

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
(UCI)

MARCO JURÍDICO TRIBUTARIO EN EL ÁREA DEL IMPUESTO SOBRE LA  
RENTA Y DEL IMPUESTO GENERAL SOBRE LAS VENTAS, APLICABLE EN EL  
COMERCIO ELECTRÓNICO PARA UN TRATAMIENTO FISCAL ADECUADO DE  
LAS TRANSACCIONES DE LA EMPRESA MAGIC

ANDRÉS FRANCISCO GARITA HERRERA

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MÁSTER EN ASESORÍA FISCAL

San José, Costa Rica

Agosto, 2018

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL

(UCI)

Este Trabajo Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como requisito parcial para optar al grado de Máster en Asesoría Fiscal

---

Licdo. Gerardo J. Echeverría Sáenz

PROFESOR TUTOR

---

Licda. Paola Barrantes Gómez

LECTOR No.1

---

Dr. Bernardo López González

LECTOR No.2

---

Licdo. Andrés Francisco Garita Herrera

SUSTENTANTE

## DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos A mis padres por ser pilar fundamental en todo lo que soy, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

## **RECONOCIMIENTOS**

Agradezco a todos los profesores que durante el trayecto de la maestría compartieron sus conocimientos y experiencias para crecer como estudiante y profesional.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iii
RECONOCIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	v
ÍNDICE DE CUADROS .....	viii
ÍNDICE DE ABREVIACIONES.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO .....	ix
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Antecedentes.....	2
1.2 Problemática u oportunidad.....	3
1.3 Justificación del proyecto.....	4
1.4 Objetivo general.....	5
1.5 Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Marco Institucional.....	8
2.1.1 Antecedentes.....	8
2.1.2 Productos a la venta .....	9
2.1.3 Medios de Venta.....	9
2.1.4 Logística de envíos.....	10
2.1.5 Métodos de pago.....	10
2.1.6 Proceso contable.....	11
2.2 Marco conceptual.....	12
2.2.1 Origen y desarrollo del comercio electrónico.....	12

2.2.2 Conceptos generales del comercio electrónico .....	14
2.2.3 Ventajas y desventajas del comercio electrónico .....	18
2.2.4 Marco Jurídico Tributario .....	19
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	31
3.1 Fuentes de información .....	32
3.1.1 Fuentes de información primarias.....	32
3.1.2 Fuentes de información secundaria.....	32
3.1.3 Sujeto de la investigación .....	33
3.1.4 Tipo de investigación .....	33
3.2 Métodos de investigación .....	33
CAPÍTULO IV. DESARROLLO DE RESULTADOS .....	35
4.1 Definición del comercio electrónico y sus elementos esenciales .....	36
4.2 Identificación del marco jurídico tributario costarricense, por medio de la búsqueda y análisis de la legislación vigente, para aplicarlo en una pequeña empresa dedicada al comercio electrónico.....	37
4.3 Criterios de la Administración Tributaria del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas aplicables al comercio electrónico .....	42
4.3.1 Impuesto sobre la Renta.....	42
4.3.2 Impuesto General sobre las Ventas.....	54
4.4 Evaluación del tratamiento fiscal sobre las transacciones que realiza la empresa Magic dentro del comercio electrónico.....	57
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES .....	67
CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES.....	74
CAPÍTULO VII. BIBLIOGRAFÍA .....	81

CAPÍTULO VIII. ANEXOS .....	84
8.1 Procedimientos de revisión a la empresa Magic.....	85

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Segregación del precio de venta .....	63
--	----

## ÍNDICE DE ABREVIACIONES

CPCR: Constitución Política de Costa Rica  
DGT: Dirección General de Tributación  
LGSV: Ley del Impuesto General Sobre las Ventas  
LISR: Ley del Impuesto Sobre la Renta  
TFA: Tribunal Fiscal Administrativo

## RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad la economía costarricense se encuentra inmersa en el comercio electrónico, aunque no es un tema nuevo se encuentra en un punto en el que su evolución es totalmente notable. Por esto, una buena cantidad de empresas están invirtiendo en este tipo de mercado y están incentivando a que las personas compren más por medios electrónicos.

La Organización Mundial del Comercio (1998) define el comercio electrónico como: “la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos” (p. 1).

En Costa Rica no existe ninguna divulgación específica en materia tributaria sobre el comercio electrónico. Por lo tanto, se desconoce si la normativa tributaria ya existente abarca este tema. Esto se debe a que hay transacciones que para el comercio electrónico son distintas o utilizan herramientas tecnológicas que antes no se tenían contempladas. Por lo tanto, el objetivo general de este trabajo es el siguiente:

Analizar el marco jurídico tributario en el área del impuesto sobre la renta y del impuesto general sobre las ventas, aplicable en el comercio electrónico para un tratamiento fiscal adecuado de las transacciones en una pequeña empresa costarricense.

Este trabajo final de graduación se llevó a cabo con los siguientes objetivos específicos:

Definir qué es el comercio electrónico y sus elementos esenciales, por medio de una revisión y resumen documental que facilite la comprensión de esta figura comercial.

Identificar el marco jurídico tributario costarricense, por medio de la búsqueda y análisis de la legislación vigente, para aplicarlo en una pequeña empresa dedicada al comercio electrónico.

Conocer los criterios de las normas fiscales relacionadas con el impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, mediante el estudio de los oficios emitidos por la Administración Tributaria para la determinación del tratamiento tributario actual de las transacciones del comercio electrónico.

Evaluar el comportamiento e impacto de las transacciones en el comercio electrónico, con la utilización de una empresa modelo para la aplicación del tratamiento fiscal adecuado en el campo del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas.

Para lograr los objetivos propuestos se utilizó un tipo de investigación documental y de campo. Además, se aplicó un método analítico-sintético, que tuvo como fuentes de información primarias y secundarias: leyes, libros, revistas, informes, artículos institucionales y periodísticos, páginas de Internet y documentos de la empresa Magic (declaraciones, auxiliares de ventas, contratos con proveedores, entre otros).

Entre las conclusiones de este trabajo final de graduación se logró determinar que a pesar de que no hay una divulgación específica sobre el comercio electrónico en el marco jurídico tributario, el Código de Normas y Procedimientos Tributarios n.º 4755 indica que la analogía es un procedimiento admisible para llenar los vacíos legales. Por lo tanto, se puede interpretar las transacciones que ocurren en el comercio electrónico, ya que no dependen de la forma en que se realizan sino de su naturaleza.

La Administración Tributaria de Costa Rica ha dado sus criterios mediante oficios sobre el tratamiento fiscal correcto que se le debe dar a ciertas transacciones del comercio electrónico, lo que sirve como guía para su aplicación adecuada para todas las empresas dentro del comercio electrónico.

En la aplicación de estas interpretaciones y de la legislación correspondiente al impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas en las transacciones de la empresa Magic, se determinó que la empresa no emite facturas, presenta incorrectamente las declaraciones del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, por la inexistente aplicación del tratamiento fiscal en sus transacciones

Por lo que se recomienda a la administración de la empresa Magic, emitir facturas en la totalidad de sus ventas y tener presente la obligación del uso de la facturación electrónica, además, capacitarse en temas fiscales acerca del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, como subsanar y aplicar el debido tratamiento fiscal a los hallazgos identificados.

También se aprovechó para brindarle recomendaciones a los futuros emprendedores en el comercio electrónico y a los profesionales que brindan servicios en el área contable y fiscal referente al comercio electrónico.

**CAPÍTULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

## 1.1 Antecedentes

En la actualidad es normal ver que las empresas ofrecen sus productos y servicios por medios digitales a través de Internet, pero diez años atrás en Costa Rica esto era diferente. Las personas tenían que ir a las tiendas para buscar y comparar lo que iban a comprar. Esto se debía a que el acceso a Internet era limitado y las herramientas tecnológicas eran costosas.

A medida que la tecnología fue innovando esta se incluyó en el comercio tradicional, surgió una nueva forma de vender y a esto se le ha denominado comercio electrónico.

En Costa Rica, en los últimos años el comercio electrónico ha tenido un mayor crecimiento debido al acceso del Internet en el territorio nacional. Esto se rectifica según el estudio del Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016 realizado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), “Costa Rica pasó de 24 % a 60 % de acceso a Internet en los hogares y a un 95 % de penetración en la banda ancha móvil” (p. 36).

El que la población costarricense tenga mayor acceso a Internet induce a que las personas estén usando redes sociales, medio por el cual las empresas publicitan sus marcas y quieren enganchar el mayor número de clientes hacia sus páginas *web*, con el objetivo de concretar todas las ventas posibles.

Mediante el comercio electrónico los costarricenses adquieren diferentes productos y servicios que hacen más fácil la experiencia de comprar, ya que no tienen que trasladarse de un lugar a otro y el producto se entrega en la ubicación deseada. Por esta razón, son más las empresas que están invirtiendo en promocionar y vender sus productos a través de Internet.

El comercio está en constante cambio, eso provoca que también las diferentes normativas tributarias de Costa Rica tengan que adaptarse rápidamente, de lo contrario se encontrarían muchos vacíos legales. Las empresas costarricenses que se encuentren dentro del comercio electrónico van a estar sujetas al impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas. Es por este motivo que este trabajo final de graduación se enfoca en estas dos áreas, para conocer si hay alguna distinción al momento de aplicar el tratamiento fiscal adecuado según la normativa correspondiente.

Para fines del presente trabajo final de graduación la empresa costarricense en la que se desarrolló el trabajo final de graduación se le llamará Magic, ya que por motivos de confidencialidad no se mencionará el nombre real. Esta empresa es un ejemplo de la modalidad de comercio electrónico, la cual se dedica a la venta de accesorios (relojes, bolsos, lentes de sol, pulseras, entre otros) por medio su página *web* y la red social Facebook.

## **1.2 Problemática u oportunidad**

Este estudio surge a partir de que en Costa Rica no existe ninguna divulgación específica en materia tributaria sobre el comercio electrónico. Por lo tanto, se desconoce si la normativa tributaria ya existente abarca este tema. Esto porque hay transacciones que para el comercio electrónico son distintas o utiliza herramientas tecnológicas que antes no se tenían contempladas.

A pesar de que el comercio electrónico en Costa Rica no es algo completamente nuevo, está en una etapa en el que su crecimiento es notable y muchas instituciones han incentivado su uso. Por lo tanto, se puede decir que es un tema actual que está viviendo el país.

Muchas de las empresas que operan dentro del comercio electrónico prefieren esperar un tiempo prudencial para verificar si el negocio es rentable y dejan de último las obligaciones tributarias que poseen como contribuyentes.

