Universidad Abierta Interamericana

Carrera Contador Publico

Tratamiento tributario del comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2018–2025)

Alumno: Agustina Choque Montaño

DNI: 94051537

Legajo: A0910079272-C8

Mail: agustina.choquemontana@alumnos.uai.edu.ar

Tutor/a: Rolla María Laura

Centro, Buenos Aires

Argentina

año: 2025

Agradecimientos

Quiero expresarme mi más sincera gratitud a mi esposo quien fue mi pilar fundamental durante este proceso académico, por su apoyo incondicional, por tanta paciencia quien aguanto mis noches de desvelo, su confianza inquebrantable en mí, su apoyo constante, su ánimo en los momentos de dificultad fueron motivo para seguir avanzando, sin su presencia este logro no hubiese sido posible. A mis hermanos, por alentarme con confianza.

También. deseo honrar la memoria de mis padres, quienes ya no están aquí en este mundo conmigo. Sus ejemplos en vida, sus enseñanzas y ese amor silenciosamente que me acompañaron cada día me dieron fuerzas para seguir avanzando. Aunque ya no estén presentes físicamente, siento su presencia me guían y me orgullecen profundamente.

Agradezco especialmente a la Prof. Rolla Maria Laura por su guía sabia seguimiento atento y sugerencias precisas que enriquecieron este trabajo y también quiero agradecer a mis compañeros de cursada por el intercambio de ideas, los ánimos compartidos y la compañía en los momentos más difíciles.

Finalmente, agradezco todos los profesores de la Carrera Contador Público, por sus enseñanzas las cuales han sido la base fundamental para este logro.

Simplemente muchas gracias.

Resumen

Esta tesis analiza el tratamiento tributario del comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el período 2018–2025, en el contexto del crecimiento sostenido del e-commerce en Argentina. La elección de este intervalo temporal responde a la necesidad de estudiar una etapa crítica de evolución normativa: a partir de 2018 se intensificaron las políticas de fiscalización sobre plataformas digitales, y el año 2025 se establece como límite para integrar las reformas más recientes y proyectar su impacto a corto plazo.

La jurisdicción elegida —la Ciudad Autónoma de Buenos Aires— representa uno de los principales núcleos económicos y tecnológicos del país, con alta concentración de pymes, emprendedores digitales y consumidores online. Su agencia fiscal local (AGIP) ha desplegado estrategias propias que permiten una observación detallada de las tensiones entre tributación digital, eficiencia recaudatoria y principios constitucionales.

El estudio examina las respuestas normativas implementadas tanto a nivel nacional (AFIP) como local (AGIP), y su impacto sobre diversos perfiles de contribuyentes: pequeñas y medianas empresas, monotributistas y emprendedores digitales.

Mediante el análisis de casos concretos, normativa vigente, doctrina especializada y comparaciones prácticas, se argumenta que el sistema actual, si bien eficiente desde el punto de vista recaudatorio, presenta tensiones con principios constitucionales como la legalidad, la equidad y la capacidad contributiva.

Finalmente, se proponen reformas orientadas a consolidar un modelo tributario más justo, progresivo y alineado con los desafíos de la economía digital contemporánea.

Palabras clave: comercio electrónico, sistema tributario, percepciones automáticas, AFIP, AGIP, Ingresos Brutos, IVA.

Introducción

En la última década, el comercio electrónico ha experimentado una expansión acelerada en Argentina, impulsada por la digitalización de los hábitos de consumo, el crecimiento de las plataformas tecnológicas y la consolidación de medios de pago electrónicos. Esta transformación del ecosistema comercial trajo consigo beneficios evidentes en términos de accesibilidad, dinamismo económico y democratización del mercado. No obstante, también generó desafíos normativos relevantes, especialmente en el ámbito fiscal.

Tanto la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) como la Agencia Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) han implementado mecanismos orientados a garantizar la recaudación, destacándose los regímenes de percepción y retención automática. A través de estos esquemas, el tributo se cobra directamente en el momento de la transacción, utilizando intermediarios como bancos, billeteras virtuales y plataformas de cobro. Aunque eficaces desde el punto de vista recaudatorio, su aplicación generalizada ha provocado efectos regresivos sobre ciertos contribuyentes.

En particular, se observa una afectación significativa sobre pymes, monotributistas y emprendedores digitales. Muchos de estos actores, sin contar con inscripción formal o habitualidad declarada, son alcanzados por percepciones tributarias que exceden su verdadera obligación fiscal. Esta situación deriva en saldos a favor acumulativos, restricciones de liquidez, y dificultades para acceder a devoluciones, generando una carga tributaria desproporcionada y una vulneración de principios constitucionales como la legalidad, la capacidad contributiva y la igualdad.

El presente trabajo se propone analizar el tratamiento tributario aplicado al comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el período 2018–2025. La elección de esta jurisdicción se justifica por su carácter de polo tecnológico y comercial, que concentra el 42% de la facturación nacional del e-commerce, así como por su activa intervención normativa a través de AGIP. El período seleccionado, por su parte, coincide con un proceso intensivo de transformación fiscal, iniciado en 2018 con el fortalecimiento de los regímenes automatizados y proyectado hacia 2025 con nuevas reformas en discusión.

A través de una metodología cualitativa, centrada en el análisis de legislación vigente, resoluciones administrativas, doctrina tributaria y estudios técnicos de organismos nacionales e internacionales, la investigación abordará los efectos reales del régimen tributario sobre distintos perfiles de contribuyentes. También se incluirán casos hipotéticos ilustrativos basados en situaciones prácticas que permitirán visibilizar el impacto diferencial de las normativas.

La tesis se estructura en ocho capítulos: el primero expone el planteamiento del problema; el segundo desarrolla el marco teórico y el estado del arte; el tercero presenta el marco normativo relevante; el cuarto explica la metodología; el quinto detalla las fuentes de información; el sexto profundiza en el diseño metodológico; el séptimo realiza el análisis e interpretación de los resultados; y el octavo incluye las conclusiones y propuestas de mejora.

Se espera que este trabajo contribuya a una comprensión más crítica y profunda del fenómeno tributario digital, aportando fundamentos para el diseño de una política fiscal más equitativa, eficiente y compatible con los desafíos de la economía moderna. La tesis no se limita a describir la normativa vigente, sino que adopta una perspectiva analítica orientada a proponer soluciones concretas, especialmente para los nuevos actores del ecosistema digital argentino.

Índice

CAPÍTULO 1: Planteamiento del problema 1
1.1 Tema 1
1.2 Recorte temporal y espacial 1
1.3 Formulación del problema 1
1.4 Justificación 2
1.5 Objetivos de la investigación 3
- Objetivo general 3
- Objetivos específicos 3

CAPÍTULO 2: Diseño metodológico 5
2.1. Enfoque metodológico 5
2.2. Técnicas de recolección y análisis de la información 5
2.3. Delimitación del objeto de estudio 6
2.4. Matriz de análisis y sistematización de información 7
2.5. Fuentes de información 8
2.6. Valoración y criterio de selección 9
CAPÍTULO 3: Marco teórico y estado del arte 11
3.1 Concepto de comercio electrónico 11
3.2. Principios generales de tributación 11
a) Principio de legalidad 11
b) Principio de capacidad contributiva 12
c) Principio de territorialidad 12
d) Principio de generalidad 12
e) Principio de no confiscatoriedad 12
3.3. Régimen tributario: nociones básicas 13
3.4. Tipologías y modalidades de comercio electrónico 14
a) Tipologías según la relación entre las partes 14
b) Modalidades operativas del comercio electrónico 15
3.5. Origen y evolución global del comercio electrónico 15
3.5. Estado del arte sobre la tributación del comercio electrónico en Argentina 16
CAPÍTULO 4: Marco normativo 18
a) Impuesto al Valor Agregado (IVA) 18
b) Impuesto a las Ganancias 19
4.2. Normas locales: Ingresos Brutos y normas AGIP aplicables 19
a) Régimen general de Ingresos Brutos 20
b) Percepciones sobre operaciones digitales 20

c) Monotributistas digitales y percepción acumulativa 21
a) Plataformas de intermediación comercial 22
b) Billeteras virtuales y pasarelas de pago 22
c) Críticas y tensiones regulatorias 23
a) Percepciones bancarias 23
b) Régimen especial de percepción del IVA – RG 5319/2023 (AFIP) 24
c) Impacto en contribuyentes pequeños y no inscriptos 24
CAPÍTULO 5: Análisis comparativo entre comercio electrónico y tradicional 26
5.1. Diferencias en la determinación de base imponible 26
5.2. Sujetos obligados y cargas fiscales 27
a) Ventajas del régimen actual 29
b) Desventajas y críticas al régimen actual 29
5.4. Impacto en pequeños contribuyentes y pymes 30
5.5. Evolución del comercio electrónico en Argentina y CABA (2018–2025) 32
CAPÍTULO 6: Análisis e interpretación 34
6.1. Evolución del régimen tributario digital (2018–2025) 34
6.2. Desarrollo del comercio electrónico en Argentina y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2018–2025) 35
6.3. Comparación entre comercio físico y digital 36
6.4. Percepciones automáticas: aplicación práctica y críticas 38
a) Falta de análisis previo del sujeto alcanzado 38
b) Superposición de regímenes y percepciones múltiples 38
c) Violación del principio de legalidad y capacidad contributiva 39
d) Falta de transparencia y acceso a la información 39
6.5. Impacto en pymes, monotributistas y emprendedores 40
a) Percepciones que superan la obligación tributaria real 40
b) Costos administrativos indirectos 40
c) Desincentivo a la digitalización formal 41
d) Ausencia de un régimen específico adaptado 41
6.6. Problemas de legalidad y equidad en la aplicación de impuestos al e-commerce 42
Capacidad contributiva 42
Observaciones preliminares 43
6.7. Tablas comparativas 43
Capítulo 7 -Conclusiones 45
BIBLIOGRAFIA 47
Libros y manuales 47
Tesis académicas 47

Organismos internacionales 47
Organismos nacionales y locales 47
Normativa legal 48

CAPÍTULO 1: Planteamiento del problema

1.1 Tema El presente trabajo tiene como objeto analizar el tratamiento tributario del comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, haciendo foco en las disposiciones normativas aplicables entre los años 2018 y 2025, tanto a nivel nacional como local. A partir de la expansión continua del comercio digital en este período, se busca evaluar la capacidad del sistema impositivo vigente para adaptarse a las nuevas modalidades operativas del entorno virtual.

1.2 Recorte temporal y espacial La delimitación temporal corresponde al período 2018–2025, intervalo en el cual el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento sostenido y ha sido objeto de reformas fiscales relevantes por parte de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP). Este período permite estudiar el impacto de los regímenes de percepción y retención automatizada, así como el surgimiento de nuevas prácticas tributarias frente a la digitalización económica.

En cuanto al recorte espacial, el estudio se concentra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por su carácter estratégico como centro económico del país y por contar con un sistema tributario local que regula el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, directamente afectado por las transacciones digitales. Si bien el análisis se centra en CABA, se incorporan disposiciones nacionales en la medida en que inciden sobre las operaciones realizadas en esta jurisdicción.

