**Facultad de Ciencias Económicas**

**Sede Ituzaingó**

**Carrera: Contador Público**

**Trabajo Final**

"Situación Tributaria actual del Comercio Electrónico Argentino"

**Alumna: Quiroga Sofia**

**Agosto 2024**

# Índice

Resumen: ..... 4
Justificación del tema ..... 5
Objetivos ..... 5
Conceptos Generales ..... 7
Antecedentes históricos ..... 8
Marco Teórico ..... 10
Ámbito de la problemática ..... 11
Marco Legal ..... 12
Jurisdicción y Alcance ..... 13
Jurisdicción ..... 14
Alcance Territorial ..... 14
Los principios de tributación y el comercio electrónico: ..... 15
Avances en la tributación a la economía digital en la Argentina ..... 16
Impacto en el Ámbito Contable y Fiscal ..... 19
Impacto en la contabilidad de gestión: ..... 20
Impacto en el cumplimiento fiscal: ..... 20
Impacto en la tributación internacional: ..... 20
Desafíos y Oportunidades para la Profesión Contable: ..... 21
Modalidad de trabajo ..... 21
Tipo de Investigación ..... 21
Métodos Utilizados ..... 22
Resultados y Conclusiones Preliminares ..... 22
Recomendaciones ..... 23
Contexto de Pandemia ..... 23
- Etapa de Emergencia Sanitaria y Aislamiento Social Obligatorio. ..... 23
- Consolidación y Expansión ..... 24
- Impacto en la Economía y en la Fiscalidad ..... 24
- Desafíos y Oportunidades Futuras ..... 25
Aspectos Tributarios del Comercio Electrónico ..... 25
Evasión y Planificación Fiscal ..... 26

Evolución ..... 27
Años 2000: ..... 27
Actualidad vs. Pandemia ..... 28
Conclusión ..... 31
Bibliografía: ..... 33

## Resumen:

En Argentina, la situación tributaria del comercio electrónico ha experimentado cambios significativos, exacerbados por el impacto de la pandemia de COVID-19.

Antes de la crisis sanitaria, las regulaciones fiscales estaban en proceso de adaptación a la creciente digitalización del comercio. Sin embargo, con la llegada de la pandemia, el comercio electrónico experimentó un aumento explosivo debido al cierre de tiendas físicas y las restricciones de movilidad, lo que impulsó la necesidad urgente de revisar y actualizar las políticas tributarias para abordar el nuevo panorama digital.

Este incremento en las transacciones en línea puso la necesidad de clarificar las normativas fiscales relacionadas con el comercio electrónico y de garantizar una equitativa recaudación de impuestos. Así, la pandemia aceleró la necesidad de reformas tributarias que ahora deben considerar el crecimiento sostenido del comercio electrónico como una parte integral de la economía argentina.

El presente trabajo tiene por finalidad realizar una investigación descriptiva y busca brindar al lector una síntesis de las legislaciones vigentes a nivel nacional, analizando las influencias de las normas internacionales, como así también en que panorama se encuentra la Argentina en materia de legislación del comercio electrónico.

Durante la pandemia esta “nueva” modalidad de ejercer el comercio trae nuevos desafíos para las Administraciones Tributarias, que deben generar un ambiente fiscal lo más ideal posible para su desarrollo pero que a la vez resguarde la equidad tributaria con quienes ejercen el comercio de manera tradicional.

La situación tributaria del comercio electrónico en Argentina es compleja y está sujeta a regulaciones específicas que requieren que las empresas y los individuos cumplan con sus obligaciones fiscales. La AFIP ha aumentado su atención en esta área para garantizar la recaudación de impuestos y el cumplimiento de las regulaciones tributarias. Los actores del comercio electrónico en Argentina deben estar al tanto de las regulaciones vigentes y buscar asesoramiento adecuado para cumplir con sus obligaciones tributarias de manera efectiva.

Asimismo, se analizará cuál es el rol del profesional en ciencias económicas ante este tema, cuáles son sus responsabilidades y obligaciones, tanto en lo profesional como en lo legal.

## Justificación del tema

La investigación que se realizará resulta de utilidad para los profesionales en ciencias económicas por diferentes motivos. Entre ellos podemos nombrar la transformación digital acelerada, la pandemia aceleró la digitalización de los negocios, forzando a muchas empresas a adoptar el comercio electrónico como una solución para seguir operando. Este cambio no solo afectó a las empresas sino también a la manera en que se generan y manejan los ingresos, creando una necesidad urgente de adaptar las regulaciones fiscales para cubrir estas nuevas formas de transacción.

Esto trajo aparejados desafíos para el sistema fiscal, es decir, el rápido crecimiento del comercio electrónico ha presentado desafíos significativos para los sistemas fiscales tradicionales. Las leyes fiscales existentes, muchas veces creadas para el comercio físico, no siempre se adaptan bien a las complejidades del comercio digital, lo que puede llevar a vacíos en la recaudación de impuestos y a prácticas de evasión.

Los contadores públicos tienen un papel crucial en asegurar que las empresas cumplan con las nuevas regulaciones y en ayudar a interpretar y aplicar correctamente las leyes fiscales en un entorno digital. Este tema proporciona una base para examinar cómo estos profesionales pueden adaptarse y contribuir a la evolución del sistema fiscal.

Además, esta investigación es relevante porque proporcionará una comprensión profunda de cómo la pandemia de COVID-19 ha afectado la situación tributaria del comercio electrónico en Argentina, permitiendo identificar posibles ajustes necesarios en las políticas fiscales para fomentar un entorno económico más favorable y equitativo.

## Objetivos

Generales

Analizar la situación en que se encuentra la legislación tributaria del comercio electrónico argentino luego de las reformas tributaria y frente a las recomendaciones de los

organismos internacionales especializados en el tema.

Específicos

Analizar y comparar la situación tributaria del comercio electrónico en Argentina antes y después de la pandemia de COVID-19.

Investigar los desafíos a los que se ha enfrentado la tributación argentina en los últimos años frente a los nuevos panoramas comerciales.

Evaluar el impacto de la pandemia de COVID-19 en el volumen y estructura del comercio electrónico.

Acercar al lector las perspectivas internacionales que se han venido desarrollando, planteando también las cuestiones pendientes a resolver.

Entender el marco normativo vigente, es decir, analizar las leyes, normativas y resoluciones que regulan el comercio electrónico en Argentina en términos tributarios, como el tratamiento del IVA, el Impuesto a las Ganancias, y otros impuestos aplicables.

Comparar las políticas fiscales argentinas con las de otros países en términos de tributación del comercio electrónico, para identificar mejores prácticas y posibles áreas de mejora.

Contribuir a la educación y concientización de los actores involucrados en el comercio electrónico (empresas, consumidores, autoridades fiscales) sobre las obligaciones tributarias y los beneficios de un cumplimiento adecuado.