Por lo tanto, al evaluar el impacto y el comportamiento que tienen las transacciones de la empresa Magic dentro del comercio electrónico, permitirá comprobar si están aplicando un tratamiento fiscal adecuado que vaya de acuerdo con el marco jurídico correspondiente al impuesto sobre la renta y al impuesto general sobre las ventas.

### **1.3 Justificación del proyecto**

Es normal que más personas se atrevan a comprar bienes o servicios a través de medios electrónicos en Costa Rica. Esto también se debe a que las empresas han entendido que ya no solo es suficiente tener un espacio físico para ofrecer sus productos. Por este motivo parte de la planificación estratégica de las empresas está destinada al uso del comercio electrónico, ya que son muchos los beneficios que las empresas pueden tener, por ejemplo: un mayor alcance de sus productos a nivel nacional, mayor presencia de la marca en el mercado, mejor comunicación y cercanía con los clientes.

Las empresas que se encuentran en el comercio electrónico no son necesariamente grandes, por esta razón, hay muchas que no tienen los recursos para contar con una asesoría fiscal e identificar el tratamiento fiscal adecuado que le debe dar a las transacciones que se originan en el comercio electrónico.

Debido a esto, los resultados que se obtengan a raíz de este trabajo final de graduación servirán para que la empresa Magic pueda determinar si las transacciones que realiza a través del comercio electrónico se encuentran adecuadas al marco jurídico tributario, enfocadas al área del impuesto sobre la renta

y al impuesto general sobre las ventas. Asimismo, demostrar que este trabajo final de graduación tiene una aplicación práctica, es decir, el asesoramiento fiscal a las empresas dentro del comercio electrónico.

#### **1.4 Objetivo general**

Analizar el marco jurídico tributario en el área del impuesto sobre la renta y del impuesto general sobre las ventas, aplicable en el comercio electrónico para un tratamiento fiscal adecuado de las transacciones de una pequeña empresa costarricense.

#### **1.5 Objetivos específicos**

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Definir qué es el comercio electrónico y sus elementos esenciales, por medio de una revisión y resumen documental que facilite la comprensión de esta figura comercial.
- Identificar el marco jurídico tributario costarricense, por medio de la búsqueda y análisis de la legislación vigente, para aplicarlo en una pequeña empresa dedicada al comercio electrónico.
- Conocer los criterios de las normas fiscales relacionadas con el impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, mediante el estudio de los oficios emitidos por la Administración Tributaria para la determinación del tratamiento tributario actual de las transacciones del comercio electrónico.
- Evaluar el comportamiento e impacto de las transacciones en el comercio electrónico, con la utilización de una empresa modelo para

la aplicación del tratamiento fiscal adecuado en el campo del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Marco Institucional**

### **2.1.1 Antecedentes**

La empresa surgió en el año 2013 por una necesidad de tener que pagar un préstamo que se había obtenido para estudiar en la universidad, por lo que empezó a comprar relojes y perfumes, con el objetivo de venderlos a amigos cercanos y familiares. La aceptación por parte de este grupo fue buena y empezaron a recomendar a más personas. Lo que conllevó a buscar proveedores nacionales que ofrecieran mayor cantidad de productos y a precios más accesibles.

Pero no fue hasta el 2015 que el negocio se formalizó, esto debido a que ya la cantidad de personas que la buscaban era importante, pero el costo de los productos seguía siendo un inconveniente para competir con las demás empresas. Por lo que se empezó a importar los productos en su mayoría directamente de las fábricas o por intermediarios.

Se tuvo que analizar si era necesario abrir una ubicación física para su venta o si se seguía vendiendo solo a través de recomendaciones. Al tomar en cuenta todas las variables y costos que implicaban abrir una tienda física se dio cuenta de que no tenía el dinero suficiente y no podía pedir otro préstamo ya que estaba terminando de pagar el de la universidad. Por lo tanto, decidió optar por abrir una tienda virtual para comercializar sus productos y publicitarlos por medio de las redes sociales para que las personas conocieran su página *web*.

En el camino identificó que tenía muchas visitas en su página *web*, pero que no vendía esa misma cantidad, por lo que tuvo que revisar todo el proceso y analizar por qué no concretaba las ventas. Identificó que los costarricenses no tenían la confianza de digitar la información de sus tarjetas en las páginas *web*, por lo que,

habilitó una opción de pago mediante depósito bancario. Desde ese momento, sus ventas se han incrementado potencialmente.

La temporada alta para la empresa se divide en cuatro momentos durante el año, que son los siguientes:

- Día de San Valentín
- Día de las Madres
- Viernes Negro
- Navidad

La empresa está trabajando para que a inicios del año 2019 logre resultados en ventas al por mayor, pero para esto se encuentra en negociaciones con sus proveedores para conseguir mejores precios, además, tienen que mejorar su página *web* para que se puedan hacer pedidos de tal magnitud.

### **2.1.2 Productos a la venta**

Los productos que vende la empresa son los siguientes:

- Bolsos
- Billeteras
- Relojes
- Pulseras
- Lentes de sol

Todos estos productos se importan principalmente de Estados Unidos y del continente asiático.

### **2.1.3 Medios de Venta**

La empresa tiene dos medios en los que se pueden ubicar sus productos, mediante la página *web* o por la red social Facebook.

#### **2.1.4 Logística de envíos**

Actualmente, maneja la logística de envíos con Correos de Costa Rica y para su temporada alta contrata por servicios profesionales tres mensajeros para la Gran Área Metropolitana.

#### **2.1.5 Métodos de pago**

La página *web* tiene un sistema de pagos con tarjeta de débito o crédito con el Bac San José, que tiene un costo de mantenimiento por mes de \$50 y por cada transacción una comisión de \$0.12. Asimismo, cuenta con la opción de depósito bancario, en el que habilitan un lapso de 24 horas para que envíen el comprobante del depósito para concretar la venta.

Las ventas que se hacen a través de la red social Facebook solamente se permiten por depósito bancario.

Además, para los dos medios de venta desde el 2017 se empezó a ofrecer la modalidad de apartado a tres meses, donde al final de este tiempo y al completar los tres pagos se envía el producto. Este método ha tenido mucha aceptación, más que todo para el último trimestre del año.

Actualmente, se está analizando incluir como método de pago la opción de compras a tasa 0 % por tres o seis meses, ya que muchos clientes lo han solicitado. En caso de que se incorpore esta opción, se esperaría que funcione a partir del mes de noviembre del presente año.

### **2.1.6 Proceso contable**

La empresa contrató por servicios profesionales a un contador, quien prepara las diferentes declaraciones de impuestos y cada tres meses le entrega estados financieros.

## 2.2 Marco conceptual

### 2.2.1 Origen y desarrollo del comercio electrónico

El comercio electrónico empezó en los años veinte del siglo XX en los Estados Unidos con la incursión de la venta por catálogos preimpresos, que funcionaba mediante imágenes ilustrativas que mostraban los productos para convencer a los consumidores a comprar. Este fue el primer paso en el que se empezó a comprar sin antes haber visto el producto en físico y cambió su forma de distribución, debido a que se lograba ir a las zonas rurales a dejar los catálogos para luego entregar las mercancías.

En los años sesenta del siglo XX se creó el sistema *Intercambio Electrónico de Datos* conocido en sus siglas en inglés como *E.D.I.* que les permitía a las empresas realizar transacciones electrónicas. El objetivo principal era eliminar el papel e impulsar la automatización de los procesos comerciales entre las empresas.

Después, en los años setenta del siglo XX, empezaron a surgir los ordenadores, que permitían transmitir datos y con esto iniciaron las primeras relaciones comerciales. Luego, en los años ochenta del siglo XX, los catálogos se modernizaron y empezaron a salir en la televisión (conocidas como televentas). Este tipo de venta se hacía mediante llamadas telefónicas y volvió a darle un giro al comercio y al modelo de ventas tradicional.

En los años noventa del siglo XX, con la entrada del Internet, surgió una nueva plataforma que trajo muchos cambios en la forma de comunicación y comercialización a nivel global. Esto provocó que el comercio electrónico creciera rápidamente y surgieran portales como [www.amazon.com](http://www.amazon.com) y [www.ebay.com](http://www.ebay.com) que marcaron un antes y un después en el mercado digital. Posteriormente, en 1998 se creó el primer portal de medio de pago ([www.paypal.com](http://www.paypal.com)) que permite realizar

transferencias de dinero entre usuarios sin necesidad de compartir información financiera.

Se puede decir que, a través de los años, la relación comercial pasó de ser una venta física a una electrónica, moviendo miles de millones de dólares por año alrededor del mundo y en la actualidad no hay algo que no se pueda comprar o vender en Internet, tanto productos tangibles como intangibles.

Por su origen y desarrollo se define el comercio electrónico como la compra o venta de los productos que se han realizado por un medio electrónico.

Otras definiciones que han dado varios autores e instituciones sobre el comercio electrónico son las siguientes:

- “Cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo” (Álvarez, 1998, p. 3).
- “El intercambio electrónico de datos e informaciones correspondientes a una transacción con contenido económico” (García, 2001, p. 477).
- “Es comercio toda aquella actividad que tenga por objeto o fin realizar una operación comercial y que es electrónico cuando ese comercio se lleva a cabo utilizando la herramienta electrónica de forma que tenga o pueda tener alguna influencia en la consecuencia del fin comercial, con el resultado de la actividad que está desarrollando” (Davara, 2001, p. 29).
- “La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos” (OMC, 1998, p. 1).

## **2.2.2 Conceptos generales del comercio electrónico**

### **2.2.2.1 Categorías del comercio electrónico**

A través de Internet las transacciones comerciales se agrupan según las siguientes modalidades: el bien que interviene en la transacción, el canal de suministro o la forma entrega al cliente los bienes o servicios adquiridos: y los agentes que participan en las transacciones comerciales a través de Internet (Kaba, 2008, p. 12).

De acuerdo con lo anterior se explicarán estas tres categorías para un mayor entendimiento.

Según el bien que interviene, pueden ser dos tipos:

- Tangibles: “Materiales que no se pueden transmitir a través de la red” (Kaba, 2008, p.12).
- Intangibles: Los que están digitalizados dentro del disco duro de un ordenador y una vez adquiridos se pueden recibir por medio de Internet en la propia computadora del cliente que lo compró (Kaba, 2008, p. 12).