1.3 Formulación del problema

En los últimos años, el comercio electrónico ha registrado un crecimiento exponencial en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, impulsado por el avance tecnológico, la digitalización de los procesos económicos y, de forma destacada, por el impacto de la pandemia de COVID-19. Esta evolución ha transformado radicalmente las dinámicas del comercio tradicional, dando lugar a nuevos modelos de negocio que operan en entornos deslocalizados, sin necesidad de una presencia física en la jurisdicción donde se concreta la operación. (CACE, 2020)

Ante este fenómeno, el sistema tributario argentino, tanto en su nivel nacional como local, ha enfrentado desafíos sustanciales para adaptar sus marcos normativos y

herramientas de fiscalización. El comercio electrónico introduce tensiones significativas respecto a principios tributarios clásicos como la territorialidad, la residencia fiscal y la determinación del hecho imponible. Como consecuencia, se han generado situaciones de vacío normativo, riesgos de doble imposición y sobrecargas fiscales que afectan de manera desigual a los distintos tipos de contribuyentes.

En particular, en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la aplicación de impuestos como el IVA, el Impuesto a las Ganancias y los Ingresos Brutos ha sido objeto de procesos de adecuación a través de mecanismos automatizados de percepción y retención operados por plataformas digitales, billeteras electrónicas y entidades financieras. Si bien estas herramientas han demostrado eficacia en términos recaudatorios, también han suscitado críticas por su aplicación rígida, especialmente en relación con pequeños contribuyentes, sujetos exentos o aquellos sin habitualidad en la actividad económica formal.

A partir de este escenario, la presente investigación se propone responder al siguiente interrogante central:

¿Cuáles son las características del tratamiento tributario aplicado al comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el período 2018–2025, y en qué medida dicho régimen se diferencia del aplicado al comercio tradicional?

1.4 Justificación

El comercio electrónico constituye una de las transformaciones más profundas en el ámbito económico contemporáneo, intensificada por el impacto de la pandemia de COVID-19. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, este fenómeno ha cobrado creciente relevancia, tanto por su influencia en las dinámicas comerciales como por los desafíos que plantea al sistema tributario local. La proliferación de plataformas digitales, el uso masivo de billeteras virtuales y la posibilidad de realizar transacciones sin presencia física efectiva han generado tensiones con los principios clásicos de territorialidad y fuente que rigen la imposición en nuestro país.

En este escenario, el estudio del tratamiento tributario del comercio electrónico adquiere especial pertinencia. No solo permite analizar cómo las administraciones fiscales —nacionales y locales— han respondido a esta nueva realidad, sino que también

ofrece herramientas para evaluar la equidad, eficacia y adaptabilidad de los regímenes impositivos vigentes. La investigación cobra particular relevancia al centrarse en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, jurisdicción que presenta una elevada concentración de operaciones digitales y dispone de un régimen fiscal propio en materia de Ingresos Brutos.

Desde una perspectiva profesional, el presente trabajo también reviste importancia al brindar al futuro contador público herramientas teóricas y prácticas para asesorar adecuadamente a contribuyentes que desarrollan actividades comerciales en entornos digitales. A su vez, contribuye al debate académico sobre la necesidad de modernizar los marcos normativos frente a los avances tecnológicos, ofreciendo un enfoque sistemático, actualizado y contextualizado en el período 2018–2025.

Por todo lo expuesto, esta investigación se justifica tanto por la relevancia y actualidad del objeto de estudio como por la escasa existencia de abordajes críticos que analicen de forma integral el tratamiento tributario del comercio electrónico en el ámbito local.

1.5 Objetivos de la investigación

- Objetivo general Analizar el tratamiento tributario aplicado al comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el período 2018–2025, identificando sus principales características normativas, mecanismos de fiscalización y diferencias sustantivas respecto del régimen tributario vigente para el comercio tradicional.
- Objetivos específicos

1. Examinar la evolución del comercio electrónico en Argentina y su incidencia específica en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los años 2018 y 2025.
2. Identificar y sistematizar las principales disposiciones legales y regulatorias nacionales y locales que inciden sobre la tributación del comercio electrónico en CABA, con especial énfasis en los tributos IVA, Impuesto a las Ganancias e Ingresos Brutos.
3. Analizar los mecanismos de percepción y retención automatizada implementados por AFIP y AGIP, evaluando su eficacia fiscal y sus efectos prácticos sobre los contribuyentes digitales.

4. Comparar el régimen desequilibrios tributario aplicable al comercio electrónico con el que rige para el comercio tradicional en la jurisdicción local respecto al nacional.

CAPÍTULO 2: Diseño metodológico

2.1. Enfoque metodológico

La presente investigación adopta un enfoque **cualitativo, de tipo descriptivo y analítico**, centrado en la interpretación de fuentes normativas, doctrinarias e institucionales. Este enfoque se considera el más adecuado para abordar un objeto de estudio como el tratamiento tributario del comercio electrónico, el cual exige comprender no solo el contenido de las normas jurídicas, sino también su aplicación, sus tensiones internas y sus efectos prácticos sobre distintos tipos de contribuyentes.

De acuerdo con Hernández Sampieri (2014), el enfoque cualitativo se orienta a explorar fenómenos complejos a partir del contexto y del significado atribuido por los actores o por los marcos legales. En esta línea, se optó por una metodología no experimental, basada en el análisis documental y normativo, sin intervención directa ni aplicación de encuestas o mediciones estadísticas.

La decisión de no recurrir a métodos cuantitativos se fundamenta en que el objetivo principal de esta tesis no es medir la magnitud económica del comercio electrónico ni proyectar datos, sino examinar críticamente el diseño fiscal aplicado a esta modalidad comercial, especialmente en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el período 2018–2025.

2.2. Técnicas de recolección y análisis de la información

Para llevar adelante esta investigación se aplicaron tres técnicas centrales:

1. **Análisis documental y normativo**: se revisaron leyes nacionales como la Ley de IVA (23.349), Ley de Ganancias (20.628), Ley 11.683 de Procedimiento Fiscal, resoluciones generales de la AFIP (como la RG 5319/2023), el Código Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y normas de la AGIP (como la Resolución 249/2021), entre otras disposiciones emitidas por la Comisión Arbitral del Convenio Multilateral.
2. **Revisión de doctrina tributaria y estudios académicos**: se analizaron trabajos de autores como Lombardi (2019), Videla Kamenopolsky (2019), Brandt (2019), Pontacq (2022), entre otros, así como informes técnicos de organismos internacionales como la OCDE (2020–2021) y la UNCTAD (2021). Estas fuentes

permitieron construir el estado del arte del problema, contrastar opiniones especializadas y posicionar el estudio en relación con investigaciones previas.

3. **Análisis comparativo e interpretación crítica**: se contrastaron las normas aplicables al comercio electrónico con aquellas utilizadas para el comercio tradicional, evaluando su consistencia interna y sus efectos reales sobre los distintos contribuyentes. También se interpretaron las consecuencias fiscales de la automatización de percepciones y la falta de una legislación específica para el e-commerce.

Estas técnicas permitieron una comprensión profunda y contextualizada del fenómeno tributario digital, desde una perspectiva integradora que combina aspectos legales, doctrinarios y prácticos.

2.3. Delimitación del objeto de estudio

La investigación se encuentra delimitada temporalmente al período 2018–2025, abarcando la etapa de consolidación normativa posterior al crecimiento exponencial del comercio electrónico en Argentina. Se eligió como eje territorial a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dado que esta jurisdicción no solo concentra un alto volumen de operaciones digitales, sino que además ha adoptado medidas fiscales específicas (como percepciones sobre billeteras virtuales) que merecen un análisis particular.

El estudio se enfoca en los principales tributos que inciden sobre el comercio electrónico: el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a las Ganancias y, en el ámbito local, el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, así como en los regímenes de percepción y retención automática implementados por la AFIP (, la AGIP y la Comisión Arbitral del Convenio Multilateral.

(AFIP) fue disuelta mediante el Decreto 953/2024 el 24 de octubre de 2024 y reemplazada por (ARCA)

Finalmente, se destaca que la unidad de análisis no es un sujeto individual ni una empresa específica, sino el sistema fiscal argentino en su aplicación al comercio electrónico, interpretado desde el punto de vista normativo y doctrinario, con especial atención al impacto sobre pequeños contribuyentes digitales.

2.4. Matriz de análisis y sistematización de información

Con el objetivo de organizar de manera clara y lógica la información normativa y doctrinaria recolectada, se elaboró la siguiente matriz de análisis. En ella se clasifican las fuentes según su tipo, nivel jurisdiccional, temática principal, y se vinculan con las variables clave del análisis: sujeto contribuyente, tipo de tributo y mecanismo de recaudación.

Fuente	Nivel	Tipo de tributo	Tema central	Sujeto afectado	Mecanismo de recaudación	Impacto evaluado
RG AFIP 5319/2023	Nacional	IVA	Percepciones automáticas en plataformas digitales	Monotributistas, PyMEs	Percepción en origen	Alta carga anticipada, saldos a favor
Resolución AGIP 249/2021	Local	Ingresos Brutos	Percepción sobre billeteras virtuales	Emprendedores	Percepción por medio digital	Desigualdad territorial
Ley 23.349 (IVA)	Nacional	IVA	Marco legal general del impuesto	Contribuyentes en general	Declaración tradicional	Neutral, base legal
Código Fiscal CABA	Local	Ingresos Brutos	Alcance de IIBB a operaciones digitales	Residentes y externos	Variado	Ambigüedad de territorialidad
Pontacq (2022) – Universidad de Belgrano	Doctrina	—	Crítica a retenciones en billeteras virtuales	Pequeños operadores	—	Inequidad fiscal
OCDE (2021) – Tax Admin Report	Internacional	—	Principios tributarios en economía digital	—	—	Recomendaciones de progresividad
Casos hipotéticos (capítulo 7.3)	Práctica	IVA / IIBB	Aplicación práctica de regímenes automáBticos	Monotributistas, Pymes	Percepción múltiple	Confiscatoriedad y pérdida de liquidez

2.5. Fuentes de información

El presente capítulo detalla y clasifica las principales fuentes de información utilizadas en el desarrollo de la investigación, distinguiendo entre fuentes primarias y secundarias. Estas fuentes resultan fundamentales para sustentar el análisis normativo, doctrinario y práctico del tratamiento tributario del comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el período 2018–2025.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias comprenden el conjunto de normas legales, reglamentarias y administrativas que estructuran el régimen tributario vigente a nivel nacional y local. Incluyen también los instrumentos técnicos emitidos por organismos de fiscalización y administración tributaria.

Entre las más relevantes se encuentran:

- **Leyes nacionales:**
  - Ley N.º 23.349 – Impuesto al Valor Agregado (IVA).
  - Ley N.º 20.628 – Impuesto a las Ganancias.
  - Ley N.º 11.683 – Procedimiento Fiscal.
- **Resoluciones generales de AFIP:**
  - RG 4240/2018 – Servicios digitales del exterior.
  - RG 5319/2023 – Régimen de percepción sobre operaciones electrónicas.
- **Normativa local (Ciudad Autónoma de Buenos Aires):**
  - Código Fiscal de CABA (texto ordenado vigente).
  - Ley Tarifaria Anual de CABA.
  - Resolución AGIP 249/2021 – Percepciones sobre billeteras virtuales.
  - Resolución AGIP 305/2019 – Retenciones sobre plataformas digitales.
- **Convenio Multilateral y normas complementarias:**
  - Sistema SIRCREB (percepciones bancarias).
  - Sistema SIRTAC (percepciones sobre tarjetas de crédito).

Estas fuentes legales y reglamentarias fueron analizadas a través de su texto oficial y, en algunos casos, mediante interpretaciones emitidas por los propios entes fiscales o por doctrina especializada.