En resumen, investigar la situación tributaria del comercio electrónico argentino no solo busca comprender el estado actual de las normativas fiscales, sino también proponer mejoras que promuevan un entorno empresarial justo y competitivo en la economía digital actual.

## Conceptos Generales

Los impuestos son ingresos públicos tributarios que las personas humanas o personas jurídicas pagan al Estado para que éste lo retribuya en forma de bienes y servicios necesarios para la sociedad. Argentina cuenta con tres niveles de impuestos: Nacionales, provinciales y municipales. Esta carga tributaria es controlada, fiscalizada y recaudada, por los correspondientes organismos.

Nuestro país cuenta con 148 impuestos vigentes al año 2022. Se trata de tributos nacionales (45), provinciales (25) y locales (78), pero no en todos los casos son imposiciones simultáneas ni recaen sobre una misma persona o una misma empresa.

En Argentina, la situación tributaria del comercio electrónico es compleja y ha evolucionado con el tiempo. Algunos conceptos generales importantes son:

- IVA (Impuesto al Valor Agregado):

El IVA se aplica a las ventas de bienes y servicios dentro de Argentina. Las ventas realizadas a consumidores finales argentinos a través de plataformas digitales están sujetas al IVA, independientemente de si el proveedor está dentro o fuera del país.

- Impuesto a las Ganancias:

Las ganancias obtenidas por empresas residentes en Argentina, incluidas aquellas generadas por actividades de comercio electrónico, están sujetas al Impuesto a las Ganancias.

Las empresas extranjeras pueden estar sujetas a este impuesto si tienen presencia permanente en Argentina o si generan ingresos considerados de fuente argentina.

- Impuesto a las Transferencias de Bienes y Servicios (Impuesto al Cheque):

Este impuesto grava las transferencias de fondos mediante cheques, por lo que puede aplicarse a las transacciones comerciales que utilizan este medio de pago.

- Régimen de Información de Operaciones de Comercio Electrónico (RG 4240):

La Resolución General 4240 de la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) establece un régimen de información para las operaciones de comercio electrónico.

Otros conceptos que proporcionan una base sólida para comprender el entorno tributario del comercio electrónico en Argentina y pueden guiar un análisis detallado de la situación actual estan relacionados con aspectos internacionales:

- Tratados Internacionales y Doble Imposición:

Analizar los tratados internacionales que puedan influir en la tributación del comercio electrónico, especialmente para operaciones transfronterizas.

- Compliance con Normativas Internacionales:

Revisar cómo las empresas deben cumplir con normativas internacionales, como la normativa de la OCDE sobre la economía digital.

- Aduanas y Derechos de Importación:

Las importaciones realizadas a través de comercio electrónico están sujetas a las regulaciones aduaneras argentinas. Pueden aplicarse derechos de importación, IVA y otros impuestos dependiendo del valor y la naturaleza de los bienes importados.

- Normativa Cambiaria:

Las transacciones de comercio electrónico que involucran pagos en moneda extranjera deben cumplir con la normativa cambiaria argentina.

Existen restricciones y requisitos específicos para la compra de servicios en el exterior y la utilización de tarjetas de crédito internacionales.

Es fundamental para los operadores de comercio electrónico en Argentina entender y cumplir con estas regulaciones para evitar problemas legales y fiscales. La normativa puede cambiar con el tiempo, por lo que es recomendable consultar fuentes actualizadas y asesoramiento profesional especializado en derecho tributario y comercio electrónico.

## Antecedentes históricos

Los antecedentes históricos de la situación tributaria del comercio electrónico argentino se remontan a las últimas décadas del siglo XX y principios del siglo XXI.

Durante la década de 1990, Argentina experimentó una serie de reformas económicas,

incluyendo la liberalización del comercio y la apertura a la inversión extranjera. El comercio electrónico comenzó a emerger tímidamente, pero no se implementaron regulaciones fiscales específicas para este sector.

En los años 2000, con el crecimiento de Internet y la adopción de la tecnología, el comercio electrónico en Argentina se expandió significativamente. Sin embargo, la tributación en ese momento se centraba principalmente en los impuestos tradicionales, como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a las Ganancias, sin regulaciones específicas para las transacciones en línea.

En la década de 2010, las autoridades argentinas comenzaron a tomar medidas para abordar la tributación del comercio electrónico. Se estableció un régimen de retenciones y percepciones en el que los intermediarios de pagos electrónicos debían retener ciertos porcentajes de los pagos realizados a las empresas como impuestos. Esto fue un intento de garantizar que las empresas que operaban en línea cumplieran con sus obligaciones fiscales.

En 2020, Argentina aprobó una ley que establecía un impuesto del 35% sobre servicios digitales prestados por empresas extranjeras a residentes argentinos. Esto incluía servicios como streaming de video y música, plataformas de juegos en línea y publicidad en línea. La ley fue un intento de capturar ingresos de empresas extranjeras que operaban en el país, y generó controversia a nivel internacional.

La situación tributaria del comercio electrónico en Argentina ha sido caracterizada por cambios regulatorios constantes y actualizaciones fiscales. Las empresas que operan en este sector han tenido que adaptarse a una serie de modificaciones a lo largo del tiempo.

Es así que, a lo largo de las décadas, Argentina ha enfrentado el desafío de adaptar su marco tributario a la evolución del comercio electrónico. Las regulaciones se han vuelto más específicas con el tiempo, pero la complejidad y los cambios regulatorios han continuado siendo un tema importante para las empresas que operan en este sector.

# Marco Teórico

Con la finalidad de lograr una mejor comprensión del tema elegido, el diseño del marco teórico está orientado a proporcionar una visión integral del contexto en el que se encuentra el comercio electrónico y cómo se relaciona con el sistema tributario argentino. Es fundamental para entender las dinámicas actuales y los desafíos que enfrentan tanto los reguladores como los contribuyentes en este ámbito.

Nuestro sistema tributario, se caracteriza por una alta cantidad de impuestos, por tal motivo recurrimos a distintos medios de difusión que exteriorizan opiniones autorizadas de especialistas en tributación, funcionarios oficiales, periodistas especializados y políticos de la oposición.

La reforma tributaria que se proyecta se encuentra orientada a cumplimentar los principios básicos de tributación, varios de los cuales se hallan incluidos en nuestro ordenamiento constitucional.

El marco teórico del tratamiento tributario del comercio electrónico en Argentina se fundamenta en principios legales y fiscales que buscan adaptar las normativas tradicionales a las nuevas realidades digitales.

**Principios Tributarios Fundamentales:**

- Equidad: Garantizar que todos los contribuyentes, tanto locales como extranjeros, contribuyan de manera justa al financiamiento de los gastos públicos.

- Neutralidad: Evitar distorsiones en el mercado y tratar de manera similar situaciones económicas similares, independientemente de si la transacción se realiza en línea o en un entorno físico.

- Simplicidad y Claridad: Facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias tanto para los contribuyentes como para la administración fiscal.