Según el canal de envío se clasifica en dos tipos:

- Indirecto: “Comprende las transacciones realizadas por medios electrónicos relativas a bienes tangibles, que no pueden descargarse u obtenerse directamente a través de Internet” (Fernández, 2001, p. 23).
- Directo: “este tipo no cuenta con niveles de intermediarios y los fabricantes venden directamente a los consumidores, el ejemplo más actual es vender por medio de la página *web* del productor” (Velázquez, 2012, p. 46).

Según lo sujetos que participan en las transacciones:

- Empresa a Empresa: “Son las operaciones comerciales, de negocios, de asociación, de inversiones que se realizan entre empresas soportadas por Tecnología de Información y Comunicaciones. En esta modalidad las empresas identifican a sus potenciales socios y negocian directamente a través de medios electrónicos” (Kaba, 2008, p. 13).
- Empresa a Consumidor: “Es la réplica de la venta de una tienda física en el espacio virtual; situación en la que el vendedor es una empresa y el comprador un particular. Cualquier empresa que venda productos o servicios a consumidor final entraría dentro de este modelo: Vueling, Iberia, El Corte Inglés, Naranjas Lola, etc.” (Aparicio, 2018, p. 35).
- Consumidor a Consumidor: “Los negocios C2C obedecen a la dinámica de negocios electrónica abierta por medio de la cual las personas naturales compran, venden productos o servicios sin restricción del sujeto que puede llegar a ofertar o comprar esta particularidad hace que los consumidores sean un grupo más abierto de personas y que la red por medio de la cual se mueven sea una red abierta pues la herramienta del Internet es el portal que les permite desenvolverse” (Roa, 2012 p. 80).
- Consumidor a administrador: “En las operaciones entre consumidores y administradores, los ciudadanos interactúan con los entes públicos, con el fin de realizar el cumplimiento de obligaciones administrativas” (Segura, 2012, p. 24).
- Empresa a administrador: “En esta clase de transacciones, los entes administrativos actúan como reguladores y al mismo tiempo como

promotores del comercio electrónico, pero en las relaciones con las personas jurídicas” (Segura, 2012, p. 24).

### **2.2.2.2 Medios de pago en comercio electrónico**

Es común que con el avance de la tecnología y con el incremento del comercio electrónico aparezcan nuevos métodos de pago diferentes a los tradicionales, con los que se les brindan a los consumidores múltiples formas de realizar los pagos según su conveniencia.

Es importante recalcar que los bancos, los proveedores de tarjetas de crédito y débito son los que dan una sostenibilidad al comercio electrónico porque son los que brindan diferentes medios y seguridad para que se realicen las transacciones.

Una pieza fundamental en el proceso de ventas dentro del comercio electrónico son los sistemas de pago. Algunos de estos son los siguientes:

- PayPal: “Es un sistema que permite a cualquier persona que tenga una dirección de correo electrónico enviar o recibir dinero *online* de manera totalmente segura, fácil, rápida y de costo totalmente gratuito para el comprador y puede realizar envíos de dinero a todo el mundo” (PayPal, s. f., párr. 1).
- 2CheckOut: “Es una compañía estadounidense a través de la cual se puede realizar transacciones de compra y venta seguras por Internet usando Tarjeta de Crédito de tipo Visa, MasterCard, American Express, Discover y otras más” (2CheckOut, s. f., párr. 3).
- SafetyPay: “Es una empresa de tecnología financiera afiliada a varios comercios a los cuales les brinda una ventaja competitiva permitiéndoles a sus clientes realizar sus compras presencialmente en

efectivo o vía transferencia bancaria de una manera rápida y segura” (SafetyPay, s. f. párr. 1).

“El momento del pago es una de las actividades más críticas dentro del comercio electrónico pues en ese momento se puede abandonar la compra. Para evitar esto es necesario que el sitio cuente con el mayor número de posibilidades y flexibilidad en el momento de seleccionar la forma de pago” (Asociación Española de Comercio Electrónico y *Marketing*, 2009, p.17).

En Costa Rica existe una plataforma llamada Nidux que brinda soluciones de comercio electrónico, entre sus funciones se encarga de diseñar y crear su tienda virtual para comercializar productos en Internet. Mediante esta plataforma ellos incorporarán el sistema de pagos que el empresario desee para que sus clientes realicen sus pagos, además, ellos trabajan directamente con la opción de BN Comercio Electrónico del Banco Nacional para procesar transacciones Visa y MasterCard desde su página *web*. También tienen alianza comercial con Correos de Costa Rica y DHL para poner a disposición una plataforma comercial para facilitar sus envíos dentro y fuera del territorio costarricense. Con esta plataforma se tiene la opción de elegir en qué país se desea habilitar la página para exportar los productos y así tener presencia en varios países.

*Nidux ofrece más de 80 funciones diferentes que abarcan todas las herramientas necesarias desde logística, facturación, inventarios, promoción comercial, vinculación con sus redes sociales al incluir su tienda con su perfil en Facebook, automatización de promociones en redes sociales, entre otras. Todas desarrolladas con el objetivo impulsar las ventas de su negocio (Nidux, s. f., párr. 10).*

### **2.2.3 Ventajas y desventajas del comercio electrónico**

El Internet llegó a revolucionar mundialmente el comercio y con eso incursionó en todo lo relacionado con lo electrónico. Por este motivo, es necesario conocer las ventajas y desventajas del comercio electrónico para estar actualizados con lo que sucede en la actualidad.

Según Kaba (2008)

“Las ventajas del comercio electrónico se ven reflejadas en la competitividad que la empresa requiere para dirigirse a un mercado globalizado y en beneficios directos sobre el consumidor, que hoy sin duda dispone de un poder de elección entre los mejores productos y servicios disponibles en la Red” (p. 28).

Algunas de las ventajas son las siguientes:

- Apertura a nuevos mercados.
- Disponibilidad de los puntos de venta 24 horas del día.
- Fácil acceso.
- Desaparecen los límites geográficos.
- Mayor potencial para generar una marca.
- Agiliza las operaciones de las empresas.
- Cercanía y mejor comunicación con los consumidores.
- Acceso a la información.
- Fácil comparación con diferentes proveedores.
- Diferentes métodos de pago.
- Globalización y acceso a mercados potenciales de millones de clientes.

- Bajo riesgo de inversión en comercio electrónico (Anteportamlatinam, 2014, p. 43).

A pesar de que en términos generales solo se hablan cosas buenas del comercio electrónico no deben obviarse las desventajas que se tienen, ya que como empresa o consumidor les pueden afectar en cualquier momento si no se tiene en consideración.

Algunas de las desventajas son:

- Seguridad y privacidad de los datos de la información.
- Devoluciones y quejas.
- Gastos de envíos encarecen los productos.
- Competencia ya no a nivel local sino a nivel mundial.
- Desconocimiento de la empresa que le va a comprar.
- Costo de la publicidad (Anteportamlatinam, 2014, p. 47).

## **2.2.4 Marco Jurídico Tributario**

### ***2.2.4.1. Ley del Impuesto sobre la Renta***

El Impuesto sobre la Renta en Costa Rica grava las utilidades de las empresas y de las personas que tienen actividades lucrativas dentro del territorio nacional. Por lo tanto, se pretende analizar las particularidades del impuesto sobre la renta y sus principales características.

- Características del impuesto sobre la renta

Hay cuatro características que son fundamentales de entender y analizar acerca del Impuesto sobre la Renta, la territorialidad, la renta producto, el sistema cedular y el sistema de autoliquidación.

### Territorialidad

Esta característica es fundamental para identificar el hecho generador y saber si las actividades tienen (o no) que estar sujetas al impuesto. Un entendimiento adecuado de esta característica podrá prepararnos para una buena aplicación del impuesto.

Una definición sencilla de esta característica es la siguiente: la renta que se gravará va a depender del lugar donde se obtiene o donde se origina la ganancia sin importar la nacionalidad del sujeto pasivo. Se dice que es una obligación real porque la obligación tributaria surge solo con las situaciones que ocurren dentro del territorio nacional y el Estado no puede ir más allá del territorio donde ejerce su soberanía, tal como lo define el artículo 1° de la Ley del Impuesto Sobre la Renta n.º7092:

*Se establece un impuesto sobre las utilidades de las empresas y de las personas físicas que desarrollen actividades lucrativas.*

*El hecho generador del impuesto sobre las utilidades referidas en el párrafo anterior es la percepción de rentas en dinero o en especie, continuas u ocasionales, provenientes de cualquier fuente costarricense.*

*Este impuesto también grava los ingresos, continuos o eventuales, de fuente costarricense, percibidos o devengados por personas físicas o jurídicas domiciliadas en el país; así como cualquier otro ingreso o beneficio de fuente costarricense no exceptuado por ley, entre ellos los ingresos que perciban los beneficiarios de contratos de exportación por*

*certificados de abono tributario. La condición de domiciliado en el país se determinará conforme al reglamento.*

*Para los efectos de lo dispuesto en los párrafos anteriores, se entenderá por ventas, ingresos o beneficios de fuente costarricense, los provenientes de servicios prestados, bienes situados o capitales utilizadas en el territorio nacional, que se obtengan durante el periodo fiscal de acuerdo con las disposiciones de esta ley.*

Según lo anterior no solo se tiene que verificar la ubicación en la que se da la actividad, sino que también hay que tomar en cuenta el origen o como se conoce en términos tributarios *la fuente de la renta*. En la Ley del Impuesto sobre la Renta n.º7092 en los artículos 54 y 55 se definen los casos especiales que van a ser de renta de fuente costarricense:

*El principio de territorialidad se constituye en un límite o en un marco a efecto de determinar la potestad del Estado de gravar los incrementos patrimoniales de los contribuyentes. Sin embargo, en criterio de este Tribunal, dicho principio, contemplado en el artículo anteriormente transcrito, no debe entenderse como referido únicamente a un aspecto espacial o geográfico, pues en realidad comprende la relación que pueda existir entre el acreedor del tributo y la fuente productora de los ingresos, de manera que, si dicha fuente se ubica en el territorio nacional, la renta deberá entenderse como sujeta al impuesto en cuestión. Así, con el fin de determinar la sujeción del tributo, corresponde analizar el origen de la renta, de forma tal que, si este se encuentra en una actividad desarrollada en Costa Rica, corresponderá gravarla con el impuesto sobre la renta (Tribunal Contencioso Administrativo, Fallo 217-2004).*

*La administración mantiene el criterio, que el concepto de fuente costarricense reseñado en la norma, va más allá de una referencia geográfica al territorio costarricense, pues abarca los casos en que la actividad generadora de renta está involucrada directamente o tiene alguna vinculación (lo que se llama criterio de territorialidad extendido o reforzado) con la infraestructura económica de Costa Rica, ya que el flujo de rentas proviene del giro habitual de la empresa situada en Costa Rica. Al respecto, es importante tener en consideración que la renta sometida al impuesto sobre utilidades no corresponde únicamente a aquella que sea generada dentro del territorio nacional, sino por el contrario obedece a toda aquella utilidad percibida por la gestión que realiza la empresa en Costa Rica (Tribunal Fiscal Administrativo, Fallo 455-2012).*

*Nótese que lo que interesa destacar aquí es que nuestra Ley del Impuesto sobre la Renta adopta el criterio de territorialidad con base en la fuente de los ingresos como parámetro para establecer la sujeción al gravamen. No obstante, las disposiciones normativas tributarias no se pueden analizar en forma aislada, sino que deben puntualizarse dentro del ámbito de las operaciones que efectúa el contribuyente (Dirección General Tributación, Oficio 435-2017).*

### Renta Producto

El concepto de renta producto se define como:

“Flujo de riqueza que se da entre el inicio y el final de un periodo determinado y que proviene de la propia actividad productiva del contribuyente. Es decir, es renta solo el flujo de riqueza que proviene de los factores productivos –trabajo, tierra, capital- a disposición del contribuyente y que este, con su actividad económica, ha puesto en operación” (Torrealba, 2009, p. 11).

