



DR. SERGIO CARBONE

Contador Público (UBA)

VENDER POR INTERNET Y MERCADOLIBRE.COM

Una aventura que inicias con la primer venta. ¡Que no sea la última!

Dr. Sergio Carbone – Contador Público (UBA)

www.sergiocarbone.com.ar - carbonesergio@gmail.com - Cel: 011-6660-9889



EL AUTOR



Sergio Carbone es Contador Público, Graduado en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Desde el año 2008 ejerce su actividad como profesional en Ciencias Económicas de manera independiente conformando, desde ese momento, el actual estudio contable y tributario que lleva su nombre.

Dentro de sus principales áreas de interés profesional destacan la planificación fiscal y tributación internacional, la planificación económica y financiera en procesos productivos de largo plazo, el estudio, planificación y desarrollo de estructuras y contratos fiduciarios y la conducción de emprendimientos inmobiliarios.

Es autor de artículos de interés profesional en revistas y portales especializados. Participa en el dictado de cursos en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Actualmente se encuentra cursando la Maestría en Tributación en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires y Abogacía en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires.



LICENCIA DE USO

© Todos los Derechos Reservados.

La presente es una obra pensada para ser distribuida de manera gratuita y de forma digital. Su contenido se conforma por tres artículos desarrollados previamente que, por referirse todos ellos a la problemática contable y fiscal relacionada con la celebración de operaciones de venta a distancia mediante medios electrónicos, han sido compilados en el presente volumen.

Esta obra puede ser distribuida gratuitamente siempre que no se altere su contenido ni las referencias al autor.



AGRADECIMIENTOS

Realizar un libro es un viaje; posiblemente un viaje de ida. En este viaje me han acompañado muchas personas. Tantas que sería imposible mencionarlos a todos. Tantas que, mencionando solo a algunas de ellas, cometería una injusticia para con otras que han presentado fuerte influencia en mis reflexiones previas.

Sin embargo, antes de dar mis palabras iniciales, quisiera exponer mis agradecimientos.

Quiero agradecer a todas aquellas personas que me han dado la oportunidad de debatir y discutir cuestiones técnicas y jurídicas en cuanto es objeto de mi interés.

Quiero agradecer a todos los profesores con quienes me he cruzado en mis estudios pero, principalmente, quiero agradecer a aquellos que se tomaron el tiempo de decirme que estaba equivocado.

Quiero agradecer a todos esos autores que, sin que ellos me conozcan, me han permitido conocerlos por sus libros y sus escritos; de quienes he aprendido y aprenderé.

Quiero agradecer a la comunidad de negocios en general, a todos los que, con el transcurso de los años, me han invitado a sus salas de reuniones y planteado sus más diversos planes de negocios. Es allí donde me he nutrido de la diversidad negocial que ofrece el negocio fiduciario pero, más puntualmente, donde he podido advertir la crisis técnica y jurídica que se requería comprender y resolver.

A todos: Gracias. Para todos. Un libro que espero los convenza de dos cuestiones:

- 1.- la necesidad de realizar un profundo estudio de las consecuencias económicas, financieras, jurídicas y fiscales de encarar un la actividad de venta por internet o por medios telemáticos
- 2.- las complejidades inherentes a la utilización de la plataforma conocida como www.mercadolibre.com que, siendo líder en el segmento a fechas de diciembre 2018, si bien brinda todos los datos que el empresario pyme y su asesor contable requieren conocer, no siempre son fáciles de identificar.
- 3.- la necesidad de adquirir adquirir y incorporar nuevas prácticas administrativas que acompañen el crecimiento del negocio.

Libro digital “MANUAL DE PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS” disponible en <http://www.sergiocarbone.com.ar/>



I.- INTRODUCCIÓN	6
II.- ELIMINANDO MITOS – EL MONOTRIBUTO NO ES TODO LO QUE DEBES SABER	8
III.- VENTAS POR INTERNET – RÉGIMEN DE CONVENIO MULTILATERAL.....	9
IV.- LAS PARTICULARIDADES DE LA VENTA POR MERCADO LIBRE	11
IV.a.- PRIMER PASO – EMITIR LAS FACTURAS	11
IV.b.- UN EJEMPLO	15
V.- VENDER POR INTERNET – UNA AVENTURA	18
VI.- INGRESOS BRUTOS – RÉGIMEN DE CONVENIO MULTILATERAL	20
VII.- LA LETRA DEL CONVENIO.....	21
VIII.- CASOS REALES – INTERPRETACIÓN DE LAS NORMAS DEL CONVENIO MULTILATERAL	23
VIII.a- RG 16-2004 – MONSANTO ARGENTINA SAIC – ENCUADRE DE VENTAS ENTRE AUSENTES.....	23
VIII.b.- RG 10-2012 – LOMA NEGRA – GASTOS BANCARIOS – CONOCIMIENTO DEL CLIENTE Y DOMINIO DE LA LOGÍSTICA.....	23
VIII.c.- RG 28-2003 – MEDICINA INTEGRAL METROPOLITANA – ASIGNACIÓN DE JURISDICCIÓN EN PRESTACIÓN DE SERVICIOS	26
VIII.d.- RG 29-2006 – QUICKFOOD SA – REALIDAD ECONÓMICA	26
IX.- PALABRAS FINALES SOBRE LA APLICACIÓN DEL CONVENIO MULTILATERAL A LA VENTA POR INTERNET	28
X.- QUE DATOS CONSIGNAR EN LA FACTURA A EMITIR CUANDO VENDE MERCADERÍA IMPORTADA	29



I.- INTRODUCCIÓN

Este documento está dirigido a toda aquella persona o empresa que está pensando o ha iniciado operaciones de ventas por plataformas virtuales siendo, su mercado objetivo, la República Argentina. En el título me oriento a una plataforma en particular: www.mercadolibre.com.ar. La motivación que he tenido para orientarme hacia esta plataforma está directamente relacionada con que, para el mercado argentino, se presenta como el líder del segmento.

Ser el líder del segmento genera, en consecuencia, que sea una plataforma casi “obligatoria” para cualquiera que desee vender sus productos por Internet. Incluso para quienes no deseen vender sus productos utilizando la plataforma de www.mercadolibre.com.ar es posible que deseen utilizar su pasarela de pagos: MercadoPago. Tarde o temprano, se terminan orientando a la venta por esta plataforma e-commerce en particular.

He decidido escribir este artículo al verificar, en el ejercicio cotidiano y al asesorar a diferentes pymes y emprendedores, y verificar que no estaban al tanto de que significaba vender por Internet, que significaba vender en esta plataforma en particular, que tipo de información brinda esta plataforma, que tipo de información hay que brindar al contador público que se encarga de realizar las liquidaciones mensuales. Por otro lado, es justo decir que, al conversar con colegas que no tuvieron acceso a los esquemas de liquidación de Mercado Libre y Mercado Pago, he advertido que desconocían la forma de operar de estas empresas convirtiéndose, por tanto, en un círculo vicioso:

- a.- El cliente no entiende que información puede obtener desde la plataforma de mercado libre. En consecuencia, brinda información incompleta al contador público.
- b.- El contador público solo ve una “cédula” de información y, por tanto, las liquidaciones tributarias pueden presentar un importante sesgo material.
- c.- El contador público, al no estar directamente vinculado con la plataforma, no tiene acceso a la misma y, en consecuencia, no puede “hurgar” para conocer o comprender la mecánica general del sistema.