Fuentes secundarias

Se utilizaron diversas fuentes secundarias que complementan el análisis jurídico-tributario, entre ellas:

- **Doctrina especializada:**
  - Lombardi, Eduardo C. (2019). *Régimen tributario del comercio electrónico en Argentina*. Editorial La Ley.
  - Videla Kamenopolsky, Julio A. (2019). *IVA y Ganancias en el e-commerce*.
  - Brandt, Ernesto A. (2019). *La situación tributaria del e-commerce en Córdoba*.
  - Pontacq, Santiago (2022). *La regulación tributaria del e-commerce en CABA*.
- **Organismos internacionales:**
  - OCDE (2020–2021). *Tax Administración Reports*.
  - UNCTAD (2021). *Digital Economy Report*.
- **Publicaciones periodísticas y estudios de mercado:**
  - Ámbito Financiero (2021, 2025).
  - La Nación / Euromonitor (2021).
  - Nexxo News (2024).
  - Clarín e ID4You (2024).

Estas fuentes permitieron contextualizar el análisis dentro de la evolución del comercio electrónico en Argentina y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como enriquecer el marco teórico con aportes doctrinarios y proyecciones del sector privado.

2.6. Valoración y criterio de selección

Las fuentes fueron seleccionadas bajo criterios de:

- **Actualidad**: priorizando normas vigentes durante el período 2018–2025.
- **Relevancia técnica**: especialmente aquellas que regulan la fiscalidad digital.
- **Autoridad institucional**: se privilegiaron organismos públicos, entidades tributarias y autores reconocidos.

- **Diversidad de perspectivas**: se combinaron enfoques jurídicos, técnicos y empíricos.

Esta combinación de fuentes permitió una visión integral del tratamiento tributario del comercio electrónico, considerando tanto el diseño normativo como sus efectos prácticos en el ámbito económico local.

CAPÍTULO 3: Marco teórico y estado del arte

3.1 Concepto de comercio electrónico

El comercio electrónico también denominado *e-commerce* se define como una modalidad de intercambio de bienes y servicios en la que las transacciones se realizan a través de medios electrónicos, principalmente por Internet. Representa una transformación sustancial de los modelos de negocio tradicionales, al prescindir de la interacción física entre las partes y permitir operaciones en entornos digitales, en tiempo real y sin fronteras geográficas claramente delimitadas. Lombardi, E. C. (2019).

En una línea similar, la Organización Mundial del Comercio (OMC) lo define como "la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos", destacando la transversalidad de estas actividades dentro del comercio internacional contemporáneo. (Organización Mundial del Comercio, (S.F.)

En síntesis, el comercio electrónico no se limita al acto puntual de compra, sino que involucra una red compleja de procesos interconectados mediante tecnologías digitales. Este nuevo paradigma ha generado desafíos significativos para los sistemas jurídicos y tributarios, en tanto cuestiona nociones tradicionales como la presencia física, la territorialidad, el establecimiento permanente y la localización del hecho imponible. María, S., Martínez Giribone (2021).

3.2. Principios generales de tributación

- Los sistemas tributarios modernos se estructuran sobre una serie de principios que buscan garantizar la legalidad, equidad, eficiencia y sostenibilidad de la recaudación fiscal. Estos principios son especialmente relevantes cuando se analiza el tratamiento tributario del comercio electrónico, ya que esta modalidad desafía muchos de los fundamentos tradicionales sobre los que se construye la imposición en entornos físicos y presenciales.
- Entre los principios más reconocidos se encuentran los siguientes:

a) Principio de legalidad

- Este principio establece que ningún tributo puede ser exigido si no ha sido creado por una ley formal emanada del Poder Legislativo. En Argentina, está consagrado en el

artículo 19 de la Constitución Nacional y es la base del sistema tributario. Su aplicación exige que toda carga fiscal esté debidamente establecida, determinada y reglamentada por norma legal.

b) Principio de capacidad contributiva

- La capacidad contributiva implica que los tributos deben aplicarse conforme a la aptitud económica del sujeto obligado. Es decir, quienes poseen mayor capacidad económica deben contribuir en mayor medida. Este principio se relaciona con la justicia tributaria y es particularmente complejo de aplicar en entornos digitales, donde muchas veces no es clara la fuente de ingreso ni la localización del contribuyente.

c) Principio de territorialidad

- Según este principio, los tributos deben aplicarse dentro de los límites jurisdiccionales definidos por la ley. Cada nivel de gobierno (nación, provincia, municipio) puede gravar los hechos imponibles que ocurren dentro de su territorio. En el caso del comercio electrónico, la falta de presencia física y la deslocalización del hecho imponible presentan desafíos para aplicar este principio de manera tradicional.

d) Principio de generalidad

- Consiste en que todos los contribuyentes en iguales condiciones deben estar sujetos a las mismas normas tributarias. El comercio electrónico puede generar situaciones de desigualdad normativa frente al comercio tradicional, por lo que mantener este principio se vuelve un reto técnico y legal.

e) Principio de no confiscatoriedad

- Establece que la carga tributaria no debe ser excesiva al punto de afectar el capital o rentabilidad del contribuyente, es decir, que los impuestos no deben absorber una parte sustancial del ingreso. Esto cobra especial relevancia cuando se aplican regímenes de percepción automáticos a pequeños contribuyentes digitales o sujetos sin presencia física. Código Fiscal de CABA (texto ordenado vigente). Barroetaveña, M. (2020). *Manual de Derecho Tributario*. OCDE (2021).

3.3. Régimen tributario: nociones básicas

El régimen tributario argentino se compone de un conjunto de normas que regulan la obligación de contribuir al financiamiento del Estado mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones. En el contexto del comercio electrónico, este sistema enfrenta el desafío de adaptarse a operaciones deslocalizadas, automatizadas y muchas veces no registradas formalmente.

Desde el punto de vista jurídico, los tributos se clasifican en:

- **Impuestos**: Obligaciones pecuniarias establecidas por ley, sin contraprestación directa, aplicables en función de la capacidad contributiva del sujeto. Los más relevantes en el comercio electrónico son el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a las Ganancias, y el Impuesto sobre los Ingresos Brutos (IIBB).
- **Tasas y contribuciones especiales**: No aplicables en forma directa al e-commerce, ya que requieren una prestación concreta o beneficio estatal.

En el plano nacional, los impuestos son administrados por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), mientras que, en el plano local (CABA), el órgano competente es la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP).

El comercio electrónico desafía los fundamentos del régimen tributario vigente, debido a:

- La dificultad para localizar el hecho imponible, dado que la operación puede involucrar sujetos y plataformas radicadas en distintas jurisdicciones.
- La presencia de intermediarios tecnológicos —como billeteras virtuales, plataformas de venta o pasarelas de pago— que procesan la operación, pero no son parte directa de la relación jurídica tributaria.
- La existencia de contribuyentes informales o no inscriptos, que operan digitalmente sin cumplir con el régimen general de registración, facturación o declaración.

Como respuesta, las autoridades fiscales han desarrollado mecanismos complementarios de fiscalización, entre los que se destacan:

- **Regímenes de percepción y retención automática**, aplicados sobre operaciones digitales, que permiten al fisco anticipar la recaudación sin necesidad de declaración del contribuyente.
- **Sistemas presuntivos**, que presumen habitualidad o capacidad contributiva en función del volumen o canal de las transacciones.
- **Uso de medios de pago como fuente fiscal**, a través de sistemas como SIRTAC, SIRCREB, y regímenes aplicables a billeteras virtuales y tarjetas.

Estas herramientas, si bien eficaces desde el punto de vista recaudatorio, generan controversias jurídicas en relación con principios como la legalidad, la territorialidad, la igualdad tributaria y la capacidad contributiva, que serán desarrolladas en los próximos apartados.

3.4. Tipologías y modalidades de comercio electrónico

El comercio electrónico puede clasificarse en función de diversos criterios, siendo especialmente relevantes —desde el punto de vista económico y jurídico-tributario— las tipologías de relación entre los participantes y las modalidades operativas que adoptan las transacciones.

a) Tipologías según la relación entre las partes

Organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) distinguen diversas formas de comercio electrónico según la naturaleza de los sujetos intervinientes:

- **B2B (Business to Business)**: Comprende operaciones entre empresas, especialmente en entornos mayoristas o de provisión de insumos industriales.
- **B2C (Business to Consumer)**: Involucra empresas que comercializan productos o servicios directamente con consumidores finales.
- **C2B (Consumer to Business)**: Describe escenarios en los que consumidores ofrecen servicios o contenidos a empresas —por ejemplo, influencers que monetizan a través de marcas.

- **C2C (Consumer to Consumer)**: Incluye transacciones entre particulares, usualmente mediadas por plataformas digitales (como MercadoLibre o redes sociales).

Estas tipologías no solo permiten comprender los distintos modelos de negocio sino que, desde el enfoque tributario, facilitan la identificación de sujetos activos y pasivos del tributo, la configuración de responsabilidades fiscales, y el diseño de regímenes de percepción específicos.

b) Modalidades operativas del comercio electrónico

Desde una perspectiva funcional, las operaciones de comercio electrónico pueden adoptar distintas modalidades, que presentan implicancias tributarias diferenciadas:

- **Venta de bienes tangibles**: Incluye productos físicos comercializados por vía electrónica, cuya entrega se realiza en formato tradicional (por ejemplo, electrodomésticos adquiridos por Internet).
- **Prestación de servicios digitales puros**: Comprende suscripciones en línea, licencias de software, educación virtual, servicios de streaming, entre otros.
- **Servicios híbridos**: Combinan instancias digitales y físicas, como reservas de alojamiento, transporte o atención médica concertada electrónicamente.
- **Venta de bienes intangibles digitales**: Abarca productos como e-books, música, videojuegos o contenidos descargables.

Cada una de estas modalidades plantea desafíos específicos en términos de determinación del hecho imponible, aplicación del IVA, cálculo del tributo local (Ingresos Brutos), e implementación de percepciones automáticas por parte de entidades financieras, billeteras virtuales o plataformas tecnológicas. OCDE (2020), UNCTAD (2021).

3.5. Origen y evolución global del comercio electrónico

El comercio electrónico tuvo su origen en los años setenta, con el desarrollo del Electronic Data Interchange (EDI), un sistema que permitió por primera vez el envío digital de facturas, órdenes de compra y otros documentos comerciales entre empresas.

Este avance técnico sentó las bases para la transformación del comercio tradicional en una modalidad digital.

El primer hito concreto en el comercio minorista en línea ocurrió en 1994, cuando Phil Brandenberger, un usuario estadounidense, realizó la primera compra online con tarjeta de crédito cifrada a través de la web. Adquirió un disco compacto del artista Sting, lo que se considera simbólicamente como la primera transacción de e-commerce de la historia.

Poco después, nacieron dos plataformas clave: Amazon y eBay, ambas en 1995. Estas empresas no solo expandieron el mercado digital, sino que introdujeron nuevos modelos de negocio basados en la intermediación, la logística integrada y la reputación de los vendedores. En América Latina, MercadoLibre, fundada en Argentina en 1999, fue uno de los grandes impulsores del comercio electrónico regional.

Desde entonces, el crecimiento ha sido exponencial, acompañado por avances en conectividad, medios de pago y logística, que permitieron la expansión del comercio electrónico hacia nuevos sectores sociales y regiones del mundo.