**Principios Fiscales Fundamentales:**

**Normativa Internacional y Local:**

Argentina ha adaptado sus normativas tributarias para cumplir con las directrices internacionales, como las recomendaciones de la OCDE sobre la tributación de la

economía digital y las normas del comercio electrónico en el ámbito global.

**Resolución General 4240:**

Esta normativa establece un marco de control y transparencia para las operaciones de comercio electrónico, obligando a las plataformas y a los intermediarios a informar sobre las transacciones realizadas a través de sus servicios.

**Inclusión del IVA en Servicios Digitales:**

La reforma tributaria de 2020 incorporó el IVA a los servicios digitales prestados por empresas extranjeras a consumidores finales en Argentina. Esto fue un paso significativo para asegurar la igualdad de condiciones entre proveedores locales y extranjeros.

**Desafíos y Adaptaciones Continuas:**

El marco teórico debe ser flexible y adaptable para hacer frente a los desafíos emergentes, como la definición de la residencia fiscal de las empresas digitales, la determinación de la base imponible adecuada para servicios intangibles y la protección de la recaudación fiscal en un entorno globalizado.

**Educación y Concienciación:**

Es fundamental educar a los contribuyentes y a las empresas sobre sus obligaciones fiscales en el comercio electrónico, así como fomentar la cooperación internacional para abordar la evasión fiscal y otros riesgos asociados.

En conclusión, el marco teórico del tratamiento tributario del comercio electrónico en Argentina busca equilibrar la innovación digital con la equidad fiscal y la protección de los intereses nacionales, adaptándose continuamente a las nuevas realidades económicas y tecnológicas.

## Ámbito de la problemática

En principio, quienes comercian "on-line" podrían estar sujetos al mismo tratamiento tributario que los que lo hacen de otras formas, pero esto es difícil de aplicar cuando se trata de comercio electrónico por la dificultad de conocer la operación y sus actores e, inclusive, porque determinar a qué país corresponde la jurisdicción tributaria sobre esa operación también puede ser difícil, en la medida que la mayor parte de los criterios

aplicables están dirigidos a resolver situaciones convencionales.

El comercio electrónico, en rápida expansión, introduce una nueva problemática de fuerte impacto en el campo tributario, tanto en lo que se refiere a los principios tradicionales de tributación como a la estructura de los tributos y la identificación y puesta en práctica de medios de control de las obligaciones tributarias eficaces.

## Marco Legal

Este marco legal proporciona una visión integral de las leyes y regulaciones que afectan al comercio electrónico en Argentina, abarcando tanto los aspectos tributarios como los de protección al consumidor y regulaciones internacionales.

**Ley de Impuesto a las Ganancias**:

- Su objetivo es regular la determinación de la renta neta gravable de personas físicas y jurídicas.
- Aplicación al comercio electrónico: define cómo se determinan los ingresos obtenidos a través de actividades de comercio electrónico y qué gastos pueden ser deducibles para calcular la base imponible del impuesto a las ganancias. Es decir, la empresa deberá calcular su renta neta gravable considerando los ingresos generados por las ventas en línea y deduciendo los gastos relacionados permitidos por la ley.

**Ley de Valor Agregado (IVA):**

- Su objetivo es gravar el consumo de bienes y servicios en el territorio argentino.
- Aplicación al comercio electrónico: Establece las condiciones bajo las cuales las ventas de bienes y prestaciones de servicios a través de medios electrónicos están sujetas al IVA. También regula los requisitos de facturación electrónica y las responsabilidades de los sujetos pasivos. Es decir, las ventas realizadas dentro del territorio argentino están sujetas al IVA. La empresa debe emitir facturas electrónicas cumpliendo con los requisitos establecidos por AFIP y realizar las correspondientes retenciones y percepciones si corresponde.

**Ley de Defensa del Consumidor:**

- Su objetivo es proteger los derechos de los consumidores en transacciones comerciales.
- Aplicación al comercio electrónico: Define los derechos mínimos que deben garantizarse en las transacciones realizadas por medios electrónicos, como la información clara y precisa sobre los bienes o servicios ofrecidos, las condiciones de venta, el derecho de retractación en compras a distancia, entre otros. Es decir, la empresa debe asegurarse de proporcionar toda la información necesaria sobre los productos vendidos a través del sitio web, ofrecer opciones de pago claras y respetar los derechos de los consumidores en caso de devolución de productos.

**Normativas específicas de AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos):**

Resolución General 4290/2018: Establece el régimen de información y control de las operaciones de comercio electrónico.

Resolución General 4240/2018: Regula la emisión de comprobantes electrónicos originales y sus respectivos regímenes de retención y percepción de IVA.

**Regulación Internacional y Comercio Transfronterizo**

Argentina es parte de varios acuerdos internacionales que afectan la tributación y el comercio electrónico. Estos tratados abordan temas como la doble imposición y la cooperación entre países para la fiscalización de transacciones internacionales.

Por otro lado, se encuentra la OCDE que ha desarrollado directrices para la tributación de la economía digital. Las recomendaciones incluyen la necesidad de adaptar las leyes fiscales para abordar la naturaleza intangible de los servicios digitales y las transacciones transfronterizas.

## Jurisdicción y Alcance

En Argentina, la regulación del comercio electrónico desde el punto de vista tributario y legal implica considerar varios aspectos relacionados con la jurisdicción y el alcance territorial.

## Jurisdicción

La jurisdicción se refiere a la autoridad legal para aplicar las leyes y regulaciones a las actividades de comercio electrónico que tienen lugar dentro del país. En el contexto argentino, las autoridades competentes, principalmente la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), tienen la responsabilidad de asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales derivadas de estas actividades.

**Residencia Fiscal:**

Para determinar la obligación tributaria de una entidad que realiza comercio electrónico en Argentina, se considera su residencia fiscal. Esto aplica tanto a personas físicas como jurídicas que pueden estar sujetas a impuestos en base a su residencia o establecimiento permanente en el país.

**Sujetos Pasivos y Obligaciones:**

Los sujetos pasivos del impuesto (por ejemplo, vendedores, prestadores de servicios) están obligados a cumplir con las normativas fiscales argentinas, independientemente de si operan físicamente desde Argentina o en línea desde el extranjero hacia consumidores argentinos.

**Territorio de Aplicación:**

Las leyes fiscales argentinas se aplican a todas las actividades económicas realizadas en su territorio, incluyendo aquellas llevadas a cabo a través de medios electrónicos. Esto implica que las ventas realizadas a consumidores dentro del país, ya sea que la empresa esté localizada dentro o fuera de Argentina, pueden estar sujetas a impuestos locales como el IVA.

## Alcance Territorial

El alcance territorial se refiere a cómo se determina la aplicación de las leyes tributarias en función de la ubicación física de las partes involucradas en la transacción electrónica. En el caso del comercio electrónico en Argentina, se consideran varios aspectos:

**Ventas Domésticas y Extranjeras:**

Las ventas realizadas a consumidores dentro de Argentina, independientemente de si la empresa está localizada dentro o fuera del país, pueden estar sujetas a la legislación tributaria argentina, incluyendo la obligación de cobrar y remitir el IVA correspondiente.