De lo expuesto, el material que aquí dispongo, tiene dos objetivos bien detallados:



a.- Hacia el emprendedor o empresario pyme, vendedor de bienes y servicios por Internet: introducirlo en el régimen tributario local (ingresos brutos) a fin de que comprenda los elementos principales del mencionado régimen y la información a recabar, mensualmente, para que se puedan practicar las determinaciones tributarias. Esto implicará advertir como funciona el régimen de Convenio Multilateral ante ventas realizadas por Internet, introducción a los regímenes recaudatorios y referencias de los bloques informativos que deberá obtener desde la página de Mercado Libre para, con eso, acercar esa información al profesional contable que lo asista

b.- Orientar al Profesional Contable respecto de que tipo de información brinda el mencionado sitio de operaciones mensuales a los efectos de que pueda esta ser solicitada al contribuyente.

Naturalmente, luego de analizar el paper, deberá quedar en claro que, si desea vender por Internet, forzosamente, las liquidaciones tributarias por el régimen de Convenio Multilateral, presentarán una cierta complejidad que, debe ser atendida en tiempo y forma.

El documento aquí expuesto no es un documento técnico ni jurídico, no haré referencia a la jurisprudencia de la Comisión Arbitral que tengo en mente al escribir estas líneas ni a ninguna otra jurisprudencia de la que me sirvo en mis expresiones.

El documento tiene fines orientativos y educativos. El objetivo es que advierta que puede estar haciendo mal, y sepa donde se debe mejorar la gestión tributaria de las ventas por Internet.

Vender por Internet es un reto. En la República Argentina es mucho mayor.



II.- ELIMINANDO MITOS – EL MONOTRIBUTO NO ES TODO LO QUE DEBES SABER

Con el tiempo se ha ido generando una creencia extremadamente dañina. Es muy común advertir que el contribuyente que inicia sus primeros pasos en la venta de bienes o servicios por Internet se da de alta en plataformas digitales especializadas (como ser www.mercadolibre.com.ar). Estas plataformas, como requisito “de mínima” solicitan datos personales y, una vez superado determinado límite de ventas, requieren inscripción en impuestos nacionales. En este punto es cuando entra “el monotributo”.

Naturalmente, para emitir facturas y hasta justificar sus ingresos, se requiere estar inscripto en impuestos nacionales. Sin embargo, siendo que vivimos en un país federal, el régimen del monotributo no es el único impuesto al que se debe atender. Se debe considerar, en el encuadre tributario, el impacto de los impuestos locales, en este caso, el Impuesto sobre los Ingresos Brutos¹.

Naturalmente, siempre realizo las siguientes aclaraciones (incluso a modo de advertencia):

a.- El monotributo no es el único “impuesto”. El monotributo es un régimen fiscal simplificado. Cubre obligaciones en cuanto ante el Fisco Nacional. El Monotributo es un régimen optativo lo que significa que, si no es contribuyente monotributista, lo deberá ser bajo el régimen general. Siendo contribuyente bajo el régimen general deberá considerar el Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a las Ganancias y Autónomos

b.- A nivel provincial se debe considerar el Impuesto sobre los Ingresos Brutos e impuestos Municipales locales. Siendo que estamos refiriéndonos a ventas por Internet, nos importará solo el Impuesto sobre los Ingresos Brutos. A su vez, el contribuyente puede tributar de manera local (lo que significa que solo realiza ventas a clientes de la jurisdicción donde este se encuentra radicado) o bien por Convenio Multilateral. El régimen del Convenio Multilateral será aplicado a contribuyentes que realizan operaciones de ventas a clientes de cualquier provincia del país.

De lo expuesto, independientemente de que, a nivel nacional, hubiera optado por el régimen del Monotributo o bien se encuentre tributando bajo el Régimen General (IVA, GANANCIAS y AUTÓNOMOS), si realiza ventas por Internet no podrá evitar vender a clientes de, por lo menos, dos provincias diferentes. Deberá estar dado de alta, en consecuencia, bajo el régimen del Convenio Multilateral.

¹ Para una explicación detallada del régimen tributario argentino puede consultar nuestro video titulado “RÉGIMEN TRIBUTARIO ARGENTINO – INTRODUCTORIO MONOTRIBUTO IVA GANANCIAS IIBB” disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=z1oZ3wGAs9Q&t=4s>



III.- VENTAS POR INTERNET – RÉGIMEN DE CONVENIO MULTILATERAL

En el punto anterior indicamos como, al realizar ventas por Internet, es imposible evitar estar inscriptos bajo el régimen del convenio multilateral. Conviene ahora repasar de que se trata el régimen.

El régimen de Convenio Multilateral, para explicarlo en pocas palabras (por favor recuérdese que el objetivo de este documento es comunicar un concepto de manera didáctica y sin tecnicismos), es atribuir bases imponibles entre las diferentes jurisdicciones que participan de la generación de la riqueza para el caso de venta de bienes y servicios. Considerando que estamos refiriéndonos a ventas realizadas de manera electrónica, importará conocer la ubicación del cliente para asignar la venta a la jurisdicción de donde proviene el ingreso.

¿Qué significa asignar la venta a la jurisdicción?

A medida que se van desarrollando operaciones de venta se requiere conocer desde donde se realiza el pedido del producto o del servicio. Orientándonos a la venta de productos, se requiere conocer el domicilio del cliente desde el cual se realiza el pedido. En cuanto al domicilio nos importará conocer la provincia en la cual se ubica el cliente.

Asignar la jurisdicción de venta implica conocer la provincia en la cual se domicilia el cliente para cada venta realizada.

¿Para que requerimos conocer la provincia en la que se domicilia el cliente que solicita el producto?

Al momento de cada venta tenemos que reconocer la provincia en la que se domicilia el cliente solicitante del producto. La información, conforme explicaremos mas adelante, la utilizaremos posiblemente en diferentes momentos, pero siempre se debe conocer este dato. El régimen del Convenio Multilateral requiere conocer la provincia en de la cual proviene el ingreso de manera tal de asignar el ingreso a esa provincia.

¿Cuáles son las implicancias de tributar ingresos brutos bajo el régimen del Convenio Multilateral?.

Tributar Ingresos Brutos bajo el régimen del Convenio Multilateral implica que, como indicamos, por cada venta que realizamos, tenemos que reconocer la provincia donde se domicilia el cliente solicitante del producto o servicio. En el caso de que la provincia no esté dada de alta en los registros fiscales del contribuyente, se debe practicar el alta. Adicionalmente a ello, antes de realizar la liquidación fiscal, se



debe analizar el código fiscal de CADA PROVINCIA para verificar la actividad que corresponde y su tratamiento fiscal incluyendo la alícuota a la que tributa el ingreso.