Otra definición que está muy relacionada con la anterior es:

*La Ley del Impuesto sobre la Renta, la cual tiene como característica general que su imposición se basa en un sistema de renta producto, gravando los ingresos provenientes del uso de los factores productivos (tierra, trabajo y capital) y, por excepción, incorpora algunos elementos del sistema de renta ingreso cuando grava, por ejemplo, las ganancias de capital cuando constituyan una actividad habitual (Dirección General Tributación, Oficio 1093-2015).*

En el artículo 6 de la Ley del Impuesto sobre la Renta se encuentran las no sujeciones, que no forman parte de la renta bruta como: las herencias, las donaciones y los premios de las loterías nacionales.

### Sistema cedular

Otra de las principales características del sistema tributario es que estructuralmente es un sistema cedular, eso significa que grava la riqueza con distintos impuestos según el tipo que corresponda.

Según Jiménez y Rojas (2010):

Esta característica tiene como explicación en obtener un margen mayor de recaudación, debido a que el legislador tributario ha considerado que resulta más eficaz y de más fácil gestión gravar las rentas en forma segregada que gravar la renta en forma global (p. 156).

*El sistema de rentas real o cedular establece concretamente un método o sistema de cobro, por medio del cual se crean distintos sistemas y clases impositivas para gravar cada uno de los diversos ingresos o réditos percibidos por el contribuyente, el ingreso recibido por el mismo sujeto,*

*por concepto de utilidades provenientes de sociedades u honorarios. La totalidad del impuesto sobre la renta corresponde a la suma de todas las clasificaciones o cédulas realizadas (Tribunal Fiscal Administrativo, Fallo 003-P-2017).*

#### Sistema de autoliquidación

Esta característica significa que todos los contribuyentes tienen que preparar sus declaraciones de forma voluntaria, bajo su propio criterio y responsabilidad, es decir, autoliquidativas, presentarlas a la Administración Tributaria y pagar el monto del impuesto correspondiente. Luego, la Administración Tributaria revisa las declaraciones de los contribuyentes y si fuera el caso darle seguimiento hasta sus consecuencias finales.

#### **2.2.4.2 Ley de impuesto General Sobre las Ventas**

El Impuesto General Sobre las ventas (LGSV) es un impuesto sobre el valor agregado sobre la venta de mercancías y algunos servicios. Los obligados a este impuesto son las personas físicas o jurídicas que realicen ventas o servicios en forma habitual. Este impuesto también se basa en el principio de territorialidad debido a que se gravan las operaciones que se efectúen en el territorio nacional y destinadas para el uso del mercado interno, así lo refleja el artículo 2 del reglamento de la LGSV:

*Artículo 2º.- Objeto. El impuesto es general tratándose de las ventas de mercancías y específico en el caso de la prestación de los servicios indicados en el artículo 1º de la ley y en ambos casos, se aplica a las operaciones gravadas que se efectúen en el territorio nacional, destinadas al uso o consumo en el mercado interno.*

Para entender mejor este impuesto hay que conocer cómo nuestro legislador define el concepto de mercancías, como se encuentra en el artículo 1 del Reglamento a la Ley de Impuesto General Sobre las Ventas: “las mercancías que son todas las materias, productos, artículos, manufacturas y en general, los bienes muebles producidos o adquiridos para su industrialización o comercialización”.

Como se mencionó, hay servicios que están gravados y están expresamente dentro de la LGSV, que son los siguientes:

- Restaurantes.
- Cantinas.
- Centros nocturnos, sociales, de recreo y similares.
- Hoteles, moteles, pensiones y casas de estancia transitoria o no.
- Talleres de reparación y pintura de toda clase de vehículos.
- Talleres de reparación y de refacción de toda clase de mercancías.
- Aparcamientos de vehículos.
- Servicios telefónicos, de cable, de télex, radiolocalizadores, radiomensajes y similares.

Es importante resaltar que los servicios que no estén expresados en la LGSV no van a estar gravados con este impuesto.

Este impuesto surgirá cuando se dé el hecho generador en situaciones que así lo estipula el artículo 3 de LGSV:

*Artículo 3- a). La transferencia de dominio de mercancías nuevas o usadas, a título oneroso o gratuito, así como el arrendamiento con opción de compra, la permuta y, en general, cualquier otra forma jurídica que se adopte con la finalidad última de transferir el dominio de mercancías; todo esto con independencia de las condiciones de pago pactadas por las*

*partes contratantes. La obligación queda perfeccionada en la fecha de facturación o entrega de las mercancías, el acto que se realice primero.*

*b) La prestación remunerada o gratuita de servicios gravados, incluyendo la permuta, la dación en pago y, en general, toda contratación que tenga por fin último suministrar servicios gravados con independencia de su designación y naturaleza jurídica, así como respecto a las condiciones de pago acordadas por las partes contratantes. La obligación queda perfeccionada en la fecha de la facturación o de la prestación del servicio, el acto que se realice primero.*

*c) La importación o internación de mercancías gravadas, que ocurre en el momento de la aceptación de la póliza o del formulario aduanero, respectivamente.*

*ch) El uso o consumo por el contribuyente de mercancías o servicios gravados, que ocurre en la fecha en que tales actos tienen lugar.*

*d) Los faltantes de mercancías gravadas establecidos con motivo de la toma de inventarios practicados, que se concretan en la fecha en que se hacen los asientos contables o en el periodo fiscal en que los establezca la Administración Tributaria.*

*e) En la venta en consignación en la fecha en que el consignatario retira la mercadería.*

*f) En los apartados de mercadería, en el momento en que la mercadería queda apartada.*

Las obligaciones que tienen los contribuyentes a raíz de este impuesto son: Emitir facturas que estén debidamente autorizadas por la administración Tributaria, separar en las facturas el monto correspondiente al impuesto sobre las ventas, llevar

y mantener un registro de compras y de ventas, presentar cada mes la declaración autoliquidativa.

Dentro de la LGSV, en el artículo 9, se encuentran las exenciones sobre este impuesto:

*Artículo 9 - Están exentas del pago de este impuesto, las ventas de los artículos definidos en la canasta básica alimentaria; los reencaches y las llantas para maquinaria agrícola exclusivamente; los productos veterinarios y los insumos agropecuarios que definen, de común acuerdo, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Ministerio de Hacienda, asimismo, las medicinas, el queroseno, el diesel para la pesca no deportiva, los libros, las composiciones musicales, los cuadros y pinturas creados en el país por pintores nacionales o extranjeros; las cajas mortuorias y el consumo mensual de energía eléctrica residencial que sea igual o inferior a 25 kw/h; cuando el consumo mensual exceda los 250 kw/h, el impuesto se aplicará al total de kw/h consumido.*

Según el artículo anterior este impuesto es progresivo, debido a que permite una exención a los productos que son esenciales para sobrevivir, se debe recordar que este impuesto se traslada al consumidor final y si estuvieran gravadas las familias más pobres se perjudicarán. Por lo tanto, lo que gravan son los artículos que son imprescindibles y que cada persona puede adquirir según su capacidad económica.

### Características del Impuesto General Sobre las Ventas

#### Plurifásico

*Se trata de un impuesto que se aplica en las distintas fases del ciclo económico (fabricación, comercialización en sus distintas fases de*

*mayorista y detalle). Es decir, es un impuesto plurifásico. Ciertamente, su característica más saliente es que, a pesar de ser un impuesto plurifásico, no es un impuesto en cascada. Es decir, el impuesto no se va acumulando sobre el precio total de la mercancía o el servicio en cada fase, de modo que entre más larga la cadena hasta el consumidor mayor cantidad de impuesto total se cobraría. Por el contrario, el objetivo del impuesto es gravar el valor agregado en cada etapa (Tribunal Fiscal Administrativo, Fallo 204-2014).*

Gracias a esta característica el tributo se agregará en cada fase y es el consumidor final quien soporta la totalidad de la carga tributaria de este impuesto, esto conlleva a que el comerciante no se vea perjudicado.

### Neutral

Una característica que se presenta en este impuesto es la neutralidad, esto porque la persona física o jurídica paga el impuesto devengado por sus propias ventas, con deducción del crédito fiscal que obtuvo por las compras realizadas.