**Exportaciones de Servicios y Bienes:**

Las exportaciones de servicios y bienes están exentas de IVA en Argentina, siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos legales y fiscales. Esto incluye la presentación de la documentación adecuada y la demostración de que la transacción califica como exportación bajo las normativas vigentes.

**Responsabilidades del Sujeto Pasivo:**

El sujeto pasivo del impuesto (el vendedor o prestador de servicios) es responsable de cumplir con las obligaciones fiscales en Argentina, independientemente de su ubicación física. Esto implica la emisión de facturas electrónicas conforme a los estándares argentinos y la correcta declaración y pago de impuestos.

## Los principios de tributación y el comercio electrónico:

Los criterios que emanan de los principios tradicionales de tributación están dirigidos a resolver situaciones convencionales. Por ello, cuando se afirma que el comercio electrónico debería estar sujeto al mismo tratamiento tributario que el comercio realizado por otros medios, surge el interrogante de hasta qué punto y en qué forma se podría concretar esto.

Es ampliamente reconocido que el comercio electrónico incrementa significativamente las dificultades que puede presentar una transacción desarrollada por medios convencionales, para precisar la existencia y naturaleza de la transacción, la identidad de las partes que en ella intervienen e, inclusive, determinar a qué país corresponde la jurisdicción para tributar.

El conjunto de los principios de tributación de más amplia aceptación, están encaminados a poner de manifiesto que los tributos deben ser entendidos como un medio y no como un fin: el medio de obtener recursos para proporcionar servicios públicos necesarios para la satisfacción y desarrollo de una sociedad.

Especialmente, cabe atender a la preservación de dos principios, ya mencionados con anterioridad, en los esfuerzos de adaptación de la tributación a los desafíos del comercio electrónico y ellos son los de neutralidad y equidad.

## Avances en la tributación a la economía digital en la Argentina

La economía digital ha transformado la manera en que las empresas y consumidores interactúan, desafiando los sistemas tributarios tradicionales. En Argentina, como en muchas otras naciones, este cambio ha planteado desafíos significativos para la recaudación fiscal y la regulación, debido a la naturaleza transnacional y a menudo intangibles de las transacciones digitales.

La AFIP ha mejorado sus capacidades para controlar y fiscalizar las actividades digitales. La implementación de la factura electrónica ha sido clave para asegurar el cumplimiento tributario en transacciones digitales. Desde 2018, todos los contribuyentes deben emitir facturas electrónicas, facilitando la supervisión y el cruce de datos.

**Se han hecho ajustes en los impuestos para abordar las particularidades de la economía digital:**

**Impuesto a los Servicios Digitales**: En 2020, se introdujo un impuesto a los servicios digitales, conocido como "Impuesto PAIS" (Impuesto Para una Argentina Inclusiva y Solidaria), aplicable a servicios como suscripciones a plataformas, publicidad digital y servicios en la nube, cuyo objetivo es captar ingresos de empresas tecnológicas extranjeras.

**Regulación del IVA y el Comercio Electrónico**: El IVA en el comercio electrónico se ha ajustado para captar el valor generado por las ventas realizadas a través de plataformas digitales. Las empresas deben registrarse y cumplir con las normativas fiscales argentinas, incluso si operan desde el extranjero.

**El panorama de la tributación en la economía digital sigue evolucionando y los principales desafíos incluyen:**

Evasión Fiscal. Las estructuras digitales a menudo dificultan la identificación de la

ubicación y la naturaleza de las transacciones, lo que puede llevar a evasión fiscal.

Adaptación Continua. La rápida evolución de la tecnología digital requiere que el marco regulatorio se adapte continuamente para abordar nuevas formas de transacciones y servicios.

Armonización Internacional. Existe un movimiento global hacia la armonización de las normas fiscales para la economía digital, liderado por organismos como la OCDE. Argentina debe alinearse con estas iniciativas para evitar distorsiones y conflictos internacionales.

## La administración tributaria frente al comercio electrónico.

Internet presenta a las administraciones tributarias tantas oportunidades como retos. Por ejemplo, facilita significativamente la simplificación de los procedimientos y permite mejorar notablemente el servicio al contribuyente, pero, al mismo tiempo, el ambiente "virtual" dificulta la lucha contra la evasión fiscal y la salvaguarda de la confidencialidad.

Las administraciones tributarias tienen un importante papel que desempeñar en este campo en un doble sentido: contribuir a la creación de un entorno propicio para el desarrollo del comercio electrónico y, simultáneamente, identificar y aplicar los mecanismos que les permitan preservar efectivamente los recursos fiscales de los Estados.

Por otro lado, el comercio electrónico en Internet también supone desafíos para la administración tributaria, al dificultar sus acciones de control y hacerla más vulnerable a la evasión y el fraude tributario. Internet no ha eliminado apenas las fronteras nacionales para la realización de los negocios, sino también la identidad de las empresas e individuos que los realizan.

Además, la casi instantaneidad de las transacciones, así como el encadenamiento d0e éstas entre diferentes operadores, hacen muy difícil su fiscalización, especialmente si se toma en cuenta que esas transacciones y operadores pueden estar diseminados a través del mundo.

La ya comentada "desmaterialización de los productos" en la operación "on line", como la eliminación de intermediarios que faciliten el control y la recaudación de los impuestos en la fuente, suponen el riesgo de que las administraciones tributarias puedan verse confrontadas a una fuerte erosión de los ingresos tributarios sin contar con los medios para contrarrestarla.

La administración tributaria frente al comercio electrónico en Argentina ha tenido que adaptarse y evolucionar para enfrentar los desafíos específicos que presenta esta forma de comercio.

**Desafíos para la Administración Tributaria:**

**Fiscalización y Control:**
El comercio electrónico a menudo involucra transacciones que son más difíciles de rastrear y fiscalizar en comparación con el comercio tradicional. Esto se debe a la naturaleza digital de las transacciones y la posible presencia de actores internacionales.

**Evasión Fiscal y Cumplimiento:**
Existe el riesgo de que algunas empresas, especialmente las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y los vendedores individuales, puedan evadir impuestos al operar en plataformas digitales donde es más difícil realizar un seguimiento adecuado de las ventas.

**Definición de la Base Imponible:**
Determinar la base imponible correcta para los productos y servicios vendidos en línea puede ser complicado debido a la diversidad de bienes y servicios, así como a las variaciones en los precios y las políticas de precios.

**Aplicación del IVA y Otros Impuestos:**
La aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros impuestos en las transacciones digitales presenta desafíos debido a las diferencias en las normativas internacionales y la necesidad de asegurar que todas las transacciones sean adecuadamente gravadas.