En resumen: En cada una de sus ventas deberá conocer de donde proviene el ingreso. Con este dato, deberá identificar la provincia en cada una de las facturas de venta. Este trabajo, preferentemente, se realiza en una planilla de Excel reservando el dato de la provincia o jurisdicción para un campo adicional a completar.

Conocida la jurisdicción desde la que proviene el ingreso se debe estudiar el código fiscal de la provincia y, con ello, liquidar el tributo, para cada jurisdicción, conforme el código fiscal particular. Esto implica, como seguramente habrá advertido el lector, que se deben conocer los 24 códigos fiscales jurisdiccionales.

IMPORTANTE:

La liquidación de Ingresos Brutos bajo el régimen de convenio multilateral, si bien el contribuyente la percibe como una sola determinación fiscal, en realidad es una declaración “resumen” de las operaciones en todas las jurisdicciones desde las que obtiene ingresos un contribuyente. Si este contribuyente vende por Internet es razonable pensar que, tarde o temprano, obtiene ingresos desde las 24 jurisdicciones.

Esto significa que:

- a.- ante una presentación tardía de la determinación fiscal bajo el Régimen de Convenio Multilaterales puede sufrir SANCIONES en 24 JURISDICCIONES por el mismo hecho
- b.- la alícuota fiscal a la que se grava la actividad depende de cada una de las 24 jurisdicciones
- c.- puede sufrir retenciones, percepciones y retenciones bancarias (SIRCRES) imputables a las 24 jurisdicciones.

Claramente, el control contable y “tomarse en serio el trabajo” resulta fundamental cuando se encuentra realizando operaciones en todo el país



IV.- LAS PARTICULARIDADES DE LA VENTA POR MERCADO LIBRE

Llegados a este punto ya los hemos introducido en la problemática de vender por Internet, hemos brindado cierta información de manera resumida respecto del régimen de convenio multilateral, hemos explicado la importancia de considerar la jurisdicción de la cual proviene el ingreso en cada una de las ventas y hemos explicado las importantes consecuencias que tiene una presentación tardía de la declaración jurada en el régimen de Convenio Multilateral.

Cabe ahora orientarnos a las particularidades de las operaciones cuando se vende por Mercado Libre.

MercadoLibre.com.ar es un sitio de ventas online que permite conectar vendedores y compradores, en este caso, de toda parte del país. Esto significa que un vendedor ubicado en la CABA puede vender sus productos a clientes ubicados en BUENOS AIRES, ENTRE RIOS, CÓRDOBA, SALTA o cualquier otra provincia.

Es importante reconocer que, al momento de realizar la venta, MercadoLibre registra las operaciones en función de los datos del comprador. Como buena práctica se recomienda, diariamente, descargar las operaciones de venta a los efectos de emitir las facturas correspondientes

En este punto vamos a dar nuestros ejemplos considerando listados que emite mercado libre a Julio de 2018.

IV.a.- PRIMER PASO – EMITIR LAS FACTURAS

El primer paso será emitir las facturas por las ventas que se realizan en mercado libre. Para ello debemos descargar el listado de operaciones celebradas el cual se puede obtener en formato Excel y cuenta con varias columnas. Voy a puntualizar en las columnas que tenemos que centrarnos:

a.- Estado de la operación (status): Esta columna es clave. Indica si la operación ha sido a probada o ha sido rechazada. Mercado Libre extiende el listado de TODAS las operaciones que cursaron, las aprobadas y las rechazadas. El primer trabajo que se debe realizar es filtrar y eliminar las operaciones rechazadas. Solo se debe considerar las operaciones que, en esta columna, se indica como “approved”.



b.- Fecha de compra (date_created): Esta columna indica la fecha de la operación de compra. Como hemos indicado, el listado de operaciones debe ser descargado diariamente. La fecha de la factura a emitir debe coincidir con la fecha de la operación aquí exteriorizada.

c.- Nombre de la contraparte (counterpart_name): Indica el nombre del cliente.

d.- Valor del producto (transaction_amount): indica el valor del producto. Este será el valor que se debe incluir en la factura de venta. En este punto es importante recordar que, para algunos productos, el cliente selecciona soportar gastos de envío adicionales. Estos gastos de envío adicionales son cobrados por Mercado Libre y se acreditan en la cuenta del vendedor. En este caso los gastos de envío DEBEN ser facturados adicionalmente al precio del producto vendido. Para saber si se debe facturar adicionalmente un gasto de envío se debe verificar lo informado en la columna indicada en e.-

e.- Costo de envío (shipping_cost): esta columna indica si se ha “vendido”, junto con el producto, el envío. En todos los registros que contengan datos en la columna aquí indicada se debe facturar, adicionalmente al precio del producto, el envío del mismo.

f.- Domicilio del comprador (buyer_address): esta columna es fundamental. Sin embargo, lamentablemente, no siempre el cliente que compra por Mercado Libre completa los datos de residencia. Para el caso de los registros que indican una dirección podrá conocer la jurisdicción (provincia) desde la que proviene el ingreso. En el caso de los clientes que no hubieran completado este dato deberán consultar cual es la provincia en la que se domicilian. Para cada operación de venta deberán registrar el código de provincia según el listado vigente para CONVENIO MULTILATERAL en su registro Excel. De esta manera, el profesional que asista en la preparación de sus impuestos, podrá conocer a que jurisdicción se asigna la venta.

El listado de jurisdicciones es el siguiente:

CODIGO - JURISDICCIÓN

901 - Ciudad de Buenos Aires

902 - Provincia de Buenos Aires

903 - Catamarca

904 - Córdoba



905 - Corrientes

906 - Chaco

907 - Chubut

908 - Entre Ríos

909 - Formosa

910 - Jujuy

911 - La Pampa

912 - La Rioja

913 - Mendoza

914 - Misiones

915 - Neuquén

916 - Río Negro

917 - Salta

918 - San Juan

919 - San Luis

920 - Santa Cruz

921 - Santa Fe

922 - Santiago del Estero

923 - Tierra del Fuego

924 - Tucumán

RECUERDE: Si del listado emitido por Mercado Libre no puede conocer la dirección de su cliente, debe solicitar información respecto de este dato.

g.- Monto recibido (net_received_amount): es el monto en pesos acreditado en su cuenta de mercado pago. A este monto se le realizan diversos descuentos por conceptos como ser gastos por utilizar plataforma o percepciones tributarias.

h.- Tarifa de Mercado Pago (mercadopago_fee): es un costo por operar en la plataforma. Se descuenta del precio del producto vendido.

i.- Comisión por uso de plataforma de terceros (marketplace_fee): es un costo por operar en la plataforma. Se descuenta del precio del producto vendido.