3.5. Estado del arte sobre la tributación del comercio electrónico en Argentina

En los últimos años, distintos autores e instituciones han abordado el fenómeno del comercio electrónico desde una perspectiva tributaria, reconociendo su impacto en la estructura fiscal vigente. Sin embargo, gran parte de los estudios se han centrado en aspectos generales del sistema nacional o en casos provinciales aislados, sin desarrollar un análisis integral con foco en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Uno de los aportes más consistentes es quien analiza cómo los regímenes de percepción automática impactan en contribuyentes de escala reducida. Su estudio concluye que, si bien estos mecanismos mejoran la recaudación, generan una carga desproporcionada para pequeños operadores digitales, lo cual vulnera principios constitucionales como la capacidad contributiva y la proporcionalidad. Eduardo Lombardi (2019),

En esa misma línea estudia la tributación del comercio electrónico en IVA y Ganancias, remarcando la ausencia de coordinación entre los distintos niveles del Estado.

Señala que muchas de las percepciones aplicadas a través de billeteras virtuales, bancos o plataformas no tienen en cuenta el volumen real de actividad, lo que en la práctica resulta en un trato desigual frente a quienes operan en canales tradicionales. Julio Videla Kamenopolsky (2019)

Desde una perspectiva regional se enfoca en el tratamiento del e-commerce en la provincia de Córdoba y detecta una tendencia a la superposición de regímenes fiscales, que termina afectando la competitividad y generando saldos a favor permanentes. Sus conclusiones son extrapolables al caso de CABA, dada la similitud normativa. Ernesto Brandt (2019)

Un trabajo más reciente y centrado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es el de quien analiza la regulación local en el período 2020–2021. El autor revisa las resoluciones de AGIP aplicables a medios electrónicos y demuestra cómo la recaudación automática a través de billeteras y pasarelas de pago ha reemplazado parcialmente al control tradicional, pero sin adecuarse a los distintos perfiles de contribuyentes, lo que genera desequilibrios. Santiago Pontacq (2022),

Por último, un artículo de análisis publicado en Ámbito Financiero (2021) expone la creciente controversia entre las administraciones tributarias y los contribuyentes digitales por el uso de percepciones no justificadas sobre Ingresos Brutos. La nota cuestiona el uso del SIRTAC en casos donde no hay actividad efectiva en la jurisdicción que aplica la percepción, lo que reaviva el debate sobre territorialidad fiscal en entornos digitales.

En conjunto, estos antecedentes muestran que, si bien el tema ha sido abordado desde distintas ópticas, no se ha desarrollado aún una investigación sistemática que integre la normativa nacional y local, los desafíos específicos de CABA y el impacto concreto sobre los contribuyentes más pequeños. Esta tesis busca aportar en ese sentido, combinando el enfoque legal, doctrinario y práctico.

CAPÍTULO 4: Marco normativo

El tratamiento tributario del comercio electrónico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encuentra influido por un entramado normativo compuesto por regulaciones de carácter nacional y local. A nivel nacional, los tributos que impactan con mayor relevancia sobre el comercio electrónico son el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a las Ganancias, ambos administrados por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Por su parte, a nivel local, la principal figura impositiva involucrada es el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, cuya aplicación en CABA está a cargo de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP).

En los últimos años, tanto AFIP como AGIP han implementado mecanismos normativos específicos para abordar el fenómeno del comercio electrónico, especialmente mediante regímenes de percepción y retención aplicados a operaciones digitales. Este capítulo aborda el análisis de las normas más relevantes que regulan este tipo de actividad durante el período 2018–2025.

4.1. Normas nacionales (AFIP)

El comercio electrónico está alcanzado por el régimen tributario general vigente en Argentina, particularmente por dos impuestos claves:

a) Impuesto al Valor Agregado (IVA)

El IVA es un impuesto indirecto, plurifásico y no acumulativo, que grava el consumo final. En el contexto del comercio electrónico, su aplicación ha requerido ajustes normativos para incorporar transacciones sin presencia física, especialmente aquellas efectuadas mediante plataformas digitales.

La Ley de IVA (Ley 23.349 y modificaciones) no hace una distinción específica para el e-commerce, pero la AFIP ha regulado el tema a través de distintas resoluciones. La más relevante es la Resolución General 5319/2023, que estableció un régimen de percepción especial para los servicios prestados o intermediados por plataformas digitales, tales como tiendas online, pasarelas de pago y billeteras virtuales.

Este régimen alcanza a sujetos que comercialicen bienes o presten servicios mediante plataformas digitales y fija alícuotas de percepción de entre el 1 % y el 8 %, dependiendo del encuadre fiscal del contribuyente. Se encuentran exentos los pequeños contribuyentes inscriptos en el Monotributo y aquellos cuya facturación mensual no supere los $400.000.

Este régimen busca mejorar la recaudación automática y compensar las dificultades de fiscalización en entornos digitales, aunque ha generado críticas por su aplicación en operaciones exentas o por el exceso de percepción en operaciones menores.

b) Impuesto a las Ganancias

El comercio electrónico también se encuentra alcanzado por el Impuesto a las Ganancias, conforme a los artículos 2°, 5° y concordantes de la Ley 20.628. En este caso, el sujeto pasivo es el titular del ingreso, sin importar el canal por el cual se realizó la venta o prestación.

La dificultad principal en este impuesto es la determinación de la fuente argentina, ya que muchas operaciones digitales no tienen sede física local. La Resolución General 4240/2018 y otras normas complementarias han regulado los pagos realizados al exterior por servicios digitales, imponiendo una percepción adicional de IVA e incluso de Impuesto a las Ganancias bajo ciertos parámetros.

El régimen ha ido evolucionando hacia la inclusión de plataformas extranjeras (como Netflix, Spotify, Amazon Web Services) mediante retenciones automáticas efectuadas por tarjetas de crédito o billeteras virtuales.

4.2. Normas locales: Ingresos Brutos y normas AGIP aplicables

En el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el tributo más relevante en relación con el comercio electrónico es el Impuesto sobre los Ingresos Brutos (IIBB), un tributo indirecto y de carácter provincial (o local en este caso), que grava el ejercicio habitual y oneroso de actividades comerciales, industriales, financieras o de servicios, realizadas en el territorio de la jurisdicción.

En CABA, este impuesto es administrado por la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP), que ha ido adaptando sus mecanismos de fiscalización a las nuevas modalidades digitales, especialmente a través de regímenes de percepción bancaria y sobre medios de pago electrónicos.

a) Régimen general de Ingresos Brutos

La normativa básica que rige este tributo es el Código Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (t.o. vigente), complementado por la Ley Tarifaria Anual. Las operaciones de comercio electrónico son alcanzadas en la medida en que constituyan una actividad habitual gravada y que se desarrollen, total o parcialmente, dentro del territorio de la Ciudad.

El criterio de imposición se basa en el principio de territorialidad, aunque ha sido flexibilizado por el uso del Sistema de Recaudación sobre Tarjetas de Crédito y Compra (SIRTAC) y los regímenes bancarios, que permiten capturar ingresos originados en operaciones realizadas desde CABA hacia otros puntos del país, o viceversa.

b) Percepciones sobre operaciones digitales

AGIP ha implementado distintas resoluciones para adaptar el régimen de recaudación al entorno digital. Las más relevantes son

- **Resolución N.º 305/2019 – AGIP**, que establece un régimen particular de retención del Impuesto sobre los Ingresos Brutos sobre operaciones realizadas mediante plataformas de pago electrónico, billeteras virtuales (como Mercado Pago) y pasarelas digitales. Este régimen alcanza a contribuyentes locales y de Convenio Multilateral que operan en forma reiterada, y contempla alícuotas diferenciadas según el tipo de contribuyente y el monto de las operaciones.
- **Régimen de Recaudación Bancaria (convenio SIRCREB)**: si bien es anterior al auge del e-commerce, se ha convertido en un mecanismo complementario para captar ingresos derivados de operaciones digitales, al actuar sobre las acreditaciones en cuentas bancarias.
- **Sistema SIRTAC**: es un régimen recaudatorio federal al que adhirió CABA, destinado a percepciones sobre operaciones con tarjetas, tanto físicas como virtuales. Si bien su administración es coordinada por la Comisión Arbitral del

Convenio Multilateral, AGIP lo aplica a sujetos locales o con actividad en la ciudad.

c) Monotributistas digitales y percepción acumulativa Uno de los principales cuestionamientos al régimen local es la aplicación simultánea de distintos mecanismos de recaudación —como percepciones bancarias, retenciones por billeteras virtuales y pasarelas de pago— sobre pequeños contribuyentes que operan en plataformas digitales. En particular, los monotributistas suelen ser alcanzados por percepciones que exceden su verdadera obligación fiscal, generando saldos a favor que no pueden ser compensados fácilmente ni recuperados mediante los procedimientos vigentes. Esta situación afecta su liquidez, distorsiona el principio de capacidad contributiva y evidencia una falta de proporcionalidad en la aplicación del régimen.

Según la RG AFIP 5319/2023, los monotributistas pueden quedar excluidos del régimen de percepción si no superan los parámetros establecidos en el artículo 9° (ingresos máximos, precio unitario, habitualidad). Asimismo, los contribuyentes que cuenten con certificados de exclusión vigentes emitidos bajo la RG 2226/2007 pueden evitar la percepción, siempre que su autenticidad sea verificada por el agente de retención.

Esto ha dado lugar a reclamos por parte de cámaras del sector y pedidos de simplificación normativa, ya que la aplicación automática de estas percepciones puede afectar la viabilidad financiera de pequeños emprendimientos digitales.

4.3. Tratamiento de las plataformas digitales y billeteras virtuales

Las plataformas digitales y las billeteras virtuales cumplen un rol central en el desarrollo del comercio electrónico moderno. No solo facilitan las operaciones de compraventa, sino que también actúan como intermediarios financieros, recaudadores de tributos y fuente de información fiscal relevante.

Tanto la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) como la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) han regulado de manera específica el accionar de estas herramientas tecnológicas, reconociéndolas como agentes de percepción, retención o información dentro de los regímenes vigentes.

a) Plataformas de intermediación comercial

Las plataformas de e-commerce (como Mercado Libre, Tienda Nube, Shopify u otras) no solo permiten alojar tiendas virtuales, sino que suelen encargarse del procesamiento de pagos, logística y facturación. En función de esto, las autoridades fiscales las han incorporado como sujetos obligados en distintos regímenes.

Por ejemplo, la Resolución General AFIP 5319/2023 considera que las plataformas digitales que intermedian en operaciones de comercio electrónico deben actuar como agentes de percepción del IVA cuando procesan cobros en nombre de terceros. Este mecanismo tiene como finalidad asegurar la recaudación anticipada del tributo correspondiente, incluso cuando el contribuyente no se encuentre inscripto en el régimen general.

En paralelo, muchas provincias incluida CABA han impuesto a estas plataformas la obligación de actuar como agentes de recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, ya sea a través del SIRTAC o regímenes locales.

b) Billeteras virtuales y pasarelas de pago

Las billeteras virtuales (como Mercado Pago, Ualá, Modo, Naranja X) y las pasarelas de pago (como PayU o TodoPago) se han convertido en los medios de pago más utilizados en operaciones digitales. Estas herramientas permiten cargar saldo, pagar en comercios, cobrar ventas y transferir dinero, todo de forma digital.

Desde el punto de vista fiscal, estas plataformas suelen actuar como agentes de recaudación automática. En el caso de AGIP, mediante la Resolución 249/2021, las billeteras deben practicar percepciones de Ingresos Brutos sobre los montos cobrados por sus usuarios, incluso cuando estos sean monotributistas o se encuentren exentos.