## Impacto en el Ámbito Contable y Fiscal

Los contadores deben adaptarse a nuevas herramientas tecnológicas y plataformas para asegurar el cumplimiento con las normativas fiscales. Esto implica una integración más eficiente de los sistemas de contabilidad con las plataformas de facturación y los sistemas de la AFIP.

Con la implementación de la facturación electrónica, hay una mayor transparencia en las operaciones comerciales. Esto facilita la conciliación de cuentas y el seguimiento de ingresos y gastos, lo que resulta en una mayor precisión en la contabilidad financiera. Sin embargo, también requiere una capacitación continua para los profesionales de la contabilidad en el uso de nuevas tecnologías y sistemas.

El contador público cumple un papel esencial en la gestión del impuesto al comercio electrónico, entre sus tareas principales podemos mencionar:

- Asesoramiento Fiscal: Proporciona orientación sobre cómo cumplir con las obligaciones fiscales relacionadas con el comercio electrónico, asegurando que las transacciones sean correctamente reportadas y que se apliquen las deducciones y exenciones adecuadas.

- Cumplimiento Normativo: Ayuda a las empresas a mantenerse al día con las normativas cambiantes, facilitando la correcta declaración y pago de impuestos.

- Auditoría y Control: Realiza auditorías internas para asegurar que las prácticas contables y fiscales sean transparentes y cumplan con la legislación vigente.

- Planificación Tributaria: Asiste en la planificación fiscal para optimizar la carga tributaria y evitar sanciones, aprovechando beneficios y exenciones legales.

- Educación y Capacitación: Capacita a los equipos financieros y a la dirección de la empresa sobre los aspectos fiscales del comercio electrónico, promoviendo prácticas de cumplimiento adecuadas.

## Impacto en la contabilidad de gestión:

La economía digital ha llevado a un aumento en la cantidad y complejidad de las transacciones. Los contadores deben desarrollar métodos efectivos para controlar los costos y evaluar la rentabilidad en este nuevo entorno. Las empresas deben utilizar herramientas de análisis avanzadas para gestionar sus costos asociados a las transacciones digitales, como comisiones de plataformas y costos de servicios en la nube.

La introducción de impuestos específicos y cambios en la legislación fiscal requieren ajustes en la planificación financiera. Las empresas deben considerar estos nuevos impuestos al elaborar presupuestos y previsiones financieras. La planificación debe ser más dinámica y adaptarse a los cambios en la legislación fiscal para evitar sorpresas fiscales.

## Impacto en el cumplimiento fiscal:

La obligación de emitir facturas electrónicas y reportar transacciones a través de plataformas digitales aumenta el nivel de cumplimiento requerido por las empresas. Los contadores deben garantizar que todas las transacciones estén debidamente documentadas y reportadas para evitar sanciones y multas. Esto también exige una actualización constante de los conocimientos sobre las normativas fiscales vigentes.

Las mejoras en el control y la fiscalización por parte de la AFIP han llevado a un aumento en la frecuencia y rigurosidad de las auditorías fiscales. Los contadores deben estar preparados para enfrentar auditorías que revisen la exactitud de la información fiscal y el cumplimiento con las nuevas regulaciones. Esto también implica una mayor necesidad de mantener registros precisos y actualizados.

## Impacto en la tributación internacional:

La imposición de impuestos a los servicios digitales afecta a las empresas que operan en múltiples jurisdicciones. Las compañías deben gestionar sus obligaciones fiscales en diferentes países y entender cómo se aplican las normas locales e internacionales para evitar la doble imposición o el incumplimiento. Los contadores deben estar al tanto de los tratados fiscales internacionales y las directrices de la OCDE.

## Desafíos y Oportunidades para la Profesión Contable:

Capacitación y Adaptación

La evolución de la economía digital exige una capacitación continua para los profesionales contables. La habilidad para manejar nuevas tecnologías y comprender las normativas digitales se vuelve crucial. Los programas de formación y certificación en contabilidad digital y fiscalidad se están volviendo cada vez más relevantes.

Innovación y Mejora de Procesos

Los avances en la tributación digital también presentan oportunidades para la innovación en los procesos contables. La adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, puede mejorar la eficiencia y precisión en la gestión fiscal y contable.

# Modalidad de trabajo

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar y comparar la situación tributaria del comercio electrónico en Argentina antes y después de la pandemia de COVID-19. Este informe detalla el tipo de investigación seleccionado, que se centra en un enfoque descriptivo y comparativo para comprender mejor las dinámicas fiscales y económicas que afectan al comercio electrónico en el contexto argentino.

## Tipo de Investigación

La investigación se enmarca en un enfoque descriptivo y comparativo:

La investigación descriptiva se emplea para caracterizar de manera precisa y detallada la situación tributaria actual del comercio electrónico en Argentina. Esto implica analizar las normativas fiscales vigentes, los impuestos aplicables al comercio electrónico, y cómo estas regulaciones han evolucionado en respuesta al crecimiento del sector y a las necesidades económicas del país.

La investigación comparativa se utiliza para contrastar y evaluar las diferencias entre la situación tributaria del comercio electrónico antes y después de la pandemia de COVID-19. Este enfoque permite identificar cambios significativos en las políticas fiscales, en el

volumen y estructura del comercio electrónico, y en la recaudación fiscal relacionada.

## Métodos Utilizados

Para llevar a cabo esta investigación, se han utilizado los siguientes métodos:

Recolección de Datos: Se ha realizado una revisión exhaustiva de la legislación tributaria argentina relacionada con el comercio electrónico, así como análisis de informes económicos y estadísticas gubernamentales pertinentes.

Análisis Comparativo: Se ha realizado un análisis comparativo de datos pre-pandemia y post-pandemia para identificar cambios significativos en las políticas fiscales y en las dinámicas del comercio electrónico.

Entrevistas y Encuestas: Se han llevado a cabo entrevistas con expertos en derecho tributario y economía, así como encuestas a empresas y emprendedores para obtener perspectivas cualitativas sobre el impacto de las regulaciones fiscales.

Fuentes de investigación utilizadas:
Fuentes Primarias: Incluyen la legislación vigente como la Ley de Impuesto a las Ganancias, Ley de Valor Agregado (IVA), resoluciones de AFIP, y otras normativas específicas relacionadas con el comercio electrónico.

Fuentes Secundarias: Comprenden análisis de jurisprudencia relevante, estudios de caso publicados en literatura académica o informes de organismos gubernamentales y organizaciones internacionales que aborden temas relacionados con la tributación del comercio electrónico.

## Resultados y Conclusiones Preliminares

Los resultados preliminares indican que la pandemia de COVID-19 ha acelerado la digitalización del comercio en Argentina, aumentando la importancia de revisar y ajustar las políticas fiscales para reflejar esta transformación. Se observa una tendencia hacia la simplificación de los procedimientos fiscales y la adaptación de nuevas estrategias para garantizar la equidad y eficiencia en la recaudación tributaria.