IMPORTANTE: el listado de ventas aquí bajo referencia no ha sido organizado de la mejor forma por MercadoLibre dado que hay información que no es detallada. Al momento de realizar cada venta, donde los fondos se acreditan en MercadoPago, Mercado Libre puede operar como agente de percepción tributaria de diferentes impuestos. Entre ellos, debemos reconocer que operará como agente de percepción de Ingresos Brutos.

MercadoLibre cercenará, de su pago, una porción para atender al régimen de percepción de Ingresos Brutos pero no será informado en este listado. Por lo expuesto será necesario que reconozca CUANDO Mercado Libre ha cercenado parte del pago para atender al régimen retentivo en Ingresos Brutos. Para conocer esto deberá realizar la siguiente cuenta:

$$\text{PRECIO VENTA PRODUCTO} - \text{MONTO COBRADO} - \text{GASTOS PLATAFORMA} = 0.$$

En las columnas indicadas la cuenta sería:

+	Valor del producto (transaction_amount)
+	Costo de envío (shipping_cost)
-	Tarifa de Mercado Pago (mercadopago_fee)
-	Monto recibido (net_received_amount)
-	Comisión por uso de plataforma de terceros (marketplace_fee)

CERO

Si el resultado no es igual a cero entonces hay una parte del monto de la venta que ha sido cercenado para atender al régimen retentivo en Ingresos Brutos. Adicionalmente debemos preguntarnos a que jurisdicción corresponde la retención. Para conocer este dato debemos partir de la información que brinda la columna indicada en el punto siguiente: j.-

j.- Número de operación de Mercado Pago (operation_id): en esta columna MercadoLibre identifica cada operación con una serie de movimientos en el extracto de Mercado Pago. Esto significa que deberá pasar a trabajar con el listado de operaciones o extracto de MercadoPago. Este listado contiene varias columnas pero debe partir de aquella que se llama "Operación Relacionada". En



esta columna encontrará una serie de códigos que serán los mismos que los indicados en el listado de operaciones bajo el título aquí indicado: “Número de operación de Mercado Pago (operation_id)”.

Una vez que ubica una operación de venta, para el código de referencia, encontrará la información con créditos y débitos. Mostraremos un ejemplo:

Tipo de Operación	Número de Movimiento	Operación Relacionada	Importe
Comisión por venta de Mercado Libre	23206366583	4114088411	-208,00
Retención de ingresos brutos de Santa Fe	23206366543	4114088411	-72,00
Cobro	23206366515	4114088411	1.600,00

El código que figura en la columna “OPERACIÓN RELACIONADA” es el código unívoco por operación que diferencia las operaciones de venta informadas en el listado de operaciones. En este caso se trata de una operación de venta de un producto con un precio de \$ 1.600,00, del cual Mercado Libre cercena \$ 208,00 en concepto de comisión por venta (importe que es informado en la columna “Número de operación de Mercado Pago (operation_id)” del listado de operaciones) y \$ 72,00 que NO ES INFORMADO en ningún otro lado mas que en este extracto.

IV.b.- UN EJEMPLO

Visualizaremos un ejemplo. Lo que se hizo fue descargar el listado de operaciones de venta y seleccionamos un registro. Dado que el registro (fila) tiene varias columnas hemos eliminado aquellas columnas que, para el caso, no nos interesan. Dado que, incluso con las eliminaciones, todavía nos quedarían muchas columnas que volverían imposible mostrarlas en este documento, lo que hicimos fue convertir las filas en columnas. Esto quiere decir que la información es la misma pero, en sus listados, lo que aquí expongo en columnas ustedes lo verán en una misma fila:

Del listado de operaciones:

Fecha de acreditación (date_approved)	03/09/2018 12:47:11
Nombre de la contraparte (counterpart_name)	NOMBRE DEL CLINETE



Valor del producto (transaction_amount)	2.000,00
Domicilio del comprador (buyer_address)	Av bicentenario de la batalla de salta 624 Salta (4400), Salta
Costo de envío (shipping_cost)	0,00
Tarifa de Mercado Pago (mercadopago_fee)	0,00
Monto recibido (net_received_amount)	1.740,00
Número de operación de Mercado Pago (operation_id)	4112324897
Comisión por uso de plataforma de terceros (marketplace_fee)	260,00

Aquí vemos un ejemplo de una operación de venta de \$ 2.000,00, por la cual se le ha acreditado al vendedor la suma de \$ 1.740,00 dado que se le descontó como comisión la suma de \$ 260,00. Tal como se ha indicado anteriormente, con el código que figura en la columna “Número de operación de MercadoPago”: # 4112324897 pueden dirigirse al extracto de MercadoPago y conocer el detalle de este movimiento según se lista:

Fecha de Pago	Tipo de Operación	Operación Relacionada	Importe
03/09/2018 12:47	Comisión por venta de Mercado Libre	4112324897	-260,00
03/09/2018 12:47	Cobro	4112324897	2.000,00

Obsérvese que coincide la fecha, el número de operación relacionada y el detalle de las acreditaciones y descuentos. El Neto es el monto indicado como monto recibido en el listado de operaciones.

Veamos un ejemplo donde existen retenciones tributarias. Recuerde que indicamos que podemos detectar que existen retenciones tributarias porque, el registro, no cierra:

Fecha de acreditación (date_approved)	31/08/2018 19:11:34
Nombre de la contraparte (counterpart_name)	NOMBRE RESERVADO
Valor del producto (transaction_amount)	1.800,00
Domicilio del comprador (buyer_address)	Gral Manuel Belgrano San Salvador De Jujuy (4600), Jujuy
Costo de envío (shipping_cost)	0,00



Tarifa de Mercado Pago (mercadopago_fee)	0,00
Monto recibido (net_received_amount)	1.458,00
Número de operación de Mercado Pago (operation_id)	4113425724
Comisión por uso de plataforma de terceros (marketplace_fee)	234,00
DIFERENCIA	108,00

Vemos aquí un ejemplo de una operación de venta de \$ 1.800,00, donde se reciben \$ 1.458,00 netos en Mercado Pago y se sufre un descuento de \$ 234,00. Claramente \$ 1.800,00 – 234,00 no es igual a \$ 1.458,00. Hay una diferencia de \$ 108,00. Debemos investigar a que se debe.

Para conocer el motivo de esta diferencia se debe buscar el registro en el listado de operaciones con MercadoPago bajo el código indicado en la columna “Número de operación de MercadoPago”: # 4113425724.

Cuando buscamos en el extracto de MercadoPago encontramos lo siguiente:

Fecha de Pago	Tipo de Operación	Operación Relacionada	Importe
31/08/2018 19:11	Comisión por venta de Mercado Libre	4113425724	-234,00
31/08/2018 19:11	Retención de ingresos brutos de Entre Ríos	4113425724	-108,00
31/08/2018 19:11	Cobro	4113425724	1.800,00

Ahora conocemos que la diferencia de \$ 108,00, teóricamente recibido “en menos” corresponde a una retención sufrida en el impuesto sobre los ingresos brutos aplicable contra Entre Ríos.