Este esquema ha generado controversias, ya que la percepción es automática, sin distinguir necesariamente si el contribuyente tiene o no obligaciones en la jurisdicción de CABA. Muchas veces, estas retenciones superan el monto del impuesto real a pagar, generando saldos a favor de difícil aplicación o devolución.

c) Críticas y tensiones regulatorias

Tanto el uso de billeteras virtuales como el rol de las plataformas digitales ha generado tensiones con los principios tributarios tradicionales:

- Presunción de habitualidad: se considera automáticamente que toda operación es comercial, aunque el contribuyente no realice actividad gravada de forma permanente.
- Territorialidad difusa: se aplican percepciones en CABA aunque el contribuyente no tenga domicilio ni actividad en dicha jurisdicción, solo por usar una billetera o cuenta bancaria.
- Carga administrativa: muchos pequeños contribuyentes no comprenden las retenciones sufridas ni disponen de mecanismos sencillos para recuperarlas.

Estas situaciones reflejan el desafío de adaptar el sistema tributario a una economía digitalizada, sin perder de vista los principios de equidad, capacidad contributiva y legalidad.

4.4. Regímenes especiales y percepciones bancarias

Además de los regímenes de percepción aplicados a plataformas digitales y billeteras virtuales, tanto la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) como la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) y otros fiscos provinciales han implementado mecanismos de recaudación bancaria y regímenes especiales, con el objetivo de capturar ingresos provenientes de actividades no declaradas o difíciles de fiscalizar, como ocurre frecuentemente en el comercio electrónico.

a) Percepciones bancarias

En el caso de los Ingresos Brutos, CABA y otras jurisdicciones aceptaron al régimen del SIRCREB (Sistema de Recaudación y Control de Acreditaciones Bancarias), un mecanismo que aplica percepciones automáticas sobre los saldos acreditados en cuentas bancarias. Estas percepciones se realizan sobre contribuyentes inscriptos (y en algunos casos sobre sujetos presuntos) en el impuesto.

El SIRCREB ha sido criticado por generar percepciones múltiples y saldos a favor de difícil compensación, especialmente en contribuyentes con actividad en más de una

jurisdicción. En el contexto del comercio electrónico, esto es habitual, ya que muchas operaciones digitales involucran clientes y proveedores distribuidos en todo el país.

Por otra parte, la expansión de billeteras electrónicas y cuentas virtuales llevó a muchos fiscos a extender este tipo de percepciones a instrumentos financieros no bancarios tradicionales, ampliando su alcance recaudatorio, aunque en muchos casos sin una regulación clara sobre los límites del principio de territorialidad.

b) Régimen especial de percepción del IVA – RG 5319/2023 (AFIP)

Como se mencionó previamente, la AFIP implementó a través de la Resolución General 5319/2023 un régimen especial de percepción de IVA para sujetos que venden bienes o prestan servicios mediante plataformas digitales. Esta percepción se aplica incluso cuando el sujeto no se encuentra inscripto en el impuesto, y tiene como objetivo evitar el ocultamiento de ingresos en actividades digitales.

Las alícuotas van del 1 % al 8 %, dependiendo del encuadre fiscal del contribuyente, y las percepciones son realizadas por las plataformas de cobro o entidades de pago. Este esquema busca ampliar la base de contribuyentes y reducir la evasión, pero ha sido criticado por la posible afectación al principio de legalidad y capacidad contributiva.

c) Impacto en contribuyentes pequeños y no inscriptos

Uno de los efectos colaterales más importantes de estos regímenes es su impacto sobre pequeños contribuyentes, en especial monotributistas, emprendedores o personas físicas que venden productos o servicios en forma ocasional. En muchos casos, estas percepciones generan saldos acumulativos a favor, que no pueden recuperarse fácilmente y, en la práctica, constituyen una carga fiscal anticipada o permanente.

- A su vez, estos mecanismos tienden a equiparar la condición fiscal de quienes operan digitalmente con quienes tienen estructuras formales, lo que puede disuadir la incorporación de pequeños negocios al circuito digital legalizado, afectando la inclusión financiera y el crecimiento de la economía formal. Lombardi, E. (2019); Videla, J. A. (2019); Resolución General 5319/2023 (IVA en plataformas digitales); Resolución General 4240/2018 (Servicios digitales del

exterior); Ley 23.349 – Ley de IVA; Ley 20.628 – Ley de Impuesto a las Ganancias; Ley 11.683 – Procedimiento fiscal; Resolución 249/2021 (Percepciones sobre billeteras virtuales); Convenio Multilateral; OCDE (2020–2021); UNCTAD (2021). *Digital Economy Report*.

CAPÍTULO 5: Análisis comparativo entre comercio electrónico y tradicional

El avance del comercio electrónico ha transformado profundamente las formas de producir, comercializar y consumir bienes y servicios. Este nuevo entorno desafía los esquemas tributarios diseñados para actividades con soporte físico, generando asimetrías normativas y prácticas entre quienes operan digitalmente y quienes lo hacen por canales tradicionales.

En este capítulo se realiza un análisis comparativo entre ambos modelos desde el punto de vista tributario, con foco en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, considerando los criterios de determinación del hecho imponible, la carga fiscal efectiva, los mecanismos de control, y las implicancias sobre pequeños contribuyentes y pymes.

5.1. Diferencias en la determinación de base imponible

Una de las principales diferencias entre el comercio tradicional y el electrónico radica en la forma en que se determina la base imponible de los impuestos, especialmente en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto sobre los Ingresos Brutos.

En el comercio tradicional, la base imponible surge de operaciones con documentación respaldatoria clara: facturas emitidas, registración contable formal, domicilios físicos conocidos y controles presenciales de parte de la administración fiscal. Las operaciones suelen estar delimitadas territorialmente y se asocian fácilmente a un contribuyente específico.

En cambio, en el comercio electrónico:

- Muchas veces no hay presencia física del vendedor en la jurisdicción donde reside el comprador.
- La emisión de facturas puede ser informal o inexistente, especialmente en transacciones entre personas físicas.
- La información del vendedor puede estar alojada en servidores extranjeros o detrás de plataformas intermediarias que no identifican al sujeto final.
- El pago se realiza electrónicamente, pero no siempre con datos vinculados a una CUIT o domicilio fiscal claro.

Estas diferencias dificultan la determinación correcta del tributo, y han motivado la creación de regímenes presuntivos, percepciones automáticas y mecanismos de retención que intentan suplir la falta de visibilidad directa.

- Además, en el caso de Ingresos Brutos, la base imponible en comercio tradicional se determina con base en la actividad dentro de una jurisdicción específica. En el comercio electrónico, sin embargo, la territorialidad del ingreso es difusa, ya que la venta puede originarse en otra provincia, pero ser acreditada en una cuenta bancaria radicada en CABA, lo que genera controversias sobre a qué fisco le corresponde la recaudación. Lombardi, E. (2019); Videla Kamenopolsky, J. A. (2019); *IVA y Ganancias*

5.2. Sujetos obligados y cargas fiscales

En el comercio tradicional, los sujetos obligados al cumplimiento tributario son, en general, fácilmente identificables: comerciantes con establecimiento físico, domicilio fiscal declarado, inscripción ante los organismos fiscales, y una operatoria visible en términos contables y bancarios. Estos contribuyentes asumen de manera directa la obligación de liquidar y pagar tributos como el IVA, el Impuesto a las Ganancias o el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, según su condición fiscal.

Por el contrario, en el comercio electrónico, los sujetos pueden operar:

- Sin local físico.
- Con actividad informal o no registrada.
- A través de plataformas que no siempre identifican claramente al vendedor.
- Usando cuentas bancarias o billeteras digitales que no coinciden con su CUIT o domicilio fiscal.

En este escenario, el fisco ha respondido mediante la creación de regímenes de percepción y retención, trasladando la carga de recaudar el tributo a terceros, como bancos, billeteras virtuales, administradores de tarjetas o plataformas de comercio. Estas entidades actúan como agentes de retención o percepción, aun cuando no sean responsables directos del impuesto.

Este modelo genera una asimetría importante:

- El comerciante tradicional liquida y paga su tributo en forma directa.
- El comerciante electrónico puede sufrir percepciones múltiples, automáticas y acumulativas, muchas veces sin relación con su verdadera obligación fiscal.

Además, el uso de regímenes presuntivos hace que algunos contribuyentes del comercio electrónico queden alcanzados aunque no estén formalmente inscriptos o no tengan actividad habitual gravada. Esto afecta especialmente a pequeños emprendedores o monotributistas que operan en baja escala, quienes pueden acumular saldos a favor de difícil recupero.

Por otro lado, el comerciante tradicional está sometido a controles presenciales y formales (como inspecciones), mientras que el comerciante digital es controlado por algoritmos, reportes automáticos y retenciones bancarias.

En síntesis, mientras que en el comercio tradicional el sujeto obligado es claramente identificable y asume directamente sus obligaciones fiscales, en el comercio electrónico los fiscos trasladan la responsabilidad tributaria hacia terceros intermediarios. Esta modalidad, aunque funcional en términos operativos, ha generado tensiones con principios constitucionales como la legalidad, la capacidad contributiva y la igualdad ante la ley fiscal. Tal como se plantea en la hipótesis de esta investigación, esta configuración normativa —pensada para garantizar eficiencia recaudatoria— resulta regresiva y desproporcionada cuando se aplica sobre contribuyentes de baja escala, provocando saldos a favor acumulativos, pérdida de liquidez y una carga fiscal que no guarda relación con la verdadera capacidad económica del sujeto.

- Estas distorsiones no solo afectan la aplicación concreta del sistema tributario, sino que también evidencian una falta de adaptación normativa frente a los nuevos modelos operativos del comercio digital. Para comprender el alcance y fundamento de este problema, en el siguiente apartado se analizarán los **principios constitucionales tributarios** que rigen en Argentina, y cómo se ven comprometidos por la actual fiscalidad aplicada al ecosistema electrónico. Alfonso, A. (2017); Leyes 23.349 (IVA) y 20.628 (Ganancias); Código Fiscal de CABA (texto ordenado vigente); AFIP, Resolución General 5319/2023; AGIP, Resolución 249/2021;OCDE (2020).

5.3. Ventajas y desventajas del régimen actual

El régimen tributario aplicable al comercio electrónico presenta una serie de ventajas que explican su rápida adopción por parte de los fiscos, pero también evidencia importantes debilidades que generan controversias doctrinarias y prácticas. En esta sección se analizan los principales beneficios y limitaciones del modelo vigente en Argentina y, en particular, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

a) Ventajas del régimen actual

1. **Automatización de la recaudación**

   La utilización de regímenes de percepción y retención automática a través de billeteras virtuales, bancos y plataformas ha permitido al fisco capturar ingresos de manera anticipada y sin necesidad de intervención directa del contribuyente.

2. **Reducción de la evasión**

   El control sobre los flujos de dinero digitales permite identificar operaciones que anteriormente escapaban a la fiscalización, especialmente en actividades sin establecimiento físico o que operaban informalmente.

3. **Adaptación a nuevas tecnologías**

   El sistema ha demostrado una capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, incorporando herramientas de control electrónico, sistemas de información en línea y fiscalización remota.

4. **Inclusión de plataformas extranjeras**

   Normas como la RG AFIP 5319/2023 han permitido incorporar al régimen a plataformas y servicios digitales del exterior, como Netflix o Amazon, que anteriormente no tributaban en el país.

b) Desventajas y críticas al régimen actual

1. **Carga fiscal desproporcionada para pequeños contribuyentes**
   Muchos monotributistas o emprendedores digitales sufren percepciones excesivas en relación con su verdadera obligación fiscal, generando saldos a favor difíciles de recuperar.

