para que le trasladen al fisco lo recaudado por estas ventas. La verificación de transacciones a través del comercio electrónico, considera percibir los impuestos reales que el contribuyente deba pagar.

En otro sentido, se ha podido verificar que, así como hay empresas de envíos que cumplen con toda la normativa legal colombiana, también se han detectado empresas ficticias, o de baja reputación que engañan a la gente. Por tal motivo se hace necesario que los organismos del estado, en este caso la DIAN, deban intervenir para evitar una competencia desleal entre los comerciantes que sí cobran y pagan los gravámenes, y aquellos que los evaden. La idea es que las rentas obtenidas por ese comercio electrónico, no se queden en el Ciber espacio.

Por otro lado, las transacciones por internet en Colombia corresponden a un 2,6% del Producto interno Bruto (PIB) (Dinero, 2016). Es por ello que Atuesta & Velásquez (2004), afirman que el Internet como prototipo de una red abierta de comunicaciones, ha propiciado el generalizado desarrollo de una nueva forma de hacer negocios que se ha denominado genéricamente como comercio electrónico o simplemente e-commerce.

Finalmente, con la expedición de la ley 527 de 1999, Colombia se convirtió un país pionero en el ámbito latinoamericano y mundial en dotar el ordenamiento jurídico con reglas claras para el progreso y seguridad del comercio electrónico. Por ejemplo, "(...) se definió y reglamentó el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales y adicionó lo relacionado a documentos de transporte y entidades encargadas de certificar estas firmas.

Como resultado, las configuraciones del comercio electrónico están sustentadas en tres importantes áreas.

Aspecto social



Esto se debe a que el e-commerce es parte de un amplio proceso caracterizado por la globalización de mercados, el desplazamiento hacia una economía basada en el conocimiento y la información, aunado al crecimiento de todo tipo de tecnologías. En este sentido, a la hora de actuar frente al e-commerce, esta mentalidad mucho más abierta es la clave, se espera una actitud flexible y de riesgo. Para mantenerse en un mercado global.

Asimismo, el comercio electrónico altera la relativa importancia del tiempo, acelerando así los ciclos de producción, permitiendo a las empresas ordenar de manera coordinada, también permite a los consumidores realizar transacciones olvidándose del tiempo. Así es como se podría decir que, debido al e-commerce, cambian las estructuras de los negocios, la importancia del tiempo, así como las actividades sociales.

Aspecto laboral

El e-commerce conlleva una nueva línea de actuación en los procesos de negocios, su actividad genera jerarquías de organización más planas con mayor modularidad, pero, además, necesita de una continua formación de sus empleados e interrelación entre las empresas, para navegar en la globalización diaria.

En este contexto, se podría decir que se está ante una nueva forma de vender, ya que el comercio electrónico requiere profesionales preparados en las nuevas técnicas comerciales y de marketing, en una nueva forma de entender los negocios. Por eso, los profesionales preparados para afrontar el reto van a tener que poseer conocimientos multidisciplinarios, aunque, sobre todo, deben tener una sólida base tecnológica.

Seguridad para el comprador y vendedor

Un aspecto relevante de vender a través del e-commerce, es la seguridad requerida por los actores, en el contexto las empresas necesitan proteger la confidencialidad de la información, pero además los usuarios también deberían vigilar lo referente a la protección de sus datos.

Dentro de este marco, se deben investigar los posibles problemas de seguridad, para limitar la posibilidad de acceso a los sistemas informáticos de la empresa. En este sentido proceso o transacción electrónica ejecutada, podría estar resguardada. A este respecto, las empresas deben tener conciencia de los peligros potenciales en la transmisión de información confidencial.

Conclusiones

Las configuraciones del comercio electrónico en Colombia están sujetas a los impuestos vigentes, tomando como criterio que los medios electrónicos



intervinientes no constituyen un hecho generador nuevo y diferente, el cual sea objeto o no de imposición tributaria. Cabe destacar que la doctrina de la DIAN otorga el mismo tratamiento a este tipo de transacciones como al comercio tradicional, por lo que esta entidad reconoce el cambio realizado en la forma de hacer negociaciones, buscando agilizar la contratación mercantil, pero sin modificarse las reglas de juego, a su vez ha ido estipulando los conceptos y hechos generadores de rentas, promoviendo la adaptación las nuevas tendencias del mercado nacional e internacional.