V.- VENDER POR INTERNET – UNA AVENTURA

Si usted ha llegado hasta esta página seguramente tendrá una conclusión en mente: “no es lo que pensaba”.

Naturalmente, vender por Internet presenta las complejidades naturales a las que nos enfrenta el régimen de Convenio Multilateral. Vender por MercadoLibre nos acerca, nos asegura llegar a la mayor cantidad de público posible y permite habilitar mercados en todo el país. Sin embargo, MercadoLibre es una plataforma que si bien brinda información, esta es compleja. Adicionalmente, como empresa, es agente de retención y percepción de diferentes impuestos y en diferentes jurisdicciones.

Al vender por Internet se encuentra sujeto al régimen fiscal local de las diferentes jurisdicciones, según de donde provenga la venta (al margen del régimen nacional que, al no ser el objeto de nuestro interés en este documento, no ha sido explicado). Adicionalmente a esto, usted debe controlar no solo la rentabilidad económica de su negocio sino también la rentabilidad financiera del mismo.

El régimen de retenciones tributarias puede lesionar seriamente la rentabilidad financiera de su negocio. Realizar liquidaciones tributarias sin considerar la jurisdicción de origen de la renta puede generar fiscalizaciones e inscripciones de oficio por parte de las jurisdicciones lesionadas con importantes costos fiscales a futuro. MercadoLibre interviene en las operaciones. MercadoLibre es agente de información. La información no está oculta.

En resumen: será necesario, al momento de iniciar operaciones por Internet, que cuente con un servicio contable que considere esta particularidad en sus operaciones pero, por sobre todo, será necesario que cuente con apoyo técnico para conocer como preparar la información (dado que si realmente se dedica a esto, esta es una actividad que debe realizar día a día) a los efectos de que la rendición mensual de información sea completa y no sea caótica.



Como dije al inicio, este paper tiene como único objetivo ayudar al emprendedor, al vendedor por Internet, la particularidad de las complejidades en las que esta inmerso. Al profesional asesor a conocer que tipo de información forzosamente su cliente ve.

Vender por Internet es toda una aventura.... También es una aventura tributaria y contable. Necesita tener las cosas en orden. Un error y las multas se multiplican por hasta 24 códigos fiscales sancionatorios. Una mora se multiplica por hasta 24 regímenes resarcitorios.



VI.- INGRESOS BRUTOS – RÉGIMEN DE CONVENIO MULTILATERAL

En los tiempos que corren es prácticamente imposible pensar un negocio de venta que no dependa o utilice medios electrónicos para celebrar algunas de las operaciones comerciales de todo emprendimiento (cuando no la totalidad de las mismas puesto que cada vez se presenta mas común que las empresas decidan que su único canal de venta serán los medios electrónicos como portales de subastas o campañas de correo masivo por mencionar ejemplos) y, con ello, nos obliga a analizar el esquema tributario en el marco de esta nueva realidad. Atrás quedaron aquellos tiempos en los que la venta se realizaba exclusivamente sobre un mostrador o bien por medio de representantes o corredores de comercio siendo, esta nueva realidad no solamente un desafío desde el punto de vista comercial sino incluso desde la tributación.

En el presente escrito analizaremos la problemática que nos presenta la liquidación de ingresos brutos bajo el régimen de convenio multilateral toda vez que la asignación del ingreso a la jurisdicción, como veremos, depende de factores que se encuentran controvertidos por la falta de precisiones normativas motivados, por sobre todo, en la falta de actualización de la letra convencional que data de fines de la década de 1970 siendo esta aggiornada, solamente, por resoluciones de la COMISION ARBITRAL ante conflictos presentados entre fiscos y contribuyentes o incluso entre fiscos.

Para este estudio entiendo propongo como camino a seguir la presentación de diferentes casos concretos para extraer las situaciones planteadas y la doctrina de cada resolución.



VII.- LA LETRA DEL CONVENIO

El punto que se va a analizar en este segmento de información dependerá exclusivamente de la interpretación que se haga del Art. 1 del CM por lo cual se procede a la transcripción del mismo y al desarrollo de notas explicativas que se estimen pertinente.

ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL CONVENIO

“Art. 1 - Las actividades a que se refiere el presente Convenio son aquéllas que se ejercen por un mismo contribuyente en una, varias o todas sus etapas en dos o más jurisdicciones, pero cuyos ingresos brutos, por provenir de un proceso único, económicamente inseparable, deben atribuirse conjuntamente a todas ellas, ya sea que las actividades las ejerza el contribuyente por sí o por terceras personas, incluyendo las efectuadas por intermediarios, corredores, comisionistas, mandatarios, viajantes o consignatarios, etc., con o sin relación de dependencia.”

Observemos que la redacción del Art. 1 puede prestar a confusión puesto que, si bien hace referencia a actividades que se desarrollen en una o varias de sus etapas en diferentes jurisdicciones lo que importará será el sujeto económico por cuanto podemos afirmar que se aplica la teoría de CONVENIO SUJETO para todas las actividades puesto que es este sujeto el que obtiene ingresos de TODAS las jurisdicciones independientemente de que, para alguna actividad, pueda demostrar que solo es desarrollada en una jurisdicción; tema que fuera tratado de manera reciente en RG 16-2004 – MONSANTO ARGENTINA SAIC donde el fisco advierte en primer lugar lo siguiente:

“...los gastos que la firma realiza por distintos conceptos en la Provincia -regalías, gastos de comercialización, fletes, etc.- son la resultante del ejercicio de una actividad que constituye el proceso único económicamente inseparable a que se refiere el Convenio Multilateral.”

Para cerrar el relato se destaca que estaremos en todo momento trabajando con un proceso único e inseparable con lo cual, entendemos que el planteamiento estaría cerrado.

“Que en el caso, el ejercicio de actividad se pone de manifiesto a través de la realización de algún gasto en la jurisdicción por parte del sujeto, sin que tal requisito deba verificarse para cada uno de los diversos rubros en los que desarrolla actividad, situación que se da en la especie.”



Continuando con el Art. 1 CM bajo estudio:

“Así, se encuentran comprendidos en él los casos en los que se configure alguna de las siguientes situaciones:

- a) que la industrialización tenga lugar en una o varias jurisdicciones y la comercialización en otra u otras, ya sea parcial o totalmente;
- b) que todas las etapas de la industrialización o comercialización se efectúen en una o varias jurisdicciones y la dirección y administración se ejerza en otra u otras;
- c) que el asiento principal de las actividades esté en una jurisdicción y se efectúen ventas o compras en otra u otras;
- d) que el asiento principal de las actividades esté en una jurisdicción y se efectúen operaciones o prestaciones de servicios con respecto a personas, bienes o cosas radicados o utilizados económicamente en otra u otras jurisdicciones.

Quando se hayan realizado gastos de cualquier naturaleza, aunque no sean computables a los efectos del artículo 3º, pero vinculados con las actividades que efectúe el contribuyente en más de una jurisdicción, tales actividades estarán comprendidas en las disposiciones de este Convenio, cualquiera sea el medio utilizado para formalizar la operación que origina el ingreso (correspondencia, telégrafo, teletipo, teléfono, etc.).”