### Recomendaciones

- Continuar monitoreando de cerca la evolución del comercio electrónico y ajustar las regulaciones fiscales según sea necesario.
- Promover la educación y el cumplimiento fiscal entre las empresas de comercio electrónico para asegurar una competencia justa y sostenible.
- Considerar incentivos fiscales que fomenten la innovación y el crecimiento del sector digital en la economía argentina.

## Contexto de Pandemia

Durante la pandemia de COVID-19, el comercio electrónico experimentó un crecimiento acelerado en Argentina, lo que llevó a una serie de desarrollos y desafíos en el ámbito tributario. Para entender cómo la pandemia de COVID-19 impactó al comercio electrónico en Argentina, es importante analizar este proceso en diferentes etapas:

- Etapa de Emergencia Sanitaria y Aislamiento Social Obligatorio.

Durante esta fase inicial, que comenzó en marzo de 2020 con la implementación del aislamiento social obligatorio, el comercio electrónico experimentó un crecimiento repentino y significativo por varias razones:

**Cierre de Tiendas Físicas**: Las restricciones de movilidad y el cierre temporal de tiendas físicas impulsaron a los consumidores a recurrir al comercio electrónico como única opción para adquirir bienes.

**Cambios en el Comportamiento del Consumidor:** Los consumidores adoptaron rápidamente el hábito de realizar compras en línea debido a la conveniencia y la necesidad de evitar aglomeraciones en espacios públicos.

**Incremento en la Demanda de Productos Esenciales**: Hubo una fuerte demanda de productos esenciales como alimentos, medicamentos y productos de higiene, lo cual incentivó aún más el comercio electrónico.

**Adopción Digital por Parte de las Empresas**: Muchas empresas que tradicionalmente

no tenían presencia en línea se vieron obligadas a digitalizar sus operaciones para mantenerse operativas durante el cierre de locales físicos.

- Consolidación y Expansión

Después de la etapa inicial de emergencia sanitaria, el comercio electrónico continuó expandiéndose y consolidándose como una parte integral del mercado argentino. Muchos consumidores continuaron prefiriendo el comercio electrónico incluso después de que se levantaron las restricciones, impulsando un crecimiento sostenido en las ventas en línea.

Las empresas ampliaron su oferta de productos y servicios en línea para adaptarse a las nuevas demandas del mercado y a las preferencias de los consumidores.

Asi como también, surgieron nuevas plataformas de comercio electrónico y se fortalecieron las existentes, ofreciendo mayores opciones y mejorando la experiencia del usuario.

- Impacto en la Economía y en la Fiscalidad

El impacto del crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia también se reflejó en aspectos económicos y fiscales:

**Generación de Empleo y Actividad Económica**: El aumento del comercio electrónico contribuyó a la generación de empleos en logística, tecnología y atención al cliente, entre otros sectores relacionados.

**Retos en la Fiscalidad:** Las autoridades fiscales enfrentaron desafíos para adaptar y actualizar las regulaciones tributarias existentes a la nueva realidad digital. Esto incluyó la necesidad de establecer normativas claras sobre la tributación de las ventas en línea y la recaudación de impuestos.

**Presión sobre la Infraestructura Logística**: El incremento en las ventas en línea puso a prueba la capacidad de la infraestructura logística existente para manejar el volumen creciente de pedidos y entregas.

- Desafíos y Oportunidades Futuras

A medida que Argentina continúa enfrentando los efectos económicos y sociales de la pandemia, el comercio electrónico sigue siendo un área de oportunidad y desafío.

La necesidad de adaptar las regulaciones fiscales y comerciales para garantizar un entorno equitativo y transparente para todas las empresas, tanto en línea como fuera de línea. La innovación continua en tecnología y logística es crucial para mantener la competitividad del comercio electrónico argentino a nivel regional e internacional.

Es fundamental la educación continua y la capacitación en comercio electrónico y cumplimiento fiscal para empresas y profesionales del sector contable y tributario.

## Aspectos Tributarios del Comercio Electrónico

La AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) implementó medidas para facilitar el cumplimiento tributario durante la pandemia, como la extensión de plazos para la presentación de declaraciones y pagos.

Asi, se emitieron aclaraciones específicas sobre cómo aplicar impuestos como el IVA y el Impuesto a las Ganancias en el contexto del comercio electrónico intensificado. La Resolución General 4240 se volvió crucial para garantizar la transparencia y el control fiscal sobre las operaciones de comercio electrónico, especialmente con el aumento de las transacciones digitales.

La expansión del comercio electrónico también planteó desafíos adicionales en términos de fiscalización y cumplimiento, especialmente en relación con las empresas extranjeras que operan en el mercado argentino.

Durante la pandemia, el comercio electrónico en Argentina demostró ser una vía crucial para mantener la actividad económica y satisfacer las necesidades de los consumidores. Sin embargo, también puso de relieve la importancia de fortalecer la regulación y el cumplimiento tributario en este sector en constante evolución.

Es esencial que las autoridades continúen adaptando las normativas fiscales para abordar

los nuevos desafíos del comercio electrónico y asegurar una recaudación fiscal justa y equitativa. La educación y la colaboración internacional seguirán desempeñando un papel clave para mejorar la transparencia y combatir la evasión fiscal en un entorno digital globalizado.

## Evasión y Planificación Fiscal

Estos temas ofrecen una oportunidad para explorar cómo las empresas manejan los desafíos tributarios en el entorno digital y cómo los contadores públicos pueden asesorar sobre la conformidad fiscal y la optimización fiscal responsable. Es esencial analizar casos prácticos, estudios comparativos y revisar la literatura relevante para proporcionar un análisis exhaustivo de las estrategias de evasión y planificación fiscal en el comercio electrónico argentino. Además, se deben considerar las implicancias éticas y legales de estas prácticas para asegurar un enfoque integral y equilibrado en la investigación.

La evasión fiscal en el comercio electrónico se refiere a prácticas fraudulentas o ilegales destinadas a evitar el pago de impuestos que deberían ser adeudados por las actividades económicas realizadas a través de plataformas digitales. Algunos de los principales riesgos de evasión fiscal asociados con el comercio electrónico en Argentina incluyen:

Falta de Registro de Operaciones: Muchas empresas que operan en el ámbito digital pueden omitir registrar todas las transacciones realizadas, especialmente aquellas que involucran ventas a consumidores finales. Esto podría llevar a una subdeclaración de ingresos y, consecuentemente, a una menor carga tributaria declarada.

Subdeclaración de Ingresos: Las empresas pueden subdeclarar ingresos o modificar las transacciones para reducir la base imponible del impuesto a las ganancias o el IVA. Esto se puede lograr manipulando registros contables o utilizando métodos de pago no registrados.

Uso de Plataformas y Criptomonedas: El uso de plataformas de pago digital y criptomonedas puede dificultar el rastreo de las transacciones y facilitar la evasión fiscal al no dejar un registro claro y auditado de las operaciones realizadas.