2. **Multiplicidad de regímenes superpuestos**

   Un mismo contribuyente puede estar alcanzado por SIRCREB, SIRTAC, percepciones de AGIP, retenciones bancarias y regímenes nacionales al mismo tiempo, lo que complica la gestión impositiva.

3. **Falta de territorialidad clara**
   Las percepciones se aplican muchas veces sin que haya actividad efectiva en la jurisdicción, como sucede con contribuyentes que operan desde otras provincias, pero utilizan billeteras radicadas en CABA.
4. **Ausencia de normativa específica integral**
   Pese a los avances en regímenes particulares, no existe en Argentina una legislación tributaria integral y específica para el comercio electrónico, lo que genera incertidumbre jurídica y desigualdades de trato.
5. **Tensión con principios tributarios clásicos**
   La aplicación de estos regímenes automáticos puede entrar en conflicto con principios como capacidad contributiva, no confiscatoriedad y territorialidad.

- En conclusión, el régimen actual ha sido eficaz desde el punto de vista recaudatorio, pero presenta serias limitaciones en cuanto a equidad, simplicidad y proporcionalidad. La falta de una normativa específica integral y la aplicación indiscriminada de percepciones sobre pequeños contribuyentes digitales son aspectos que requieren una revisión urgente. Lombardi, E. (2019); Brandt, E. A. (2019); Alfonso, A. (2017); AFIP, Resoluciones Generales 5319/2023 y 4240/2018; AGIP, Resolución 249/2021.

5.4. Impacto en pequeños contribuyentes y pymes

El crecimiento del comercio electrónico en Argentina ha generado nuevas oportunidades para emprendedores, pequeños comerciantes y pymes, que encontraron en las plataformas digitales un canal accesible para vender sin necesidad de contar con infraestructura física ni grandes inversiones. Sin embargo, el régimen tributario vigente diseñado en muchos aspectos para empresas formales con mayor capacidad operativa ha producido efectos negativos sobre este segmento, tanto por la carga fiscal indirecta como por la complejidad normativa.

Uno de los principales problemas identificados es la acumulación de percepciones automáticas provenientes de distintos regímenes. Un pequeño comerciante que realiza ventas a través de una plataforma como Mercado Libre, cobra mediante billeteras virtuales y recibe pagos en su cuenta bancaria, puede quedar alcanzado simultáneamente por:

- **Percepciones de IVA** aplicadas por plataformas digitales, conforme a la **RG AFIP 5319/2023**.
- **Retenciones y percepciones de Ingresos Brutos** reguladas por la **Resolución AGIP 305/2019**, que alcanza operaciones realizadas mediante medios electrónicos.
- **SIRTAC**, sistema de recaudación sobre tarjetas de crédito y compra, que aplica una retención única sobre operaciones digitales en múltiples jurisdicciones.
- **SIRCREB**, régimen de recaudación sobre acreditaciones bancarias, que puede generar retenciones adicionales sobre cuentas activas.

Esta superposición normativa genera saldos a favor recurrentes, especialmente en contribuyentes adheridos al régimen simplificado (Monotributo), quienes no siempre pueden deducir ni compensar dichos montos de forma efectiva. En muchos casos, la devolución requiere trámites complejos o no se concreta, afectando la liquidez y rentabilidad de pequeños negocios.

Además, la falta de información clara y la complejidad de los aplicativos fiscales representan barreras para quienes no cuentan con asesoramiento contable permanente. El sistema actual, pensado desde la lógica del control masivo y automatizado, no distingue adecuadamente entre contribuyentes de gran escala y operadores de baja facturación.

Tal como señala Lombardi (2019), “el avance en la captación automática del impuesto ha sido eficaz desde el punto de vista recaudatorio, pero omite considerar la realidad económica de los contribuyentes alcanzados, reproduciendo un esquema inequitativo que contradice los principios de razonabilidad y progresividad”. De igual manera, Videla (2019) advierte que la aplicación uniforme de estos regímenes puede resultar confiscatoria cuando se aplican sobre sujetos de baja capacidad contributiva, especialmente sin un mecanismo ágil de devolución o compensación.

- En el caso específico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las pymes que operan digitalmente se ven afectadas por la superposición de percepciones locales y nacionales, sin contar con un esquema claro de coordinación. Las cámaras empresarias y asociaciones profesionales han elevado informes al respecto, solicitando simplificación normativa, exención de percepciones para pequeños contribuyentes, y un tratamiento diferencial para los emprendimientos digitales nacientes. Lombardi, E. C. (2019); Videla Kamenopolsky; AFIP, Resolución General 5319/2023; AGIP, Resolución 249/2021.

5.5. Evolución del comercio electrónico en Argentina y CABA (2018–2025)

Durante el período comprendido entre 2018 y 2025, el comercio electrónico en Argentina evidenció un crecimiento sostenido tanto en términos de facturación como de penetración de usuarios, consolidándose como una modalidad de consumo central en el país. Este fenómeno —acelerado por la pandemia, la innovación tecnológica y la expansión de medios de pago digitales— obligó al sistema tributario a adaptarse frente a nuevas dinámicas comerciales.

Según un informe conjunto de *La Nación* y *Euromonitor* (2021), el comercio electrónico creció un 39 % en 2020 respecto del año anterior. Las proyecciones indican que hacia 2025 alcanzaría un incremento acumulado del 56 %, representando aproximadamente el 15 % del total de las ventas minoristas en el país. *La Nación* y *Euromonitor* (2021),

En 2022, la tendencia se consolidó con un aumento interanual del 87 %, una facturación total de $2,846 billones, 422 millones de productos vendidos y un ticket promedio de $13.488. Para 2024, el sector alcanzó una facturación récord de $22 billones, lo que implicó un incremento del 181 % respecto de 2023, con un ticket promedio de $92.341 y un aumento del 5 % en la cantidad de órdenes de compra (*Nexxo News*, 2024). En 2025, la proyección se mantuvo al alza, con expectativas de superar por primera vez el 15 % de participación sobre el total de ventas minoristas (*Ámbito Financiero*, 2025).

En paralelo, los consumidores digitales también evolucionaron: para 2024 se contabilizaban más de 23,7 millones de compradores online en Argentina, de los cuales 536.000 se incorporaron durante ese mismo año; además, el 60 % realizaba compras con frecuencia mensual o mayor (*ID4You*, 2024). El canal *mobile* se consolidó como el

principal medio de acceso, registrando entre el 80 % y el 90 % de las transacciones digitales. (*ID4You*, 2024).

Desde el punto de vista geográfico, la región AMBA especialmente la Ciudad Autónoma de Buenos Aires concentró entre el 40 % y el 60 % de la facturación total nacional en el período analizado, aunque el interior del país evidenció tasas de crecimiento relevantes, diversificando progresivamente la base territorial del e-commerce (*Impulso Baires*, 2025).

En síntesis, entre 2018 y 2025 el comercio electrónico en Argentina:

- Pasó de representar entre el 7 % y el 11 % de las ventas minoristas a superar el 15 %.
- Mostró un crecimiento acelerado en términos de facturación y cantidad de usuarios activos.
- Se consolidó como principal canal de ventas, superando el consumo en tiendas físicas.
- Generó nuevos hábitos de consumo y una marcada preferencia por dispositivos móviles.
- Reforzó la posición estratégica de CABA como núcleo tecnológico y fiscal, aunque con expansión hacia el interior.

Estas tendencias establecen el contexto empírico necesario para comprender por qué los sistemas tributarios en especial a nivel nacional y local debieron reformular sus criterios de fiscalización y recaudación frente al escenario de aceleración digital y aparición de nuevos actores económicos.

CAPÍTULO 6: Análisis e interpretación

6.1. Evolución del régimen tributario digital (2018–2025)

Entre 2018 y 2025, el crecimiento sostenido del comercio electrónico en Argentina obligó a las administraciones fiscales a revisar sus esquemas tradicionales de recaudación. En este contexto, tanto la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) como los fiscos provinciales y locales incluyendo la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires— implementaron diversos mecanismos de control tributario orientados a capturar operaciones realizadas a través de plataformas digitales, billeteras virtuales, tarjetas y medios de pago electrónicos.

En el plano nacional, la AFIP avanzó sobre dos frentes: por un lado, mediante la Resolución General 4240/2018, incorporó a prestadores de servicios digitales del exterior como sujetos alcanzados por el IVA, aplicando retenciones automáticas a través de tarjetas de crédito y débito. Posteriormente, mediante la Resolución General 5319/2023, extendió su capacidad de fiscalización sobre las plataformas digitales nacionales, obligándolas a actuar como agentes de percepción del IVA en las operaciones de comercio electrónico.

En el plano local, la AGIP en CABA dictó normas como la Resolución 249/2021, que estableció regímenes de percepción del Impuesto sobre los Ingresos Brutos aplicables a operaciones canalizadas a través de billeteras electrónicas. A su vez, la Ciudad adhirió a los sistemas SIRCREB y SIRTAC, que permiten realizar percepciones automáticas sobre acreditaciones bancarias y transacciones con tarjetas, incluso sin verificar la habitualidad o el domicilio real del contribuyente.

Esta evolución normativa tuvo como eje la incorporación de **tecnologías de recaudación automática**. Se pasó de un sistema centrado en la declaración voluntaria y el control posterior, a un esquema basado en la retención anticipada del impuesto, incluso cuando el contribuyente no se encuentra formalmente inscripto o cuando el hecho imponible no está claramente localizado en la jurisdicción que realiza la percepción.

Este proceso implicó una modernización administrativa, pero también generó una creciente preocupación en la doctrina tributaria, que comenzó a cuestionar la equidad y proporcionalidad de estos regímenes. Diversos autores han advertido que el sistema

tiende a aplicar una presunción de habitualidad y capacidad contributiva sin distinción de escala ni contexto, afectando especialmente a contribuyentes de baja capacidad económica o aquellos que operan en forma esporádica o informal.

En síntesis, el período 2018–2025 estuvo marcado por una transformación significativa en la lógica de recaudación del Estado, que pasó de perseguir el cumplimiento tributario mediante fiscalización tradicional a implementar sistemas automáticos y digitales. Si bien estas herramientas han demostrado eficacia en términos recaudatorios, también han generado tensiones con principios constitucionales como la legalidad, la capacidad contributiva y la igualdad ante la ley fiscal. Tal como se plantea en la hipótesis de esta investigación, la aplicación presuntiva y generalizada de estos regímenes afecta especialmente a contribuyentes de baja escala, reproduciendo inequidades estructurales que exigen una revisión normativa profunda y urgente.

6.2. Desarrollo del comercio electrónico en Argentina y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2018–2025)

Durante el período 2018–2025, el comercio electrónico en Argentina experimentó un crecimiento sostenido tanto en términos de facturación como en penetración de usuarios, imponiéndose como una modalidad de consumo central en el país.

Según datos del sector y estimaciones de consultoras internacionales, el e-commerce creció un 39 % en 2020 respecto a 2019, y se proyectó un crecimiento acumulado del 56 % hacia 2025, representando aproximadamente el 15 % del total de ventas minoristas en Argentina.

En 2022, la cifra se consolidó con un incremento interanual del 87 % y una facturación de $2,846 billones, junto con 422 millones de productos vendidos y un ticket promedio de $13.488.