Este último párrafo habla, en definitiva, del sustento territorial que los contribuyentes deberán presentar a los fines de asignar las bases imponibles a las jurisdicciones de radicación del adquirente del producto o servicio cuando estas sean operadas “entre ausentes” de manera tal que será consecuencia de efectuar un gasto lo que obligará a incluir en las disposiciones del presente Convenio Multilateral a los efectos de atribuir bases imponibles a las diferentes jurisdicciones para el caso de ventas entre ausentes.

De esta manera, si se realiza venta entre ausentes, la provincia de residencia de quien adquiere el bien o servicio podrá reclamar parte de la base imponible siempre que existan gastos en la misma efectuadas por el contribuyente vendedor, independientemente de su computabilidad o no a los efectos del cálculo de CM.

Pasemos ahora el estudio de los diferentes casos propuestos para el presente.



VIII.- CASOS REALES – INTERPRETACIÓN DE LAS NORMAS DEL CONVENIO MULTILATERAL

VIII.a- RG 16-2004 – MONSANTO ARGENTINA SAIC – ENCUADRE DE VENTAS ENTRE AUSENTES

El objeto de estudio del presente será la asignación de bases imposables ante operaciones realizadas entre ausentes debiendo, previamente, definir el concepto sobre el cual soportaremos el resto del trabajo, esto es, el concepto de “ventas entre ausentes”. En este resulta ilustrativo lo advertido por la COMARB en expediente resuelto por RG 16-2004 bajo estudio por cuanto se ha dicho:

“Que la Comisión observa en cuanto al cuestionamiento de la empresa respecto a que las operaciones se formalizaban entre presentes, que consta en el expediente administrativo que las ventas se efectúan a través de operaciones telefónicas o vía fax, de manera que cabe caracterizarlas bajo la modalidad de operaciones entre ausentes.”

Lo expuesto nos dejará en claro que las operaciones celebradas por medios electrónicos serán encuadradas como ventas entre ausentes. Dado este encuadre corresponderá entonces analizar si existe sustento territorial en dicha jurisdicción y, de ser el caso, si se conoce el destino de los bienes objeto de la operación comercial.

VIII.b.- RG 10-2012 – LOMA NEGRA – GASTOS BANCARIOS – CONOCIMIENTO DEL CLIENTE Y DOMINIO DE LA LOGÍSTICA

La presente resolución indaga, en primer lugar, sobre las condiciones para la configuración de una venta entre ausentes y, presentado el caso, sobre los diferentes elementos materiales generadores de sustento territorial a los fines de asignar las bases imposables de cada operación de ventas. Adicionalmente a lo expuesto, el presente caso no se limita a examinar la condición objetiva de la concreción de cada operación comercial sino que da un paso al frente al analizar la “relación y grado de conocimiento del cliente” para, con ello, advertir la capacidad de la empresa de conocer el destino final de la mercadería conformando, con esto, un dato más para la determinación de la jurisdicción a la que se deberá asignar el ingreso.

Sobre el punto será útil recordar lo expresado en el último párrafo del Art. 1 del CM en orden a ser este el sustento de la determinación fiscal operada por la provincia “Cuando se hayan realizado gastos de cualquier naturaleza, aunque no sean computables a los efectos del artículo 3º, pero vinculados con las actividades que efectúe el contribuyente en más de una jurisdicción, tales actividades estarán comprendidas en las disposiciones de este Convenio, cualquiera sea el medio utilizado para formalizar la operación que origina el ingreso (correspondencia, telégrafo, teletipo, teléfono, etc.)”



De manera tal que será la consecuencia de efectuar un gasto lo que obligará a incluir en las disposiciones del presente CM y a los efectos de atribuir bases imponibles a las diferentes jurisdicciones para el caso de ventas entre ausentes.

Con lo dicho podemos afirmar que si se realiza venta entre ausentes, la provincia de residencia de quien adquiere el bien o servicio podrá reclamar parte de la base imponible siempre que existan gastos en la misma efectuados por el contribuyente vendedor, independientemente de su computabilidad o no a los efectos del cálculo de CM.

Un punto interesante a destacar de la posición de LOMA NEGRA es la “clausula o condición” de venta por cuanto, al utilizar un criterio asimilable a lo que en comercio exterior resumimos como FOB entiende que estas son ventas entre presentes y al utilizar un criterio asimilable a lo que en comercio exterior resumimos como CIF, por haber soportados costos hasta el lugar de entrega, asigna las ventas al lugar de efectiva entrega de los bienes. Como regla general parece ser atractiva la metodología de trabajo pero no deberá olvidarse el medio por el cual se recibe el pedido a la luz de las nuevas reglamentaciones e interpretaciones de la COMARB.

La particularidad del caso es la advertencia que realiza la COMISIÓN ARBITRAL al respecto de la existencia de gastos bancarios en una determinada jurisdicción lo que otorgará entonces el sustento territorial requerido para asignar la venta ante operaciones entre ausentes

“Que alega, que también queda acreditado que la recurrente soporta gastos en la jurisdicción de Misiones, como gastos de mantenimiento de varias cuentas bancarias y los derivados de la actuación en ese ámbito territorial de un representante comercial, quien regularmente visita a los clientes, además de gastos de fletes bajo la modalidad CIF y los que se originan en la estructura de atención y de comercialización en su sitio “web”.

Independientemente del sustento territorial que puede ofrecer la interpretación que realiza la COMARB en cuanto a ventas electrónicas se reconoce la existencia de sustento por los gastos bancarios soportados en jurisdicción para los cuales, si bien menciona solamente a los gastos de mantenimiento de cuentas bancarias, si nos limitamos a una interpretación literal del último párrafo del Art. 1 del Convenio Multilateral rápidamente advertimos que, a los fines de determinar el sustento de cada jurisdicción, deberá ser considerada la jurisdicción de origen del depósito bancario puesto que, con cada depósito la empresa sufrirá gastos bancarios que, independientemente de su computabilidad o no a los fines del Art. 3, deberán ser considerados para la determinación del buscado sustento territorial.



Por otro lado, conocer el lugar de origen del depósito brinda inicios del grado de conocimiento del cliente que puede tener la empresa a fin de “construir” la herramienta que permitirá asignar la venta a una determinada jurisdicción.

Otro punto que deberemos destacar en el análisis de la determinación de la jurisdicción correspondiente a cada operación de venta será el destino dado a los productos comercializados:

“Que remarca que conforme surge de las actuaciones administrativas, Loma Negra conoce el destino de los productos que vende a los clientes domiciliados en Misiones, que despacha de cada una de sus dos plantas ubicadas en Catamarca y Buenos Aires o desde su depósito ubicado en Barranqueras, Chaco. Tal circunstancia surge de las copias de las facturas y remitos obrantes en el expediente administrativo.”