*El Impuesto sobre las Ventas se cobra en cada una de las etapas, partiendo de la fábrica o aduanas según el caso y, de esta manera, el adquirente cuando realice la compra-venta subsiguiente deberá cancelar la totalidad del monto del impuesto resultante, de aplicar el precio de venta a la alícuota correspondiente, desglosando el impuesto cobrado, al cual le aplicará el crédito soportado en las etapas anteriores, con lo cual se garantiza el principio de neutralidad del mismo; sea, el de evitar una facturación en cascada (Tribunal Fiscal Administrativo, Fallo 439-2013).*

*El principio de neutralidad del impuesto para el empresario hace que este no se vea afectado económicamente por el impuesto pues al no incorporarlo como costo en el precio se traslada el impuesto a terceros,*

*involucrando a estos agentes económicos en su control, quienes por su interés de ejercer el derecho al crédito fiscal exigirán a su proveedor factura, quien, a la vez, está forzado a incluirlo en su declaración tributaria como débito fiscal, evitando la acumulación del impuesto en el precio del bien o servicio hasta alcanzar al consumidor final (Chávez, 2012, p. 34).*

### Créditos fiscales

El crédito fiscal se establece en el artículo 14 de la LGSV:

*Artículo 14- El crédito fiscal se establece sumando el impuesto realmente pagado por el contribuyente sobre las compras, importaciones o internaciones que realice durante el mes correspondiente; así como el impuesto pagado por la adquisición de materias primas; insumos, envases, materiales de empaque incluyendo sus materias primas, envasado, embalaje y etiquetaje; maquinaria, equipo y sus partes y repuestos; energía eléctrica y otras mercancías que se utilicen dentro del proceso de producción, comercialización y distribución de los bienes que el contribuyente destine a la venta, sean gravados o exentos o que se destinen a la exportación; en actividades comerciales, agrarias e industriales, principales y conexas; por concepto de primas de seguro que protegen bienes, maquinaria e insumos y sobre equipo y materiales utilizados en las labores de tratamiento de desechos y control de calidad de sus productos.*

Según el párrafo anterior el crédito fiscal es el monto que una persona o empresa ha pagado por el impuesto sobre las ventas al adquirir un producto o un insumo que tiene como objetivo su venta.

Lo que también denota es que para este impuesto se utiliza una deducción física: “se refiere a que se puede deducir el tributo pagado solo sobre aquellos bienes físicamente incorporados al producto sujeto” (Leitón, 2013, párr. 6).

Los créditos fiscales son saldos a favor del contribuyente que se van a aplicar cada mes conforme se realicen las ventas. Esto según el artículo 16 de la LGSV:

*Artículo 16.- Saldo a favor del contribuyente- Cuando la diferencia entre el débito y el crédito fiscales sea a favor del contribuyente, el saldo existente se transferirá al mes o meses siguientes y se sumará al crédito fiscal originado por las adquisiciones efectuadas en esos meses. Si por circunstancias especiales, el contribuyente prevé que no ha de originar, en los tres meses siguientes, un débito fiscal suficiente para absorber la totalidad del saldo de su crédito fiscal, tendrá derecho a utilizarlo en la forma prevista en el artículo 45 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios.*

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA**

### **3.1 Fuentes de información**

Para llevar a cabo este trabajo final de graduación se utilizaron como fuentes de información leyes, libros, revistas, informes, artículos institucionales y periodísticos, páginas de Internet y documentos de la empresa (declaraciones de impuestos, contratos, auxiliares de venta, entre otros)

#### **3.1.1 Fuentes de información primarias**

Como fuente de información primaria se utilizaron las siguientes:

- Ley del Impuesto sobre la Renta n.º 7092.
- Ley del Impuesto General sobre las Ventas n.º 6826.
- Oficios de la Administración Tributaria.
- Libros enfocados en el área del comercio electrónico y en el material fiscal.
- Documentos de la empresa (declaración de impuestos, auxiliares de ventas, contratos con proveedores, entre otros).

“Las fuentes de información primaria constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis, disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, testimonios de expertos, películas, documentales, foros y páginas de Internet” (Delgado y Alvarado, 2010, p. 30).

#### **3.1.2 Fuentes de información secundaria**

Como fuente de información secundaria se utilizaron los artículos escritos por especialistas del tema en revistas o periódicos, artículos institucionales, páginas de Internet y tesis.

“Las fuentes de información secundaria son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área del conocimiento en particular, donde se mencionan y comentan brevemente artículos, libros, etc.” (Delgado y Alvarado, 2010, p. 30).

### **3.1.3 Sujeto de la investigación**

El sujeto de este trabajo final de graduación es la empresa Magic que opera dentro del comercio electrónico desde el 2015. Esta empresa realiza sus ventas a través de su página *web* y la red social Facebook.

### **3.1.4 Tipo de investigación**

Para lograr los objetivos de este trabajo se usarán técnicas documentales y un estudio de un caso específico, las cuales se definen:

La investigación documental consiste en detectar, obtener, consultar la bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 50).

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o causas producen una situación o acontecimiento particular (López, 2017, p. 170).

## **3.2 Métodos de investigación**

El método utilizado para llevar a cabo la investigación fue el método analítico-sintético. Para Delgado y Alvarado (2010) este método se define como: “el que

estudia los hechos a partir de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis) y luego integra dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral” (p. 12)

Por lo tanto, se estudiará de forma individual el comercio electrónico y sus elementos, las leyes del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, para luego integrar estas partes en la evaluación de las transacciones de una pequeña empresa costarricense.

Para desarrollar este método se siguieron las fases de observación, descripción, examen crítico, descomposición del fenómeno, numeración de sus partes, ordenación y clasificación.

Según García (2014): “la observación es directa cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que quiere investigar” (p. 117).

Se utilizará una observación directa en las operaciones que realiza la empresa Magic, como venta de los productos, formas de pago, logística de los envíos, obligaciones y cumplimientos tributarios.

**CAPÍTULO IV**  
**DESARROLLO DE RESULTADOS**

#### 4.1 Definición del comercio electrónico y sus elementos esenciales

El comercio electrónico se define como “cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo” (Álvarez, 1998, p. 3).

Existen elementos esenciales que caracterizan el comercio electrónico, como los siguientes:

- Los medios de venta que la empresa disponga para ofrecer los productos.
- Los sujetos que pueden interactuar.
- El tipo de bien que se comercializará, si es tangible o intangible.
- El canal de distribución de los productos que puede ser directo o indirecto.
- Los medios de pago.

Para efectos de este trabajo final de graduación se identificaron los elementos básicos del comercio electrónico que utiliza la empresa Magic, los cuales son:

- Medios de venta: página *web* y la red social Facebook.
- Sujetos: los sujetos que interactúan comercialmente son de *empresa a consumidor*, ya que no existe ningún intermediario y se le vende directamente al cliente.
- Tipo de bien: el bien que se comercializa es un bien tangible, ya que los productos que ofrece son accesorios como bolsos, pulseras, lentes de sol, billeteras, entre otros.

- Tipo de canal: el canal de distribución es indirecto ya que se utiliza una empresa como Correos de Costa Rica para la logística de entrega de los productos.
- Medios de pago: los medios de pago que utilizan son un sistema de tarjeta de debito, crédito y depósitos bancarios.

En el caso de Costa Rica el comercio electrónico ha permitido que las empresas ya no se limiten a tener que vender en una ubicación física, sino que tienen la libertad de ofrecer sus productos y servicios en línea en cualquier parte del país. Esto ya se está volviendo parte de la estrategia comercial de cada empresa para competir en el mercado. Como, por ejemplo, el supermercado Automercado permite realizar compras en su página *web* y ellos mismos se encargan de entregar las compras en la puerta de su casa. Otro ejemplo es la tienda Arenas Skate & Surf que con su tienda virtual de ropa permite tener sus productos en cualquier parte el país utilizando la logística de Correos de Costa Rica.

#### **4.2 Identificación del marco jurídico tributario costarricense, por medio de la búsqueda y análisis de la legislación vigente, para aplicarlo en una pequeña empresa dedicada al comercio electrónico**

Según Roldán (2006):

Los sistemas tributarios de gran parte de los países se idearon y desarrollaron en un marco en el que el comercio extra-fronteras se hallaba limitado, no existían grandes desplazamientos de capitales, se imponían elevados aranceles y había gran control al tráfico internacional de mercaderías (p. 106).

Es por esto por lo que al buscar una regulación específica del comercio electrónico en la norma tributaria no se encontrará. Por lo tanto, se deben aplicar las leyes tributarias vigentes ya que consideran aspectos de fondo, como el hecho

generador, base imponible, pero no es determinante el medio por el que se realizan, sino que es más importante si cumplen con el objeto por el que se creó la ley.

De acuerdo con Villegas (1999): “interpretar una ley es descubrir su sentido y alcance. Al intérprete corresponde determinar qué quiso decir la norma y en qué caso es aplicable” (p. 167).

El Código de Normas y Procedimientos Tributarios dispone en sus artículos 6 y 8 lo referente a la interpretación:

*Artículo 6º.- Interpretación de las normas tributarias. Las normas tributarias se deben interpretar con arreglo a todos los métodos admitidos por el Derecho Común.*

*La analogía es procedimiento admisible para “llenar los vacíos legales”, pero en virtud de ella no pueden crearse tributos ni exenciones.*

*Artículo 8º.- Interpretación de la norma que regula el hecho generador de la obligación tributaria.*

*Cuando la norma relativa al hecho generador se refiera a situaciones definidas por otras ramas jurídicas, sin remitirse ni apartarse expresamente de ellas, el intérprete puede asignarle el significado que más se adapte a la realidad considerada por la ley al crear el tributo.*

*Las formas jurídicas adoptadas por los contribuyentes no obligan al intérprete, quien puede atribuir a las situaciones y actos ocurridos una significación acorde con los hechos, cuando de la ley tributaria surja que el hecho generador de la respectiva obligación fue definido atendiendo a la realidad y no a la forma jurídica.*

*Cuando las formas jurídicas sean manifiestamente inapropiadas a la realidad de los hechos gravados y esto se traduzca en una disminución de la cuantía de las obligaciones, la ley tributaria se debe aplicar prescindiendo de tales formas.*

Los artículos transcritos rectifican que en caso de que se realicen las transacciones de manera tradicional o bien por medios electrónicos, es aceptable aplicar la legislación tributaria actual, en el tanto ocurra el objeto por el cual se creó la Ley, es decir, el perfeccionamiento del hecho generador.

La Dirección General de Tributación, por medio del Oficio No. 614-2001 del cuatro de julio del 2001, se refiere al comercio electrónico de la siguiente manera: Esta dirección estima que, no existiendo en nuestro ordenamiento tributario positivo vigente, normas específicas que regulen los aspectos sustanciales y formales de transacciones realizadas mediante comercio electrónico en sus diversas manifestaciones, se debe encuadrar el tratamiento respectivo en las normas generales vigentes, en tanto esto no configure situaciones que sean materia reservada a la ley, a tono con lo dispuesto en el artículo 5 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, conforme al cual y en lo que interesa, solo la ley puede crear, modificar o suprimir tributos, definir el hecho generador de la relación tributaria, establecer las tarifas de los tributos y sus bases de cálculo e indicar el sujeto pasivo.

Al analizar las transacciones que realiza una empresa dentro del comercio electrónico en Costa Rica, se identificó que las principales transacciones son: compras y ventas de mercadería. Por lo tanto, se buscó en las leyes tributarias vigentes de Costa Rica cuáles son las leyes que se aplican, que son las siguientes: Ley del Impuesto sobre la Renta No. 7092 y la Ley del Impuesto General sobre las Ventas No. 6826.