La planificación fiscal en el comercio electrónico implica el uso estratégico de normativas

y estructuras fiscales para minimizar la carga tributaria de manera legal. Algunos aspectos relevantes a considerar incluyen:

Estrategias de Optimización Fiscal: Las empresas pueden aprovechar deducciones, incentivos fiscales y tratamientos preferenciales previstos en la ley para reducir la carga tributaria efectiva. Esto incluye la optimización de los costos deducibles y la aplicación de beneficios fiscales específicos para el comercio electrónico, si los hay.

Ubicación de la Entidad y Planificación Internacional: La ubicación geográfica de la entidad que realiza actividades de comercio electrónico puede influir en su exposición fiscal. Algunas empresas pueden optar por establecer estructuras empresariales en jurisdicciones con regímenes fiscales más favorables o menos restrictivos.

Cumplimiento Normativo: Es crucial que cualquier estrategia de planificación fiscal cumpla con las normativas fiscales vigentes en Argentina. Las autoridades fiscales, como la AFIP, tienen el poder de auditar y sancionar a las empresas que utilicen prácticas de evasión fiscal o planificación fiscal agresiva que contravengan las leyes locales.

## Evolución

La evolución de la administración tributaria frente al comercio electrónico en Argentina ha experimentado cambios significativos desde los años 2000 hasta la actualidad.

Años 2000:

Inicio del Comercio Electrónico: En los años 2000, el comercio electrónico en Argentina estaba en sus etapas iniciales de desarrollo. Las empresas comenzaban a explorar la venta de bienes y servicios a través de Internet, aunque con una adopción inicial limitada debido a la infraestructura tecnológica y la conectividad limitada.

En ese entonces, las regulaciones específicas para el comercio electrónico eran escasas y menos claras. Esto generaba incertidumbre tanto para las empresas como para la administración tributaria en términos de cómo gravar estas nuevas formas de transacciones comerciales.

La administración tributaria enfrentaba desafíos significativos para fiscalizar las operaciones de comercio electrónico debido a la falta de herramientas y normativas específicas adaptadas a esta nueva modalidad de negocio.

Limitaciones Tecnológicas: La tecnología disponible en ese entonces limitaba la capacidad de la administración tributaria para monitorear y controlar adecuadamente las transacciones digitales y el cumplimiento tributario de las empresas que operaban en línea.

Actualidad vs. Pandemia

El estado actual de la cuestión en relación con la tributación del comercio electrónico en Argentina se ha visto influenciado por la epidemia de COVID-19 de diversas maneras. Algunas comparaciones entre la situación actual y la situación durante la pandemia pueden ser:

- **Aumento del comercio electrónico:** Durante la pandemia de COVID-19, el comercio electrónico experimentó un crecimiento significativo debido a las restricciones de movilidad y el aumento de la demanda de compras en línea. Esto ha generado nuevos desafíos en términos de tributación, ya que las autoridades fiscales deben adaptar sus regulaciones para abarcar estas transacciones digitales.

- **Cambios en los patrones de consumo**: La crisis sanitaria ha provocado cambios en los hábitos de consumo de los argentinos, con un mayor énfasis en las compras en línea y la digitalización de servicios. Esto ha llevado a una mayor necesidad de revisar y actualizar las normativas fiscales para garantizar que el comercio electrónico esté adecuadamente gravado.

- **Presión sobre las finanzas públicas:** La crisis económica derivada de la pandemia ha generado presión sobre las finanzas públicas, lo que podría llevar a un aumento en la recaudación fiscal a través de impuestos sobre el comercio electrónico. Esto plantea desafíos adicionales en términos de equidad y eficiencia tributaria.

En resumen, el estado actual de la cuestión en relación con la tributación del comercio electrónico en Argentina se encuentra en un momento crítico, donde es necesario adaptar las regulaciones fiscales a los cambios provocados por la pandemia de COVID-19 para garantizar un sistema impositivo justo y eficiente en este sector en constante evolución.




Fuente: cámara argentina de comercio electrónico.

Hoy:

En la actualidad, el comercio electrónico en Argentina ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por avances tecnológicos, mayor acceso a Internet y dispositivos móviles, así como cambios en los hábitos de consumo de los usuarios.

Gracias a la regulación específica y actualizada se han implementado normativas específicas y actualizadas para regular el comercio electrónico, como la Resolución General 4240 de la AFIP, que establece requisitos claros para la fiscalización y el cumplimiento tributario en este sector.

Hubo mejoras en la fiscalización, es decir, la administración tributaria ha mejorado significativamente sus capacidades de fiscalización y monitoreo de las transacciones digitales, utilizando tecnología avanzada y colaboración internacional para combatir la evasión fiscal y asegurar el cumplimiento tributario.

También, se han implementado sistemas digitales y plataformas electrónicas que facilitan la presentación de declaraciones y el pago de impuestos para empresas y contribuyentes que operan en el comercio electrónico.

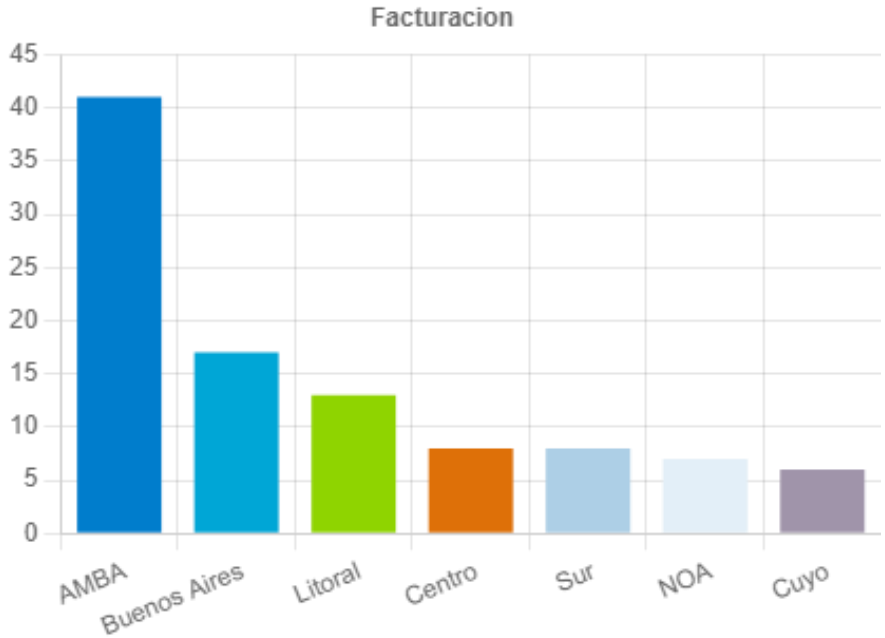
Desafíos Permanentes:

A pesar de los avances, persisten desafíos para la administración tributaria en el contexto del comercio electrónico, como la adaptación continua a nuevas tecnologías y modelos de negocio, la protección contra el fraude fiscal y la evasión, y la necesidad de mantener un equilibrio entre la regulación fiscal y la promoción del crecimiento del sector digital.