Cabe destacar que la **Cámara Colombiana de Comercio Electrónico** (CCCE, 2017) considera relevante la Ley 1819 del 29 de diciembre de 2016, misma que incluyó una modificación del **Estatuto Tributario**. Respecto al comercio electrónico, la misma CCCE considera que la tributación es una necesidad del Estado Colombiano para poder sufragar sus gastos e inversiones.

Sin embargo, la imposición de tributos no debería lesionar el desarrollo y profundización del comercio electrónico, el cual está floreciendo en el país. Una de las configuraciones más dinámica en este momento, es que la modificatoria incluida en la ley 1819 pretende gravar ciertos movimientos sobre todas aquellas plataformas que no están constituidas en Colombia, pero sus consumidores sí están en el país, tal como lo indica el artículo 178, donde refiere que: “El suministro de páginas web, hosting, almacenamiento en la nube, suministro de software, suministro electrónico de imágenes, de servicios audiovisuales, plataformas de pagos, entre otros, serán gravados y pagarán impuesto al consumo”.

Sin embargo, esta medida, aunque nueva en Colombia, ya en el mundo está implementada en países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Esto implica que se genere problema en el área empresarial del sector que maneja el comercio electrónico, dado que es un impuesto que obedece a estándares internacionales.

En este sentido, la Cámara Colombia de Comercio Electrónico (2017), considera que con la ley 1819 del 2016, se produce un encarecimiento de los servicios online, además de que “generará un freno al emprendimiento digital, pues los desarrolladores colombianos plantearon modelos de negocio asociados a los pagos en el exterior, con plataformas en la nube, y ahora se les incrementarán sus costos y el cobro a los consumidores. De acuerdo con lo planteado anteriormente, son evidentes los diferentes mecanismos que tiene el gobierno nacional para lograr una legislación tributaria más competitiva con los estándares mundiales, siendo la comercialización digital uno de los referentes de la OCDE para la fiscalidad internacional, donde se vincula el comercio electrónico.

En otro sentido, los aspectos sociales que resalta el comercio electrónico está asociado a la evolución que se ha percibido en el mundo, dadas las facilidades de acceso que promueven las tecnologías de información y



comunicación, fomentando que cada vez más haya más ciudadanos haciendo compras y ventas por las redes sociales, esto se debe a que el e-commerce es parte de un amplio proceso caracterizado por la globalización de mercados, el desplazamiento hacia una economía basada en el conocimiento y la información y el gran crecimiento de todo tipo de tecnologías. La clave, es una mentalidad mucho más abierta.

Que conlleva a una nueva línea de actuación en los procesos de negocios, donde se vinculan diferentes profesionales, quienes requieren de una continua formación de sus empleados e interrelación entre las empresas. De igual modo, para mantenerse en un mercado y tener credibilidad, las empresas necesitan proteger la confidencialidad de la información, por lo cual debe existir una política de seguridad para las transacciones.

Referencias bibliográficas

Atuesta, A. & Velásquez, A. (2004). Aspectos generales del comercio electrónico y sus efectos en relación con el impuesto de renta y los deberes tributarios en Colombia. (Tesis de para optar al grado de especialista en derecho tributario). Universidad de la Sabana, Bogotá, Colombia.