La Ley del Impuesto sobre la Renta No. 7092 se creó en 1988 y tiene como objeto gravar con un impuesto directo y proporcional las utilidades generadas por una persona ya sea física o jurídica, en el tanto las actividades que generen las utilidades se desarrollen en Costa Rica o que estas se vinculen con la estructura económica costarricense. Este impuesto tiene 5 tipos cedulares que también pueden originarse por transacciones del comercio electrónico, los cuales se rigen según la normativa de cada capítulo de la citada Ley y estos tipos cedulares son los siguientes:

- **Utilidades:** este impuesto se encuentra en el artículo 1 de la LISR, en el que se establece un impuesto sobre las utilidades de las empresas y de las personas físicas que desarrollen actividades lucrativas.
- **Dividendos:** también se le conoce como el impuesto sobre la renta disponible, que es el remanente del que se pueda disponer (repartir a los socios) y que resulte de deducir de la renta imponible, el cual se ubica en el artículo 16 de la LISR.
- **Rendimiento financiero:** son retenciones que deben realizar los emisores, agentes pagadores, sociedades anónimas y otras entidades públicas o privadas que, en función de captar recursos del mercado financiero, paguen o acrediten intereses o concedan descuentos sobre pagarés y toda clase de títulos valores, a personas domiciliadas en Costa Rica, el cual tiene como fundamento el artículo 23 de la LISR.
- **Remesas:** este tipo de impuesto se encuentra en el artículo 52 de la LISR, el cual grava toda renta o beneficio de fuente costarricense destinada al exterior.
- **Ingresos por pensiones o trabajo personal dependiente:** este es un impuesto que recae sobre las rentas únicas percibidas por el trabajo personal dependiente (salarios) y pensiones o jubilaciones y

este se paga de acuerdo con los tramos y tarifas establecidos en el artículo 33 de la LISR.

Es importante resaltar que para los 5 tipos anteriores no se debe diferenciar por el medio por el que se realice, sea electrónico o tradicional, sino se debe analizar si su naturaleza cumple con el objeto con el que se creó la ley.

La Ley del Impuesto General sobre las Ventas No. 6826 se creó el 08 de noviembre del 1982 y tiene como objetivo gravar la venta de las mercancías y de la prestación de servicios destinadas al uso o consumo del mercado interno. Se debe tener claro que toda mercancía que se adquiera por el comercio electrónico, sea dentro o fuera del territorio nacional, mientras sea para consumo interno debe pagar el impuesto general sobre las ventas. Con respecto a la prestación de servicios, solo están gravados los que se indican en la lista taxativa del artículo 1 de esta ley. Por lo tanto, aplicaciones como Netflix, Spotify, no están gravadas debido a que se valoran como si fuera un servicio de *streaming* y este tipo de servicio no está mencionado en la citada ley.

### **4.3 Criterios de la Administración Tributaria del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas aplicables al comercio electrónico**

La Administración Tributaria ha brindado varios criterios del tratamiento fiscal que hay que aplicar en varias transacciones originadas por el comercio electrónico, entre estas se encuentran dos impuestos, el impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas.

#### **4.3.1 Impuesto sobre la Renta**

##### **4.3.1.1 Impuesto sobre las utilidades**

*“El concepto de “fuente costarricense” se refiere a que el derecho a gravar una renta se genera cuando ha sido obtenida de una fuente situada dentro del territorio costarricense, o cuando la obtención de esa renta está estrechamente ligada a la estructura económica del país” (Dirección General de Tributación, Oficio 435-2017).*

*Así que el elemento clave para definir si estamos ante rentas o ingresos de fuente costarricense, está referido al lugar en donde se desarrollan las actividades que generan utilidades, que es precisamente lo que permite determinar la relación que pueda existir entre el acreedor del tributo y la fuente productora de los ingresos, de manera que si dicha fuente se ubica en el territorio nacional, la renta deberá entenderse como sujeta al impuesto en cuestión. (Dirección General de Tributación, Oficio 250-2017).*

Al contextualizar el tema del impuesto sobre las utilidades dentro del comercio electrónico, las empresas, aunque utilicen medios electrónicos para comercializar sus productos o servicios, prevaleciendo el principio de territorialidad, deben tributar por sus ingresos. Por ejemplo, actualmente, los cines disponen de la

facilidad de comprar las entradas mediante su página *web*, pero esto no significa que los ingresos percibidos por las entradas que venden por ese medio no son gravables, más bien todo lo que vendan (sea mediante su página *web* o en las boleterías) es gravado de la misma manera. También aplica para el caso de los eventos públicos como partidos de fútbol, conciertos, festivales; en los que no es relevante si la venta de las entradas es por medios electrónicos, esos ingresos de las empresas son gravables. Otro ejemplo claro es para una empresa que se dedique a la venta de ropa, que posea una tienda física y, además, su tienda digital, la cual se puede acceder mediante la página *web* y realizar compras, en el tanto las ventas que realice por las dos formas son gravadas dentro del impuesto sobre las utilidades.

Todo lo anterior ha expuesto que, independientemente de que se utilice el comercio electrónico para vender productos o servicios dentro del territorio nacional y que tenga una denotación lucrativa, sea persona física o jurídica, estará sujeto al impuesto sobre las utilidades, debido a que la norma grava las actividades lucrativas y los ingresos obtenidos como tal y no hace alguna diferenciación sobre el medio por el que se dio la venta.

#### ***4.3.1.2 Impuesto sobre las remesas al exterior***

Este impuesto grava toda la renta de fuente costarricense destinada al exterior, el cual está expresado en el artículo 52 de la Ley del Impuesto sobre la Renta. El hecho generador se va a dar cuando se realice el pago, acredite o de cualquier forma se ponga a disposición estas rentas de fuente costarricense a una persona domiciliada en el exterior, siguiendo el criterio que se indicó en el apartado anterior, sobre el principio de territorialidad.

Según el artículo 56 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta No. 7092:

*Son contribuyentes de este impuesto, las personas físicas o jurídicas domiciliadas en el exterior que perciban rentas o beneficios de fuente costarricense. Sin embargo, son responsables solidarios de las obligaciones establecidas en esta ley, incluso del pago del impuesto, las personas físicas o jurídicas domiciliadas en Costa Rica que efectúen la remesa o acrediten las rentas o beneficios gravados.*

A este impuesto también se le deben aplicar varias tarifas según corresponda la naturaleza de la transacción, el cual se puede encontrar en el artículo 59 de la Ley del Impuesto sobre la Renta No. 7092.

El impuesto sobre las remesas al exterior es uno de los más importantes y relevantes en el momento de integrar el tema del comercio electrónico, ya que muchas de las transacciones que se realizan por Internet están dirigidas a personas no domiciliadas.

El término de no domiciliado se refiere a personas físicas o jurídicas que no tienen obligación tributaria en Costa Rica, sino que son residentes tributarios en otro país y contratan o adquieren servicios o mercancías que son de fuente costarricense, por lo que son contribuyentes del citado impuesto a Remesas al Exterior.

A continuación, se analizarán los bienes tangibles, bienes intangibles (licencias, *software*), servicios profesionales y asesoramiento técnico que son los temas más relevantes sobre este impuesto en el momento que se introduce el comercio electrónico.

a) Bienes tangibles

Las compras que se realizan de bienes tangibles situados en el exterior para su consumo en el territorio costarricense no tienen afectación sobre este impuesto, esto se debe a que por ser un bien tangible el efecto no se da en el momento de la venta, sino en el momento en el que el bien ingresa al territorio nacional y entraría en el proceso establecido por la Dirección General de Aduanas.

*No procede el pago del impuesto de remesas al exterior cuando se pague o acrediten intereses, comisiones y otros gastos financieros pagados a proveedores del exterior por la importación de mercancías, de lo cual se deduce que el legislador quiso dejar constancia expresa de la no procedencia del gravamen sobre los pagos accesorios en la importación de mercancías a proveedores extranjeros, por lo que la adquisición de estas mercancías no se encuentran afectas al impuesto sobre las remesas al exterior (Dirección General Tributación, Oficio 1090-2013).*

b) Bienes intangibles

Como se definió anteriormente los bienes intangibles son los bienes o servicios que se pueden transmitir a través de la red, por lo que se analizará qué sucede en estos casos y cómo aplica el impuesto sobre las remesas al exterior, se detalla:

- Licencias de *software* electrónicas en línea

Según los siguientes criterios de la Dirección General de Tributación las licencias de *software* que se compran a no domiciliados sí están gravados con el impuesto sobre las remesas al exterior (con una tarifa del 25 %), esto se debe a que este impuesto grava todo beneficio de fuente costarricense destinado al exterior, en este caso las licencias cumplen con este principio y el hecho generador se va a dar cuando se realice el pago al exterior.

*Las licencias de uso de software estandarizados o no, están gravadas con el impuesto sobre las remesas al exterior y, por ende, el otorgamiento de licencias de software en línea que su representada realiza en representación de empresas localizadas en el exterior, sí se encuentra dentro de los supuestos del artículo 59 al señalarse en la parte que interesa: así como por los pagos relativos al uso de patentes, suministro de fórmulas, marcas de fábrica, privilegios, franquicias y regalías, se pagará una tarifa del veinticinco por ciento (25 %); es así que su representada al remesar al exterior retribuciones por el uso de licencias de software, debe retener el 25 % por concepto de impuesto sobre la renta, de conformidad con lo previsto en los artículos 52 y siguientes del Título IV de la LISR vigente (Dirección General de Tributación, Oficio 391-2014).*

Además, es la persona física o jurídica que realiza el pago al exterior quien tiene el deber de retener y pagar el impuesto a la Administración Tributaria.

*El inciso d) del artículo 23 citado, se refiere a la obligación del pagador de efectuar la retención, en el caso de remesas o créditos a favor de beneficiarios domiciliados en el exterior y el artículo 57 de la misma Ley señala que los contribuyentes de este impuesto son subrogados en el*

*cumplimiento de todas las obligaciones que establece esta Ley, por las personas domiciliadas en el país que efectúen los pagos o créditos correspondientes, es decir, que el hecho de ser un ente privado no lo exime de realizar retenciones cuando corresponde (Dirección General de Tributación, Oficio 988-2012).*

- Servicios de soporte en línea

Para los servicios de soporte en línea la Dirección General de Tributación ha generado un criterio sobre qué constituye renta de fuente costarricense y lo que importa es el lugar en el que se realiza la prestación del servicio. Por lo que, estaría sujeta al impuesto de remesas al exterior con una retención del 15 %.