Para 2024, el sector alcanzó una facturación récord de $22 billones, un crecimiento del 181 % respecto al año anterior, con un ticket promedio de $92.341 y un aumento del 5 % en las órdenes de compra. Las proyecciones para 2025 indican una consolidación de esta tendencia alcista, con expectativas de que el e-commerce supere el 15 % de participación en el total de ventas minoristas por primera vez.

En términos de usuarios, en 2024 se estimaron más de 23,7 millones de compradores online, de los cuales 536.000 se sumaron ese mismo año. Además, el 60 %

de los consumidores ya realizaban compras al menos una vez al mes. El canal mobile se consolidó como el principal medio de acceso, con entre 80 % y 90 % de las compras realizadas desde dispositivos móviles.

Geográficamente, la región del AMBA y en particular la Ciudad Autónoma de Buenos Aires concentró entre el 40 % y 60 % de la facturación total del país, aunque el interior del país mostró un crecimiento significativo y sostenido.

En síntesis, entre 2018 y 2025, el comercio electrónico en Argentina:

- Pasó de representar entre el 7 % y 11 % de las ventas minoristas a superar el 15 %.
- Aumentó en volumen de facturación y en frecuencia de compra digital.
- Cambió hábitos de consumo e incorporó nuevos sectores sociales.
- Generó nuevas formas de intermediación comercial sin presencia física.
- Representó un desafío estructural para los sistemas tributarios nacionales y locales, especialmente en jurisdicciones como la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. CACE (2021–2024), Clarín (2024).

6.3. Comparación entre comercio físico y digital

El comercio tradicional y el comercio electrónico se diferencian no solo en sus canales de comercialización, sino también en los criterios fiscales que les son aplicables. Mientras que el comercio físico se desarrolla en un entorno territorializado, con presencia física del contribuyente, registración contable, emisión de comprobantes y mecanismos de fiscalización visibles, el comercio digital opera en un marco deslocalizado, descentralizado y automatizado, donde las nociones clásicas del hecho imponible —como la territorialidad, la habitualidad y el domicilio fiscal— se tornan más complejas de aplicar.

En el comercio físico, tributos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto sobre los Ingresos Brutos (IIBB) se determinan a partir de la documentación respaldatoria emitida por el contribuyente (facturación, registración contable), con asignación territorial clara y aplicación de normas específicas según el lugar de desarrollo de la actividad. La fiscalización se basa en inspecciones presenciales, cruces de datos contables y verificación de inventarios o locales comerciales.

Por el contrario, en el comercio electrónico, la emisión de comprobantes puede ser parcial o inexistente, y el vendedor muchas veces no se encuentra domiciliado en la jurisdicción donde reside el comprador. Las operaciones se procesan a través de plataformas digitales, billeteras virtuales y medios electrónicos que actúan como intermediarios financieros, concentrando información clave sobre la transacción sin ser parte directa del hecho imponible. Esta intermediación tecnológica dificulta la identificación precisa del sujeto pasivo y la localización del hecho imponible.

Además, la fiscalización del comercio digital se apoya en regímenes automáticos de percepción y retención aplicados sobre operaciones electrónicas, sin necesidad de intervención del contribuyente. Este cambio de paradigma permite una recaudación más eficiente, pero también genera asimetrías en el tratamiento fiscal entre quienes comercializan en forma física y quienes lo hacen de manera virtual.

Una de las principales consecuencias de esta diferencia es que el comerciante digital puede sufrir percepciones múltiples y acumulativas —por parte de AFIP, AGIP, SIRCREB y SIRTAC— incluso sin estar formalmente inscripto o sin habitualidad declarada. En cambio, el comerciante físico tributa según su declaración voluntaria, con mayor previsibilidad en sus obligaciones fiscales. Además, el acceso a la información tributaria suele ser más complejo para el operador digital, que muchas veces desconoce los montos retenidos, las jurisdicciones que los aplican o los mecanismos de devolución disponibles.

Desde el punto de vista jurídico, esta situación plantea una vulneración del principio de igualdad ante la ley tributaria (art. 16 CN), ya que dos contribuyentes que desarrollan la misma actividad económica —por ejemplo, la venta de bienes— pueden recibir un tratamiento fiscal completamente diferente únicamente por el canal de comercialización utilizado. Esta fragmentación normativa, sumada a la aplicación presuntiva de regímenes automáticos, genera una carga tributaria desproporcionada sobre pequeños operadores digitales, afectando su capacidad contributiva real (art. 75 inc. 2 CN) y comprometiendo la equidad del sistema.

- Tal como se plantea en la hipótesis de esta investigación, el régimen vigente requiere una revisión profunda que permita armonizar los criterios fiscales entre comercio físico y digital, garantizando un trato justo, proporcional y

constitucionalmente compatible. Lombardi, E. (2019); Videla Kamenopolsky, J. A. (2019). *IVA;* AFIP (2018); AFIP (2023); AGIP (2021);

6.4. Percepciones automáticas: aplicación práctica y críticas

Uno de los elementos centrales del proceso de modernización fiscal aplicado al comercio electrónico en Argentina es la implementación de **regímenes automatizados de percepción tributaria**. Este sistema implica que el impuesto sea retenido o percibido directamente por intermediarios como plataformas digitales, billeteras virtuales, entidades financieras o emisores de tarjetas sin intervención previa del contribuyente, con el objetivo de garantizar el ingreso anticipado de fondos al fisco.

En el plano nacional, la Resolución General AFIP 5319/2023 obliga a determinadas plataformas digitales a actuar como agentes de percepción del IVA, incluso frente a sujetos no inscriptos en el régimen general. Esta medida se justifica bajo la presunción de habitualidad en las operaciones digitales. En el plano local, AGIP, a través de la Resolución 249/2021, implementó percepciones automáticas del Impuesto sobre los Ingresos Brutos sobre los montos cobrados por los usuarios de billeteras electrónicas, sin analizar previamente si el contribuyente está obligado a tributar en la jurisdicción de CABA.

Si bien estas medidas han sido eficaces desde el punto de vista recaudatorio permitiendo captar ingresos antes de que se produzca el incumplimiento o la evasión su aplicación indiscriminada ha generado numerosas críticas desde la doctrina tributaria.

a) Falta de análisis previo del sujeto alcanzado

Uno de los principales cuestionamientos es que las percepciones se aplican sin validar previamente si el contribuyente se encuentra inscripto en el impuesto, si está exento o si siquiera corresponde su inclusión como sujeto pasivo. Esto se traduce en la acumulación de saldos a favor, especialmente entre monotributistas y personas físicas no alcanzadas formalmente por el impuesto, que ven disminuidos sus ingresos sin tener mecanismos simples de recuperación.

b) Superposición de regímenes y percepciones múltiples

En muchos casos, un mismo contribuyente es alcanzado por varios regímenes de percepción en simultáneo, como SIRCREB (sobre acreditaciones bancarias), SIRTAC

(sobre tarjetas de crédito), retenciones sobre billeteras virtuales y percepciones por parte de plataformas de cobro. Esta multiplicidad normativa genera una carga fiscal encubierta, desorganizada y difícil de administrar, especialmente para contribuyentes pequeños o sin asesoramiento contable.

c) Violación del principio de legalidad y capacidad contributiva

Desde una perspectiva constitucional, varios autores han señalado que el uso de percepciones automáticas masivas puede vulnerar el principio de legalidad tributaria (art. 19 y 75 inc. 2 de la Constitución Nacional), ya que se aplican tributos sin que exista un hecho imponible claramente definido o sin que el sujeto esté alcanzado según la ley. Asimismo, al no contemplar la capacidad económica del contribuyente, estos mecanismos pueden volverse regresivos, especialmente cuando se aplican sobre operaciones menores o no habituales.

d) Falta de transparencia y acceso a la información

Otro aspecto problemático es la opacidad del sistema. En muchos casos, los usuarios de billeteras virtuales o plataformas de pago no reciben información clara ni anticipada sobre las percepciones que se les aplican. No existen notificaciones obligatorias ni canales efectivos de consulta o reclamo. La carga de investigar, justificar o recuperar lo retenido recae enteramente en el contribuyente, que muchas veces desconoce los motivos y el encuadre legal de esas deducciones.

Observaciones preliminares

- Si bien las percepciones automáticas representan un avance en términos de eficiencia recaudatoria, su aplicación masiva, despersonalizada y sin criterios de progresividad ha generado tensiones con principios constitucionales como la legalidad tributaria, la capacidad contributiva y la igualdad ante la ley. La ausencia de mecanismos correctivos adecuados como exenciones automáticas, mínimos no imponibles o procedimientos ágiles de devolución refuerza la carga fiscal desproporcionada sobre los sectores menos formalizados del comercio digital. Tal como se plantea en la hipótesis de esta investigación, el régimen vigente requiere una revisión normativa que garantice mayor equidad, proporcionalidad y compatibilidad constitucional.

Lombardi, E. (2019); Videla Kamenopolsky, J. A. (2019); AFIP. Resolución General 5319/2023; AGIP. Resolución 249/2021.

6.5. Impacto en pymes, monotributistas y emprendedores

Uno de los sectores más afectados por la aplicación del régimen tributario digital actual es el de las pequeñas y medianas empresas (pymes), monotributistas y emprendedores que utilizan canales digitales para comercializar bienes y servicios. Lejos de facilitar su inserción en la economía formal, los mecanismos de percepción automática aplicados por las distintas administraciones tributarias tienden a generar una carga fiscal anticipada y desproporcionada que muchas veces obstaculiza su crecimiento, formalización y estabilidad financiera.

a) Percepciones que superan la obligación tributaria real

Una de las consecuencias más frecuentes es la generación de saldos a favor que no pueden ser utilizados. Por ejemplo, un monotributista que no está alcanzado por Ingresos Brutos en la Ciudad de Buenos Aires puede sufrir percepciones por parte de AGIP simplemente por cobrar mediante una billetera virtual radicada en dicha jurisdicción (AGIP, Res. 249/2021). Esta situación se replica con percepciones bancarias (SIRCREB) o tarjetas de crédito (SIRTAC), afectando a contribuyentes sin actividad efectiva en la jurisdicción que recauda.

En muchos casos, los importes percibidos superan con creces el verdadero impuesto que el contribuyente debería abonar, generando una carga financiera artificial que no puede ser compensada ni recuperada fácilmente.

b) Costos administrativos indirectos

Además del impacto económico directo, el sistema de percepciones automáticas impone una carga administrativa considerable. Los pequeños contribuyentes deben revisar sus resúmenes de cuenta, interpretar conceptos fiscales poco claros, consultar normativa compleja y, en caso de querer recuperar lo percibido, realizar gestiones administrativas que suelen estar fuera de su alcance técnico o financiero.

Este conjunto **de obstáculos no solo implica un costo operativo, sino que actúa como una barrera a la formalización. Muchos emprendedores prefieren operar**

fuera del circuito legal antes que enfrentarse a un sistema tributario que perciben como hostil o excesivamente exigente.

c) Desincentivo a la digitalización formal

Paradójicamente, las políticas fiscales aplicadas sobre el comercio electrónico han generado un efecto disuasorio sobre el uso de herramientas digitales formales. La posibilidad de sufrir percepciones automáticas —aun sin tener obligaciones tributarias concretas— desincentiva a muchos pequeños vendedores a utilizar plataformas o billeteras virtuales. Esto contraviene el objetivo de inclusión financiera y digital, especialmente promovido por políticas públicas de innovación y desarrollo.