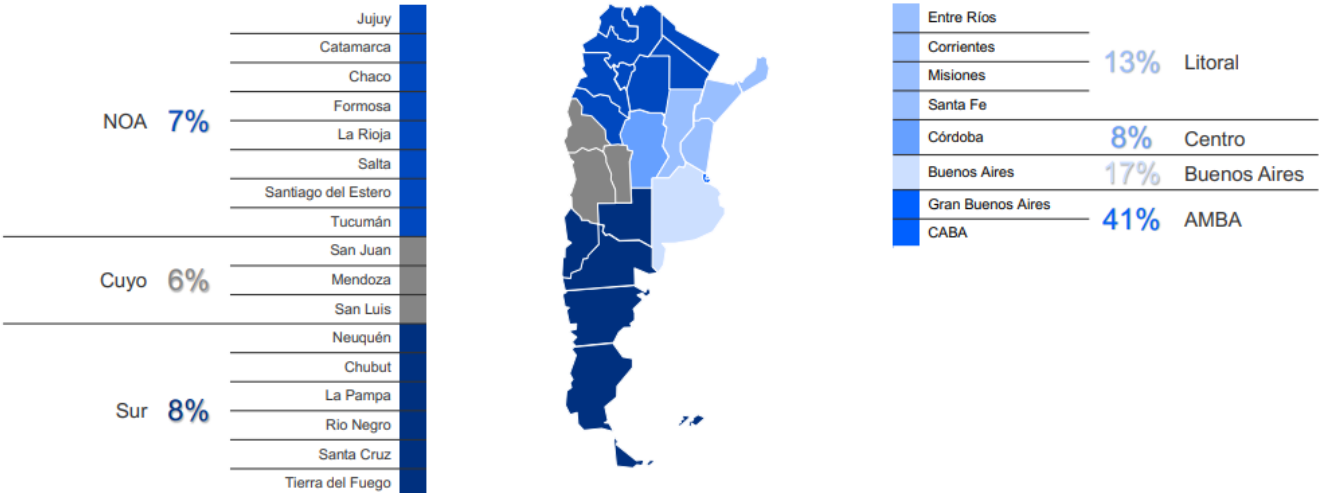
La administración tributaria en Argentina ha evolucionado significativamente desde los años 2000 hasta hoy para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades asociadas con el crecimiento del comercio electrónico, mejorando la regulación, la fiscalización y el cumplimiento tributario en este ámbito

Según los datos reportados por el Estudio Anual 2023, se observa que la industria de los negocios digitales continúa en crecimiento: En dicho año hubo 234 millones de órdenes de compra, lo cual implica un incremento del 11% en comparación al año 2022, y 489 millones de productos vendidos, representando un crecimiento del 16% versus 2022. El ticket promedio por orden de compra fue de $ 33.457.-

La facturación fue de más de siete billones de pesos, alcanzando un crecimiento del 175% versus 2022.




Fuente: cámara argentina de comercio electrónico.



Fuente: cámara argentina de comercio electrónico.

## Conclusión

La situación tributaria del comercio electrónico argentino presenta desafíos significativos en términos de aplicación de la normativa fiscal existente a un sector en constante evolución y crecimiento. A lo largo de esta investigación, se ha identificado la necesidad de adaptar las regulaciones fiscales a las particularidades del comercio electrónico, considerando aspectos como la transaccionalidad de las operaciones, la digitalización de los servicios y la complejidad de las transacciones en línea.

El impacto de la pandemia de COVID-19 en el comercio electrónico en Argentina ha sido profundo y transformador, acelerando la digitalización y cambiando permanentemente el panorama comercial y fiscal.

Este análisis detallado es esencial para comprender cómo las dinámicas del comercio electrónico han evolucionado y cómo las políticas fiscales deben ajustarse para apoyar un crecimiento económico sostenible en un entorno digitalizado.

Se ha evidenciado que tanto los contribuyentes como las autoridades fiscales enfrentan obstáculos en la tributación del comercio electrónico, desde la falta de claridad en la normativa hasta la dificultad para controlar y fiscalizar las transacciones digitales. Sin embargo, también se han identificado oportunidades para mejorar la eficacia y equidad del sistema impositivo en este sector, a través de medidas como la simplificación de los procedimientos fiscales, el fortalecimiento de la cooperación internacional y el fomento

de la educación tributaria entre los actores involucrados.

En última instancia, es fundamental abordar estos desafíos y aprovechar estas oportunidades para garantizar un marco tributario justo y eficiente para el comercio electrónico en Argentina, promoviendo así el desarrollo sostenible de esta industria clave en la economía digital actual.

Argentina ha hecho progresos importantes en la regulación y tributación de la economía digital, adaptando su normativa y fortaleciendo los mecanismos de control. Sin embargo, el contexto digital en constante cambio presenta desafíos continuos que requieren una vigilancia y adaptación constantes para asegurar una tributación efectiva y equitativa.

# Bibliografía:


Alterini, H. (2016). El Estado Argentino frente a los desafíos planteados por las nuevas plataformas aud<iovisuales. Buenos Aires, Argentina: Trabajo Final de Especialización UBA.

Asociación Argentina de Estudios Fiscales (AAEF). (2014). Tributación Internacional del Comercio Electrónico. III JORNADAS DE TRIBUTACIÓN INTERNACIONAL, (pág. 16). Buenos Aires.

Palacios Zapata, L. (2016). Industria de la Comunicación y Economía Digital. Cataluña:

Editorial UOC.

Argentina. Ley N° 27.430. Reforma tributaria. B.O.: 29/12/2017.

LA ECONOMIA DIGITAL EN EL SISTEMA TRIBUTARIO ARGENTINO.

Código Fiscal Provincia de Buenos Aires. https://www.arba.gov.ar/Intranet/Legislacion/Codigo/CodigoFiscal.pdf

Comarb – Convenio Multilateral- Comisión Arbitral https://www.ca.gov.ar

Edson D., Sisneros C. 2017. E-commerce: comercio electrónico. Marcombo.

Emprendedores, comercios y PyMes.

https://www.argentina.gob.ar/economia/inclusion-financiera/empresas.

Federación argentina de consejos profesionales de ciencias económicas.

https://www.facpce.org.ar

Hernandez Ramos E., Hernandez Barrueco L. Manual del comercio electrónico. 2018. Marge books.

https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/9d8a366d-9ee2-480d-b460-ae24cefadf2c/content

AFIP 2955/2010. (2010). Resolución General AFIP N° 2955/2010. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Boletín Oficial, 11 de noviembre de 2010

Decreto 354/2018. (2018). Reglamentación IVA Servicios Digitales. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Boletín Oficial, 24 de Abril de 2018.

https://cace.org.ar/estadisticas/

Cámara Argentina de Comercio Electrónico. https://www.cace.org.ar/.