*Esta Dirección ha mantenido un criterio uniforme en cuando al tema del comercio electrónico, específicamente, respecto a la prestación de servicios a través de plataformas como Internet, es decir, los servicios prestados en línea, considerando que la norma legal citada es comprensiva de aquellos servicios objeto del comercio electrónico, en tanto los mismos, si bien se brindan desde el exterior, son prestados a los clientes en el territorio de Costa Rica, a través de una red de comunicación. Se ha interpretado que el servicio es prestado a quién lo requiere, en su lugar de domicilio físico, independientemente del lugar donde se ubique el prestador del servicio. Así, el servicio de soporte a los sistemas de informática de los equipos de su representada, si bien se puede dar mediante acceso remoto y desde un país fuera de Costa Rica, lo determinante es lugar de la realización de la prestación del servicio, que para el caso consultado es en Costa Rica, que es efectivamente lugar en donde se dará el soporte para la implementación y uso del software ubicado en los equipos, por lo que se consideran rentas de fuente*

*costarricense gravadas con un 15 % de conformidad con el artículo 59 de cita (Dirección General de Tributación, Oficio 240-2012)*

- Suscripciones en línea

Las suscripciones en línea también se consideran como renta de fuente costarricense, por lo que, la retención del 25 % debería aplicarse a todos los pagos que se realizan por este concepto.

*Esta Dependencia considera que los servicios on line que brindan las empresas nacionales apoyadas en medios accesorios -electrónicos- para la prestación del servicio de venta de suscripciones en línea en representación de empresas localizadas en el exterior, son, finalmente, servicios gestionados en territorio costarricense, a pesar de que se pueden efectuar por los mismos medios electrónicos. Entonces, la intención de nuestros legisladores fue también gravar con el impuesto de remesas al exterior, los servicios que brindan desde el exterior los no domiciliados. Por lo expuesto, respecto del servicio de suscripciones en línea o brindados a través de medios electrónicos con el objeto de tener derecho a las actualizaciones de los programas, esta Dirección considera que los pagos efectuados a empresas extranjeras por este concepto, genera la obligación de practicar la retención y que en concordancia con la consultante, la tarifa que se debe aplicar, de conformidad con lo establecido en el penúltimo párrafo del artículo 59 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, es de un veinticinco por ciento (25 %) (Dirección General de Tributación, Oficio 391-2014).*

- Garantías extendidas

Las garantías extendidas también se consideran como fuente costarricense por lo que se debería aplicar el artículo 59 inciso d), de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, que indica una tarifa del 5,5 %.

- Servicios de respaldo de datos

El servicio de respaldo de datos ha tenido un auge en los últimos años porque permiten guardar información en servidores sin necesidad de ser propietario y se puede contar con la información al tiempo real. En este caso se ha dicho que los pagos realizados son de fuente extraterritorial y que no es necesario realizar la retención.

*Esta Dirección comparte el criterio externado por su representada, en el sentido de que los pagos realizados a la empresa por este servicio son de fuente extraterritorial. Ya que si bien, la información objeto de respaldo se encuentra ubicada en Costa Rica, el servicio de respaldo de los datos se desarrollaría en su totalidad en el exterior mediante un servidor de respaldo conectado vía modem al servidor del usuario, por lo que no se consideran rentas de fuente costarricense y no se encuentran sujetos a retención alguna (Dirección General de Tributación, Oficio 240-2012).*

c) Servicios profesionales

El Tribunal Fiscal Administrativo en el fallo 406 del año 2014 se refirió a los servicios profesionales como: “el ejercicio de actividades por parte de un tercero a

favor del residente tributario, sin que, por este ligamen, las conductas supongan acciones sugeridas o propuestas al domiciliado”.

*El servicio profesional, en cambio, se efectúa mediante un contrato donde una de las partes se obliga, apoyada en los conocimientos usuales de su profesión, a hacer ella misma una obra para la otra parte; en la prestación de servicios profesionales, la actividad desarrollada debe estar directamente vinculada con la profesión de la persona física o jurídica que ejecuta el servicio y debe realizarse dentro del marco de un contrato de prestación de servicios, donde una de las partes se obliga, apoyada en los conocimientos usuales de su profesión, a realizar ella misma una actividad para la otra parte. En estos casos, no fluye una comunicación de conocimientos especializados y experiencias particulares de índole técnico, financiero o administrativo del que brinda el servicio profesional hacia el que lo contrata (Dirección General de Tributación, Oficio 1407-2017).*

Es necesario primero comprender que para que aplique el impuesto sobre las remesas al exterior tienen que ser de renta de fuente costarricense, siempre bajo el principio de territorialidad y tomando en cuenta la vinculación con la estructura económica costarricense.

*De esta forma, tanto el Tribunal Fiscal Administrativo como esta Dirección General, han tratado de establecer los alcances del criterio de territorialidad de conformidad con nuestra legislación tributaria, en el sentido de que el mismo va más allá de la simple referencia geográfica, ya que se considera que abarca aquella actividad económica que se encuentra vinculada con la estructura económica costarricense (Dirección General de Tributación, Oficio 848-2016).*

Es fundamental resaltar que el análisis que se tiene que efectuar cuando se dé el servicio profesional, sea o no por medios electrónicos, es saber el origen de esos servicios profesionales y dónde se llevarán a cabo. Partiendo del caso de que son servicios profesionales que se prestarán en Costa Rica, sí aplica la retención del 15 %, pero a la actividad que se da 100 % en el exterior no es necesario aplicarle ningún tipo de retención.

Un ejemplo de cuando sí debería de gravarse el servicio profesional con el impuesto sobre la remesa al exterior:

*El contribuyente consultó sobre la obligación de efectuar la retención del Impuesto sobre las Remesas al Exterior por los pagos efectuados por los servicios técnicos en línea y de programación y esta Dirección resolvió que dichos servicios se encontraban sujetos al pago del impuesto, porque si bien el servicio se dio mediante acceso remoto y desde un país fuera de Costa Rica, lo determinante es lugar de la realización de la prestación del servicio, que para el caso consultado, es en Costa Rica, que es efectivamente lugar en donde se dio el soporte al software ubicado en las máquinas mediante un enlace de red (Dirección General de Tributación, Oficio 940-2011).*

Un ejemplo de cuando no debería de gravarse el servicio profesional con el impuesto sobre la remesa al exterior:

*No correspondía gravar con remesas al exterior la actividad de promoción y mercadeo, estudios propios de mercadeo, diseño publicitario, etc. servicios asociados necesarios para la publicidad de un proyecto, por lo que estos servicios se efectuarían fuera del territorio nacional con el fin de*

*atraer, identificar y contactar clientes potenciales fuera de Costa Rica. Como se desprende la actividad se dio enteramente en el exterior y para clientes en el extranjero (Dirección General de Tributación, Oficio 198-09).*

d) Asesoramiento técnico

La definición de asesoramiento técnico se encuentra en el artículo 12 inciso j) del Reglamento a LISR:

*Se entiende como asesoramiento técnico o financiero, todo dictamen, consejo o recomendación especializado, prestado por escrito y resultante del estudio pormenorizado de los hechos o datos disponibles, de una situación o problema planteado, para orientar la acción o proceder en un sentido determinado.*

*En la figura del asesoramiento (que grava la norma dicha) el objeto del vínculo comercial es la puesta a disposición de parte de un tercero a favor del domiciliado, de información especializada o de cualquier índole, mediante un criterio, dictamen, recomendación, propuesta o figuras similares, de suerte que mediante el aporte de esa experticia, información, insumos o conocimientos, el residente pueda o deba adoptar un determinado marco de acción que ese mismo agente económico adoptará (Tribunal Fiscal Administrativo, Fallo 406-2014).*

El asesoramiento técnico se determina por la utilización dentro del territorio nacional aun cuando este se preste en el exterior, caso que no se puede hacer con los servicios profesionales.

*El servicio profesional generará el impuesto sobre remesas al exterior cuando sea prestado dentro del territorio de la República, mientras que el*

*asesoramiento técnico o financiero lo generará, aunque sea prestado desde el exterior a un domiciliado (Dirección General de Tributación, Oficio 755-08).*

Siempre es de importancia aclarar que independientemente del medio por el que se realice el asesoramiento técnico, sea por una carta, correo electrónico, plataformas virtuales, almacenamientos en la nube; mientras que cumplan con la definición de asesoramiento técnico se le tiene que realizar la retención del 25 % según está estipulada su tarifa en el artículo 59 inciso j).

### 4.3.2 Impuesto General sobre las Ventas

Como se definió anteriormente, las mercancías son todas las materias, productos, artículos, manufacturas y en general, los bienes muebles producidos o adquiridos para su comercialización. En esta definición no se distingue si se realiza por algún medio electrónico o no.

*Esto quiere decir que el hecho generador no incluye la venta de bienes en general, sino únicamente aquellos que pueden ser considerados como “mercancías”. Este concepto no se relaciona con características intrínsecas del bien, sino con el destino que se le dé, es decir, aquellos bienes que se destinen al tráfico mercantil, se convierten en mercancías (Dirección General de Tributación, Oficio 391-2014).*

A partir de aquí se empieza a interpretar en qué momento están gravadas o no las mercancías. Los productos físicos que se compran por medio de Internet están gravados. Si la compañía se encuentra dentro del territorio nacional son los encargados de aplicar este impuesto, en el caso que sean compañías fuera del territorio nacional al momento de la importación de la mercancía se le aplica el impuesto, por lo que, no habría mayor inconveniente.

En la actualidad, se ha evolucionado de manera que ya no es necesario adquirir el producto físicamente, pues se puede descargar de Internet. Por ejemplo, antes para escuchar nuestras canciones favoritas se tenía que comprar el disco y ahí se cancelaba el impuesto general sobre las ventas, pero, actualmente, sin necesidad de ir a algún establecimiento físico se pueden adquirir las canciones mediante plataformas como, iTunes, Amazon, Sony, páginas web de las disqueras, entre otras. Pero para estos últimos no se paga impuesto general sobre las ventas.

Para el caso de los servicios *streaming* que en la actualidad son muy populares y es muy común que las familias los tengan como Netflix, Spotify, Hulu, HBO Now, PlayStation, Sling Tv, YouTube TV, tampoco se paga el impuesto general sobre las ventas.