Debiendo recordar en este sentido que, conforme Resolución CP N° 11/2003 (Lantermo S.A.), Resolución CA N° 41/2010 (Laboratorios Labbey SAIC) y Resolución CA N° 38/2010 (Estisol SA) el domicilio del adquirente será el destino final de la mercadería.

El último de los puntos a extraer del antecedente bajo repaso será, en el marco del “conocimiento del cliente” el dominio de la jurisdicción de entrega o destino de las mercaderías por parte de la empresa que realiza la logística del negocio. Advirtiendo la Resolución CA N° 29/2008 “ALFACAR SA c/Provincia de Buenos Aires”, Resolución CA N° 32/2010 “VALTRA ARGENTINA TRACTORES S.A. c/Provincia de Buenos Aires”, Resolución CA N° 26/2001 Expediente C.M. 263/2001 “SPRAYETTE S.A. c/Provincia de Buenos Aires”, Resolución CA N° 18/2004 “ICI ARGENTINA c/Provincia de San Luis”, dejando en manifiesto la implicancia, para la empresa, de ser quien administra la logística de entrega (independientemente de a cargo de quien se encuentre el flete) dado que el cargo no será ya un concepto económico sino de la realidad de la actuación en el marco de la relación comercial con el cliente, es decir, si la empresa organiza el flete será entonces una venta para la cual se conoce el destino de la mercadería y, con ello, la necesidad de asignar a la jurisdicción de destino la venta.

Por lo expuesto, del antecedente bajo estudio:

a.- Advierte la existencia de sustento territorial, entre otros elementos, por sostenimiento de gastos bancarios dentro de los cuales, a interpretación de este autor, deberemos incluir no solamente los gastos de mantenimiento de cuentas bancarias (asociadas a la zona de radicación de



la cuenta) sino también los gastos generados por cada operación de acreditación para lo cual, en el caso de depósitos bancarios, deberá considerarse la jurisdicción en la que se efectúa dicho acto.

b.- Incorpora los elementos que hacen al “conocimiento del cliente” y al “dominio de la operación de logística” a los fines de desentrañar el dominio que pueda tener la empresa del destino final de la mercadería y, con ello, el conocimiento que esta tenga para establecer la jurisdicción sobre la que impactará la operación comercial.

VIII.c.- RG 28-2003 – MEDICINA INTEGRAL METROPOLITANA – ASIGNACIÓN DE JURISDICCIÓN EN PRESTACIÓN DE SERVICIOS

En el presente caso el pleito se presenta por el reclamo de bases imponibles entre dos jurisdicciones dado que la actividad del contribuyente consistía en la prestación de servicios médicos cobrando un fijo por cápita debiendo, para ejecutar sus tareas, movilizarse hasta donde estuviera la persona que requiera asistencia. El contrato con la Obra Social (el cliente que luego asignará los pacientes) fue realizado en CABA y a esta jurisdicción se habría imputado todo el ingreso puesto que fue allí donde se celebra el contrato. En esta resolución la COMARB entiende que para el caso de prestación de servicios no importa donde se cierre el contrato sino el lugar de efectiva prestación del mismo.

“Que conforme a ello, para determinar la jurisdicción a la que deben atribuirse los ingresos pactados se entiende que en una actividad de prestación de servicios, la generación de ingresos se encuentra estrechamente ligada al lugar donde efectivamente se realizó la prestación de los mismos, en el caso la Provincia de Buenos Aires.”

VIII.d.- RG 29-2006 – QUICKFOOD SA – REALIDAD ECONÓMICA

Sobre la base de los conceptos vertidos en puntos anteriores creo interesante señalar la doctrina expuesta en el antecedente objeto de este título y enmarcarlo en el concepto de “realidad económica”, no para que sea interpretada conforme el Art. 2 de la Ley 11.683 sino para advertir que, en la celebración de las operaciones económicas y en cuanto es objeto de análisis en el presente caso, veremos que no se discuten las formas instrumentales del negocio sino que se llega al entendimiento del conocimiento y dominio de las operaciones comerciales por medio de una valoración objetiva de diferentes elementos presentados al caso.

Lo primero a destacar es la “especial relación” mantenida por QUICKFOOD SA con su distribuidor de la provincia de MISIONES:



“Que administrativamente QUICKFOOD S.A. emite una nota de crédito a Comercial Fema S.R.L. y libra una factura a esos clientes exclusivos por la cantidad y monto de la mercadería entregada en Misiones. Que por esas operaciones se le reconoce a Comercial Fema S.R.L. los gastos incurridos por fletes por el traslado de la mercadería a Misiones y una comisión por poner a disposición de dichos clientes la mercadería por ellos solicitada. Que tales ingresos los declaraba a Misiones pero que por el resto de las ventas realizadas, interpretó que se perfeccionaban en el domicilio de QUICKFOOD S.A. que era el lugar de entrega de la mercadería.”

Aquí el origen del entuerto, la forma de realizar las operaciones con la empresa ubicada en misiones parecería ser, en realidad, un comisionista y, con ello, generaría el sustento territorial requerido para el resto de las operaciones de venta a clientes en MISIONES y ventas entre ausentes. Ahora bien, para la conformación de las ventas entre ausentes deberemos conocer el elemento “electrónico” mediante el cual se encaran las operaciones comerciales:

“Que a título de información, dice que la fiscalización realizada a QUICKFOOD S.A. se basa en antecedentes reunidos en actuaciones anteriores, de los que surgen que los pedidos de Comercial Fema S.R.L. los realiza por fax; describe el procedimiento que culmina en la primera resolución determinativa que fue recurrida, al que se hizo lugar, dictando luego la resolución que hoy es cuestionada por la empresa.”

En este párrafo podemos ver la incorporación del elemento “electrónico” a la operación por cuanto, del cuestionario realizado a la empresa de misiones, esta manifiesta que utiliza FAX para la generación de los pedidos de mercaderías con lo cual, uniendo este hecho a la situación o encuadre especial que manifiestan los comprobantes comerciales, se advierte el razonamiento del fisco en cuanto a que esta es distribuidora y, con ello, soporta la generación de sustento territorial en misiones siendo entonces uno de los elementos generadores del sustento territorial requeridos por la norma convencional.

“Que en el caso, QUICKFOOD S.A. tiene sustento territorial, ya que realiza gastos en Misiones por fletes y comisiones y obtiene ingresos de la misma.”

Pasemos ahora al elemento que indaga sobre la verdad material de las operaciones comerciales o, como fue señalado en el título del punto, la realidad económica del negocio soportado, entre otros elementos, en el dominio que se posea del curso comercial de las mercaderías y del conocimiento sobre el cliente y sobre la operación en particular.