Barbosa Mariño, J. D., & Oundjian Barros, A. (2009). La tributación en los negocios internacionales. - REVISTA DE DERECHO PRIVADO 42. UNIVERSIDAD DE LOS ANDES - FACULTAD DE DERECHO. Bogotá Colombia.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/47463/tributacion-negocios-internacionales.pdf?sequence=1>

Bravo García, S., Donado, A., Prieto Pulido, R., Duran, S., & Salazar Araujo, E. (2017). MiPyMEs asociadas y no asociadas: una aproximación a su gestión en innovación y desarrollo tecnológico. *Revista Espacios*, 38(58). Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/a17v38n58p17.pdf>

Cámara de comercio de Bogotá, C. D. C. (2002). Ley 788 de 2002. Diario Oficial 45046 de diciembre 27 de 2002

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/13870/Ley%20788%20de%202002.pdf?sequence=1>

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2017). <https://ecommerce.institute/tag/camara-colombiana-de-comercio-electronico/>



Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2018). CCCE. Cuarto Estudio de Transacciones Digitales en Colombia 2016 – 2017. <https://www.colombiafintech.co/publicaciones/cuarto-estudio-de-transacciones-digitales-en-colombia-2016-2017>.

Congreso de la república. Ley 863 (2003) por la cual se establecen normas tributarias, aduaneras, fiscales y de control para estimular el crecimiento económico y el saneamiento de las finanzas públicas. <http://www.ideam.gov.co/documents/24024/26915/DESCARGAS.pdf/8c0d54b6-593f-4563-a1d3-d6f80b8a2dd9>

Díaz, R., Messano, O., & Petrisans, R. (2003). La brecha digital y sus repercusiones en los países miembros de la Aladi. *ALADI/SEC/Estudio*, 157(1).

Dinero. (2016). El comercio electrónico atraviesa su mejor momento en Colombia. <https://www.semana.com/economia/articulo/mercado-del-comercio-electronico-en-colombia-y-el-mundo-2016/220987/>

Estatuto tributario colombiano (2018). Ecoe ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/01/Estatuto-tributario-2018-1.pdf>

Fernández-Falero, R., Hurtado, M. & Ruano-López, S. (2016). El Comercio electrónico como modelo de sostenibilidad de las televisiones públicas. *Razón y Palabra*, 20(2_93) ,456-472. Recuperado de: <http://ww.revistarazonypalabra.com/index.php/ryp/article/view/28>

Ley 527 (Art. 2) (agosto 18 de 1999). *Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Definiciones.* Diario Oficial 43.673 del 21 de agosto de 1999

Martínez, C. & Sierra, J. (2018), Implicaciones del comercio electrónico con relación a la evasión de impuesto de renta en Colombia. (Tesis de maestría). Universidad Libre seccional Barranquilla.

Moreno, N. (2017). *Contratos electrónicos*. Granada: Editorial Derecho Civil Hoy.

Nieto Melgarejo, P. (2015). Nociones generales sobre el comercio electrónico. Recuperado de:



https://www.academia.edu/8042910/NOCIONES_GENERALES SOBRE_EL_COMERCIO_ELECTRÓNICO

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (1998). La Competencia Fiscal Nociva. Publicación de la OCDE, Paris.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2002). TRIBUTACIÓN FISCAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO – IMPLANTACIÓN DEL MARCO TRIBUTARIO DE LA CONFERENCIA DE OTTAWA. <http://www.oecd.org/ctp/administration/2673607.pdf>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (2015). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo*. Paris, Francia: The International and Ibero-American Foundation for Administration and Public Policies.
- Paiño, A. (2016) ¿Hacia dónde va el comercio electrónico en Colombia? *Polutos*, 4(1), 17-24.
- Rincón, P. & Silva J. (2017). MiPyMEs de Garzón ingresan al negocio del comercio electrónico. *Revista de Investigaciones Agroempresariales*, 2(92), 104.
- Villanueva Castro, L. (2013). *Efectos de la tributación en el comercio electrónico de Lima Metropolitana, periodo 2007-2012*. (Tesis de maestría). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Viloria, A., López, J., Payares, K., Vargas-Mercado, C., Duran, S., Hernández-Palma, H., & David, M.A. (2019). Determinating Student Interactions in a Virtual Learning Environment Using Data Mining. *Procedia Computer Science*, 155, 587-592.
- Watson, R., Pitt, L., Berthon, P. y Zinkhan, G. (2002). U-commerce: expanding the universe of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30, (4), 329-43.