Además, la falta de incentivos fiscales para pequeños contribuyentes digitales aumenta la brecha competitiva respecto de operadores informales o de grandes empresas con estructuras que les permiten planificar y deducir correctamente su carga tributaria.

d) Ausencia de un régimen específico adaptado

Hasta la fecha, no existe en Argentina un régimen tributario adaptado a la realidad de los pequeños contribuyentes digitales, que contemple su nivel de ingresos, el carácter esporádico de muchas operaciones y la necesidad de herramientas simples de cumplimiento. La Ley de Monotributo fue pensada para actividades presenciales y no contempla adecuadamente los flujos digitales ni la intermediación por plataformas. Lo mismo ocurre con las normas provinciales o locales, que tienden a aplicar regímenes pensados para grandes operadores a sujetos de baja escala.

Observaciones preliminares

Las pymes, monotributistas y emprendedores digitales enfrentan un entorno tributario desalineado con su capacidad económica, sus recursos administrativos y sus niveles de facturación. En lugar de promover la inclusión y la formalización, el sistema actual tiende a excluir o desalentar la participación de estos actores en el comercio electrónico regulado. Este fenómeno, además de injusto, limita el desarrollo del ecosistema digital y perjudica la equidad horizontal del sistema tributario. Lombardi, E. C. (2019); Pontacq, S. (2022); OCDE (2021); UNCTAD (2021); CACE (2021–2023).

6.6. Problemas de legalidad y equidad en la aplicación de impuestos al e-commerce

El sistema tributario vigente en Argentina, al aplicar percepciones y retenciones automáticas sobre operaciones de comercio electrónico, ha generado múltiples cuestionamientos desde el punto de vista constitucional. Si bien estas medidas fueron diseñadas con fines recaudatorios y de control, su implementación masiva, generalizada y sin evaluación del perfil del contribuyente ha provocado tensiones con principios jurídicos fundamentales: legalidad, capacidad contributiva e igualdad ante la ley.

Capacidad contributiva

Este principio implica que cada persona debe tributar en proporción a su verdadera capacidad económica. No se trata simplemente de aplicar un impuesto, sino de hacerlo de forma razonable, según el nivel de ingresos, volumen de operaciones o regularidad de la actividad.

El régimen de percepciones automáticas presume la capacidad contributiva sin analizarla en cada caso concreto. Esto significa que, por ejemplo, un monotributista de bajos ingresos puede sufrir las mismas percepciones que una empresa formal con alto nivel de ventas, solo por usar los mismos canales de pago. Además, en contribuyentes que no están inscriptos o que realizan ventas esporádicas, el sistema no contempla ningún umbral o mínimo no imponible, aplicando percepciones, aunque no exista habitualidad ni intención comercial permanente.

La aplicación de las normas fiscales debe ser equitativa, razonable y no discriminatoria. Esto implica tratar igual a quienes se encuentran en situaciones similares y, al mismo tiempo, reconocer las diferencias cuando existen. El actual régimen no distingue con claridad entre:

- Contribuyentes habituales y ocasionales.
- Sujetos alcanzados y exentos.
- Operadores físicos y digitales.
- Jurisdicciones reales de actividad y jurisdicciones técnicas de medios de cobro.

Esta **ausencia de criterio diferencial genera desigualdad en la práctica. Un comerciante tradicional que opera desde un local puede tener un trato más favorable**

que un emprendedor digital que vende desde su casa por redes sociales, aunque ambos desarrollen actividades similares. Esta desigualdad también se extiende entre jurisdicciones: un contribuyente domiciliado en una provincia puede ser alcanzado por percepciones aplicadas desde CABA, sin ejercer actividad allí, vulnerando el principio de territorialidad.

Observaciones preliminares

- La aplicación del régimen tributario digital en Argentina, y en particular en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, presenta serios problemas desde el punto de vista constitucional. Aunque persigue fines legítimos (recaudación, control, reducción de evasión), los mecanismos utilizados no siempre respetan los principios de legalidad, capacidad contributiva ni equidad tributaria, lo cual debilita su legitimidad y refuerza el conflicto entre el sistema fiscal y los sectores más vulnerables del comercio electrónico. Lombardi, E. C. (2019); Videla Kamenopolsky J. A. (2019); Pontacq, Santiago (2022);OCDE (2020).

6.7. Tablas comparativas

Luego del análisis de los distintos aspectos del régimen tributario aplicado al comercio electrónico en Argentina, y en especial en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pueden formularse algunas conclusiones parciales que resumen los principales hallazgos de este capítulo:

Criterio	Comercio físico	Comercio digital
Canal de venta	Presencial / local	Plataforma online / redes sociales
Control fiscal	Inspección presencial / facturación física	Percepciones automáticas / retención en origen
Tributos aplicables	IVA, IIBB, Ganancias	IVA, IIBB, Ganancias + múltiples percepciones
Forma de liquidación	Declaración voluntaria	Retención sin aviso previo
Jurisdicción	Claramente asignada	Domicilio del medio de pago, no de la actividad
Trato fiscal según escala	Sí (Monotributo, exenciones, deducciones)	No siempre (retenciones iguales a todos)

Acceso a devolución de saldos	Relativamente sencillo	Limitado o inexistente
Transparencia del régimen	Alta (por declaraciones)	Baja (por retenciones automáticas ocultas)

Aspecto	**AFIP**	**AGIP (CABA)**
Tributos involucrados	IVA, Ganancias	Ingresos Brutos
Normas relevantes	RG 4240/2018, RG 5319/2023	Res. 249/2021, adhesión a SIRCREB y SIRTAC
Sujetos alcanzados	Usuarios de plataformas, servicios digitales	Usuarios de billeteras y medios electrónicos
Mecanismo de percepción	A través de plataformas y tarjetas	A través de billeteras y bancos
Posibilidad de exclusión	Limitada	Casi inexistente
Coordinación con otras jurisdicciones	Parcial	Mínima
Saldos a favor	Se pueden acumular, devolución compleja	Frecuentes, devolución casi nula

CACE (2021–2023); OCDE (2021); UNCTAD (2021)

Capítulo 7 -Conclusiones

El régimen tributario vigente en Argentina, y particularmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ha mostrado avances significativos en la fiscalización de operaciones digitales, mediante la implementación de mecanismos automatizados de percepción y retención. Estas herramientas mejoraron la eficiencia recaudatoria, pero fueron diseñadas con criterios uniformes que no contemplan la diversidad de sujetos alcanzados, lo que genera efectos regresivos y una presión desproporcionada sobre los contribuyentes más pequeños.

Las diferencias regulatorias entre el comercio físico y electrónico son evidentes. Mientras el primero se rige por esquemas tradicionales de declaración, el segundo se encuentra sujeto a mecanismos presuntivos que, muchas veces, derivan en cargas tributarias no justificadas. Esto compromete principios constitucionales fundamentales como la capacidad contributiva, la legalidad, la territorialidad y la no confiscatoriedad, sobre todo cuando pequeños operadores digitales son alcanzados por percepciones múltiples que superan sus verdaderas obligaciones.

La falta de armonización normativa entre los niveles nacional y local agrava esta situación, debido a la ausencia de un marco legal específico que contemple integralmente las particularidades del comercio electrónico. En consecuencia, se genera un entorno de incertidumbre tributaria que desincentiva la formalización, reduce la competitividad y afecta la liquidez operativa de emprendedores y pymes digitales.

Este trabajo ha evidenciado que los regímenes de percepción y retención automática, si bien eficaces desde una perspectiva recaudatoria, generan distorsiones prácticas cuando se aplican indiscriminadamente. Su aplicación sobre sujetos con escasa capacidad económica o fiscal —como monotributistas o comerciantes informales que operan en plataformas digitales— puede generar efectos contrarios a los deseados, incluyendo el desaliento a la formalidad y la pérdida de competitividad.

Además, la superposición normativa entre organismos como la AFIP, la AGIP y los fiscos provinciales provoca una fragmentación legal que incrementa el riesgo de doble imposición y vulnera principios de equidad tributaria. Esta falta de coordinación también dificulta la devolución de saldos a favor, lo que afecta negativamente el flujo de fondos de los contribuyentes y refuerza una lógica fiscal centrada en la recaudación anticipada, sin análisis personalizado.

Frente a este escenario, resulta urgente repensar el régimen tributario aplicado al e-commerce desde una lógica que privilegie la equidad, la progresividad y la seguridad jurídica. La digitalización no debe ser excusa para restringir derechos ni para imponer cargas automáticas sin análisis de fondo. Por el contrario, debe impulsar reformas que respeten los principios constitucionales, promuevan la innovación y fortalezcan la inclusión económica.

En la última instancia, la tributación del comercio electrónico representa un desafío complejo que excede lo técnico y exige respuestas integrales, con diálogo institucional, enfoque multidisciplinario y criterios adaptados al nuevo paradigma digital. La transformación fiscal, por tanto, no debe limitarse a ampliar la base imponible, sino a garantizar un sistema justo y transparente.

BIBLIOGRAFIA

Libros y manuales

Barroetaveña, M. (2020). *Manual de derecho tributario*. La Ley.

Brandt, E. A. (2019). La situación tributaria del e-commerce en Córdoba. *Revista de Derecho Tributario,* (43), 57–76.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Lombardi, E. C. (2019). *Régimen tributario del comercio electrónico en Argentina*. La Ley.

Videla Kamenopolsky, J. A. (2019). IVA y Ganancias en el e-commerce: análisis y comparación regional. Instituto CEF Argentina.

Tesis académicas

Pontacq, S. (2022). *La regulación tributaria del e-commerce en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2020–2021)* [Tesis de grado, Universidad de Belgrano].

Organismos internacionales

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2020). *Addressing the tax challenges of the digital economy*. https://www.oecd.org

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2021). *Tax administration report 2021*. https://www.oecd.org

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2021). *Digital economy report 2021: Cross-border data flows and development*. https://unctad.org

Organismos nacionales y locales

Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). (2018). *Resolución General 4240/2018*. https://www.afip.gob.ar

Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). (2023). *Resolución General 5319/2023*. https://www.afip.gob.ar

Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP). (2019). *Resolución 305/2019. Régimen de percepción sobre medios electrónicos*. https://www.agip.gob.ar

Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE). (2021–2024). *Informes anuales de comercio electrónico en Argentina*. https://www.cace.org.ar

Comisión Arbitral Convenio Multilateral. (2020). *Manual SIRCREB – Sistema de Recaudación sobre Acreditaciones Bancarias*. https://www.comarb.gov.ar

Comisión Arbitral Convenio Multilateral. (2021). *Manual SIRTAC – Sistema de Recaudación sobre Tarjetas*. https://www.comarb.gov.ar

Normativa legal

Argentina. (1983). *Ley 23.349 del Impuesto al Valor Agregado*. Boletín Oficial de la República Argentina.

Argentina. (1976). *Ley 20.628 del Impuesto a las Ganancias*. Boletín Oficial de la República Argentina.

Argentina. (1998). *Ley 24.977 – Régimen simplificado para pequeños contribuyentes (Monotributo)*. Boletín Oficial de la República Argentina.

Argentina. (1984). *Ley 11.683 de Procedimiento Fiscal*. Boletín Oficial de la República Argentina.

Argentina. (1994). *Constitución Nacional Argentina*. En Convención Constituyente de 1994. Boletín Oficial de la República Argentina.

Argentina. (2014). *Código Civil y Comercial de la Nación* (Ley 26.994). Boletín Oficial de la República Argentina.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (2023). *Código Fiscal. Texto actualizado 2023*. Administración Gubernamental de Ingresos Públicos. https://www.agip.gob.ar

Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (2023). *Ley Tarifaria Anual 2023–2025*. Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.