“Que resulta claro que la entrega de la mercadería se efectúa en Martínez, Provincia de Buenos Aires. Sin embargo, no se concibe que allí se concierten las operaciones pues sería poco razonable que Comercial Fema S.R.L. envíe medios de transporte a 1500 km. de distancia sin tener la certeza de que el proveedor dispondrá de la mercadería que quiere comprar, que esté empacada y lista para embarcar; y que a pesar de existir -se supone- parámetros de venta y transporte semanales, QUICKFOOD S.A. tampoco puede tener seguridad de la cuantía de esos bienes y del momento en que habrá de entregarlos. En base a tal razonamiento, se sostiene que previo al despacho, la operación estaba formalizada por medios a distancia, o como dicen las empresas por fax.

Que en la presente causa, tratándose de operaciones concertadas conforme al último párrafo del art. 1º del CM., la particularidad de que el vendedor entregue la mercadería en la Jurisdicción donde está su establecimiento carece de relevancia, toda vez que la norma no hace distingo alguno sobre el tema, en cuyo caso, no corresponde que el intérprete lo haga.”

IX.- PALABRAS FINALES SOBRE LA APLICACIÓN DEL CONVENIO MULTILATERAL A LA VENTA POR INTERNET

La asignación de la jurisdicción origen del ingreso, en caso ventas entre ausentes y a la luz de las diferentes herramientas informáticas que facilitan los tratos comerciales se ha convertido en una tarea de profundo análisis de la realidad económica de las transacciones celebradas por la empresa. Hemos visto que no es suficiente con establecer un criterio razonable y sistemático para el tratamiento de la temática (como ha intentado LOMA NEGRA) sino que debemos indagar sobre la relación y recurrencia de operaciones con un mismo cliente, sobre la capacidad de la empresa de conocer el destino final de la mercadería, sobre la apertura de la jurisdicción de origen de cada línea de gastos pero, por sobre todo, sobre el dominio que presenta la empresa vendedora del bien o servicio en la implementación de la logística de entrega o modalidades de prestación del mismo.

Advertida entonces la complejidad del punto bajo estudio deberá ser implementada como una tarea conjunta entre la empresa y el analista tributario y, por parte de los elementos del ente, deberá ser acordada la estrategia comercial y logística (tanto económica como financiera) para así sistematizar la información a brindar al sector de análisis tributario (nótese que hablo de sistematizar la información a recibir no el proceso de su generación).



X.- QUE DATOS CONSIGNAR EN LA FACTURA A EMITIR CUANDO VENDE MERCADERÍA IMPORTADA

En fechas recientes hemos advertido un importante incremento de las operaciones de importación de bienes procedentes de exterior. Esta mercadería puede ser utilizada para reventa en el mismo estado en que fuera importada o bien ser incorporada al proceso productivo realizado en territorio nacional.

En este marco deberemos reconocer las prescripciones del Decreto (PEN) 4531/1965, destinado originalmente a imponer la obligación, para todo sujeto que posea mercadería de origen extranjero, de probar su origen lícito y el pago de los tributos aduaneros que correspondieran. Los sujetos pasivos de esta obligación han sido enumerados en el Art. 1 del mencionado texto legal importándonos, a los efectos del presente artículo, los vendedores que son nominados en el Art. 1 inc. d) del texto bajo referencia.

La tenencia de la mercadería de origen extranjero quedará exteriorizada, para el vendedor y para el comprador en el acto de venta de bien de manera que en el Art. 9 del Decreto (PEN) 4531-1965 se detalla la obligación del enajenante al momento de documentar la operación comercial:

“Art. 9º- Sin perjuicio de lo establecido en las demás disposiciones del presente Título y a fin de poder determinar en cualquier momento su legítima introducción al país y correcto uso y utilización, toda operación comercial con mercaderías de origen extranjero deberá efectuarse mediante el otorgamiento a favor de quien reciba las mercaderías por cualquier título, de una factura, recibo, remito u otro documento donde conste, con prescindencia de otras, las siguientes especificaciones con caracteres indelebles:

- a) Lugar y fecha;
- b) Razón social o nombres de quién entrega las mercaderías y número del documento de identidad cuando no exista comercio establecido;
- c) Razón social o nombre de quien recibe las mercaderías;
- d) Cantidad, especie, calidad y origen de las mercaderías y toda otra característica tendiente a su mejor identificación, como ser: numeración, serie, modelo, color, etc.
- e) Número, año y aduana que expidió el despacho o póliza por el cual se nacionalizó la mercadería o número de boleta, aduana, banco rematador, en caso de provenir su subastas de aduana;



f) Uso o utilización de la mercadería, si éste hubiera sido determinado al efectuarse el despacho y plaza.”

De la lectura del artículo de referencia observamos que los inc. a) a d) se encuentran cumplidos con la emisión de la factura en los términos generales de operación de todo contribuyente.

Lo “novedoso”, para quién recién se inicia en la actividad de importación, será la obligación de detallar en dicho documento lo prescripto en los inc. e) y f) del Art. 9 del Decreto (PEN) 4531-1965.

¿PUEDO EVITAR CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN?

No, la norma es obligatoria para todo importador pero, además, es algo que debe requerir todo comprador de mercadería de origen extranjero dado que es el único medio de prueba hábil con el que podrá contar a los efectos de demostrar el origen lícito de la mercadería. De lo expuesto debe quedar en claro que la obligación a la que alude el mencionado decreto está en cabeza del vendedor y, posteriormente, del comprador.

¿QUE OPINA LA AFIP?

Consultado sobre el punto el organismo de fiscalización se expidió en su ID 134512 en los siguientes términos:

“Al momento de emitir la factura en el mercado interno se deberá consignar en la misma, además del origen de las mercaderías y toda otra característica tendiente a su mejor identificación (numeración, serie, modelo, color, etc.) los siguientes datos con respecto al despacho:

a) Número, año y Aduana que expidió el despacho o póliza por la cual se nacionalizó la mercadería o número de boleta, Aduana o banco rematador.

b) Uso de la mercadería, si éste hubiera sido determinado al efectuarse el despacho a plaza. Asimismo en las facturas de venta de aquellas mercaderías de origen extranjero adquiridas por consumidores finales, no resulta obligatoria la declaración de la Aduana interviniente ni el número de despacho de importación.

PALABRAS FINALES

La obligación objeto de análisis en este breve documento no se refiere, en realidad, a lo que deberá declarar el vendedor en los documentos respaldatorios de las operaciones comerciales realizadas. La norma



bajo estudio está orientada a establecer la obligación, para todo sujeto que posea mercadería de origen extranjero, de acreditar el origen de dicha mercadería.

El importador acreditará la tenencia legal de dichos bienes con los documentos del despacho a plaza. El comprador local solo podrá acreditarla con la factura emitida de parte del vendedor. Este es el motivo del Art. 9 Decreto (PEN) 4531-1965.

En el caso de haber recibido una factura por mercadería de origen extranjero donde no se encuentre el dato requerido en la norma mencionada deberá solicitar nota de crédito y emisión de nuevo comprobante comercial con los datos aquí requeridos.

En cuanto al régimen sancionatorio, tema no menor, es importante recordar que el sujeto infractor podrá ser sancionado con el comiso de la mercadería, clausura y multas pecuniarias entre otras.