Los casos anteriores no se encuentran gravados porque este impuesto solo grava lo que está expresado en la LGSV, que son las mercancías y la prestación de servicios enlistados. Esto podría cambiar en el momento que se apruebe la reforma del impuesto al valor agregado (IVA), debido a que en principio gravaría toda prestación de servicio y venta de bienes realizados en el territorio nacional, sin importar el medio por el cual se ofrezcan.

En caso de las licencias para computadoras que se adquieren *online*, ya la Administración Tributaria ha dejado claro que estas no están gravadas debido a que se toma que es un servicio por el derecho de uso. Pero si la licencia se vende por medio de un CD, sí cumple con las características de una mercancía, por lo que en esos casos sí se gravaría con el impuesto.

*En relación con la licencia, esta constituye una autorización o permiso concedido por el autor para utilizar su obra de una forma convenida, dentro de ciertos límites y derechos respecto a su uso, es decir, la licencia se paga por utilizar un servicio, en donde los usuarios de ese servicio pagan una licencia para utilizar un determinado programa de cómputo, sea estandarizado o realizado conforme a los requerimientos del consumidor. En síntesis, el servicio que se está prestando (el derecho de utilizar el programa de cómputo), no se considera como un servicio gravado con el impuesto sobre las ventas, ya que no está expresamente enunciado en el artículo de referencia y, por ende, no se perfecciona el*

*hecho generador del impuesto sobre las ventas (Dirección General de Tributación, Oficio 391-2014).*

Una vez aplicado el Impuesto General sobre las Ventas, se debe resaltar que en la normativa vigente este impuesto en cuanto a los criterios de acreditación y de deducción, se basa en un criterio de deducción física y no de deducción financiera.

*La deducción física se refiere a que se puede deducir el tributo pagado solo sobre aquellos bienes físicamente incorporados al producto sujeto, mientras que la financiera permite deducir servicios y otros bienes que se utilizaron en el proceso de producción (Leitón, 2013, párr. 6).*

Es relevante señalar que, en el proyecto de Ley del Impuesto sobre el Valor Agregado que se encuentra en proceso en la Asamblea Legislativa, este tipo de criterio cambiaría y se pasaría del actual al de la deducción financiera.

*Se pasa de un criterio de deducción de créditos bastante limitado a otro de deducción financiera plena en el cual quien cobra el impuesto, deduce el IVA que pagó a sus proveedores y estos al mismo tiempo deducen el IVA que pagaron y así sucesivamente en toda la cadena productiva, con lo cual se garantiza que el impuesto recaea verdaderamente en el valor agregado en cada etapa productiva y dota a la estructura del impuesto de una deducción financiera plena que promueve la mejora en la competitividad de los productos locales, al evitar que impuestos se carguen al costo de producción, como ocurre en la actualidad y mejora el control del impuesto, toda vez que quien vende debe asegurarse de demostrar lo que le pagó a sus proveedores (Proyecto de Ley del impuesto sobre el valor agregado, 2015, p. 10).*

#### **4.4 Evaluación del tratamiento fiscal sobre las transacciones que realiza la empresa Magic dentro del comercio electrónico**

Se llevó a cabo una revisión sobre las principales transacciones que la empresa realiza en el área del comercio electrónico y la sujeción al impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, de las cuales se identificaron los siguientes hallazgos:

##### **Hallazgo n.º1 Necesidad de emitir facturas que estén acordes con la Ley del Impuesto sobre la Renta n.º7092**

Condición: se solicitó a la administradora que nos enseñara el proceso como se realiza una venta mediante la página *web*, en el cual se pudo identificar que cuando se concreta una compra el sistema solo emite un comprobante de pago y no la factura de venta.

En las ventas que realiza a través de la red social Facebook, la mayoría de las ventas se concretan por depósito bancario, por lo que ella no emite ninguna factura, sino que le basta con recibir los comprobantes del depósito bancario por sus clientes. Al momento de la entrega del producto se vuelve a adjuntar el comprobante de pago.

Criterio: al concretar estas ventas, es una obligación de los contribuyentes emitir las respectivas facturas, como lo indican tanto en la Ley del Impuesto sobre la Renta, así como en la Ley del Impuesto General sobre las ventas. Esta última se establece en el artículo 8: “En todos los casos, los contribuyentes y los declarantes están obligados a extender facturas o documentos equivalentes, debidamente autorizados por la Administración Tributaria, en las ventas de mercancías o por los servicios prestados”.

Por lo tanto, para efectos de las operaciones de la empresa sí debe emitir facturas y cumplir los requisitos mínimos que menciona el artículo 9 del Reglamento a la Ley del Impuesto sobre la Renta, por ejemplo: nombre completo del propietario o razón social, numeración consecutiva, fecha de emisión, condiciones de la venta, nombre completo del comprador, detalle de la mercancía transferencia, precio neto de venta (sin impuestos), monto de los impuestos equivalentes y valor total de la factura.

Emitir comprobante de pago no causa ningún problema siempre y cuando esté respaldado por una factura. Así lo menciona el artículo 11 del Reglamento a la Ley del Impuesto sobre la Renta: “no se deberá solicitar la autorización para los recibos de dinero cuando estén respaldados por facturas o comprobantes de ingresos debidamente autorizados”.

Causa: la administradora indica que no tenía conocimiento de que un comprobante de pago es diferente a una factura. Además, ningún cliente le ha reclamado por la factura.

Efecto: el no emitir ni entregar facturas a los clientes la hace merecedora de una infracción administrativa la cual se encuentra estipulada en el artículo 85 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios n.º 4755, se detalla:

*Artículo 85 - Se sancionará con una multa equivalente a dos salarios base, a los sujetos pasivos y declarantes que no emitan las facturas ni los comprobantes debidamente autorizados por la Administración Tributaria o no los entreguen al cliente en el acto de compra, venta o prestación del servicio, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 92.*

## **Hallazgo n.º2 Presentación correcta de los ingresos provenientes de montos depositados de más por parte de los clientes**

Condición: en la lectura del estado de resultado integral de la empresa con corte a junio 2018, llama la atención que se incluye una línea de *ingresos no gravables* por un monto de ¢586,325, por lo que se realizó una indagatoria con la administradora, quien indicó que se debe a que los clientes a los que se les vende por Facebook en situaciones ocasionales depositan más de lo que se estableció como precio de venta. Además, menciona que para la declaración del impuesto sobre la renta del periodo 2017 se presentó como un ingreso no gravable por un monto de ¢625,430.

Criterio: de conformidad con el artículo 5 de la Ley del Impuesto sobre la Renta define lo que es renta bruta y que es lo que forma parte de esta:

*Artículo 5- La renta bruta es el conjunto de los ingresos o beneficios percibidos en el periodo del impuesto por el sujeto pasivo, en virtud de las actividades a que se refiere el párrafo tercero del artículo 1º.*

*También forma parte de la renta bruta cualquier incremento del patrimonio que no tenga su justificación en ingresos debidamente registrados y declarados, a partir del periodo fiscal siguiente a la vigencia de esta ley.*

*Para estos fines, el contribuyente está obligado a demostrar el origen de tal incremento y, además, que ha tributado de conformidad con las disposiciones legales aplicables al caso o que está exento por ley; de lo contrario, dicho incremento del patrimonio se computará como renta bruta, en el momento que la Administración Tributaria lo determine y afectará el periodo que corresponda, dentro del plazo de prescripción que establece el Código de Normas y Procedimientos Tributarios.*

Debido a lo anterior, puede observarse que los depósitos recibidos de más forman parte de la renta bruta, por lo tanto, se deben considerar estos ingresos como gravables.

Causa: la administradora tiene entendido que por ser un dinero sobrante de una venta que se dio no debe ser gravada. Además, en lo que lleva con el negocio ningún cliente le ha solicitado la devolución del dinero. Tampoco el contador, quien es el encargado de prepararle los estados financieros, las declaraciones de renta y de ventas, nunca le ha corregido sobre este tema.

Efecto: presentar los montos depositados de más como un ingreso no gravable en la declaración del impuesto sobre la renta los estaría llevando a preparar una declaración incorrecta, incidiendo en que la empresa pague menos impuesto del que debería.

### **Hallazgo n.º3 Importancia del tratamiento fiscal adecuado sobre las promociones o regalías**

Condición: la empresa tiene como costumbre realizar sorteos de productos mediante la red social Facebook, esto con el objetivo de tener más seguidores y más alcance en el territorio nacional. Por lo que se le consultó al contador sobre el tratamiento que le daban a dicha transacción, el cual explicó que se registra como un gasto deducible el 100 % del monto establecido como precio de venta. Además, que no retienen el 13 % del impuesto sobre las ventas sobre dicho artículo.

Criterio: el artículo 3 inciso a) del Reglamento de la Ley de Impuesto General sobre las Ventas menciona en el momento que se da el hecho generador sobre este impuesto:

*Artículo 3- Inciso a) -La transferencia de dominio de mercancías nuevas o usadas, a título oneroso o gratuito, así como el arrendamiento con opción de compra, la permuta y, en general, cualquier otra forma jurídica que se adopte con la finalidad última de transferir el dominio de mercancías; todo esto con independencia de las condiciones de pago pactadas por las partes contratantes. La obligación queda perfeccionada en la fecha de facturación o entrega de las mercancías, el acto que se realice primero.*

Asimismo, la Dirección General de Tributación emitió la resolución DGT-R-029-2018 en la que menciona al tratamiento adecuado que hay que realizar sobre las promociones o regalías en inventarios dispuestos para la venta:

*La base imponible para efectos del Impuesto General sobre las Ventas para las promociones, cuando se venden artículos en la modalidad de dos por uno o docenas comerciales (13 artículos por el precio de 12) u otra modalidad similar, es la sumatoria del precio de venta de cada uno de los*

*artículos, aun cuando las transmisiones se realicen en forma parcialmente gratuita; o cuando su pago sea total o parcial en especie. El precio de venta se debe interpretar como aquel precio de venta normal, estándar o corriente, con el que se vendería esa mercancía por unidad, independientemente de las promociones. Por lo tanto, el sujeto pasivo debe cobrar al cliente el impuesto de ventas sobre la base del precio de venta, cuando se transfiera el dominio de las mercancías a título oneroso o gratuito, procedimiento que deberá constar en la factura respectiva.*

Según lo anterior, el tratamiento correcto para este tipo de transacción es retener el impuesto sobre las ventas como se haría normalmente en una transacción de venta normal y respaldada por una factura, lo que conllevaría a registrarlo como ingreso.

Causa: el contador indicó que es un gasto deducible porque el objetivo no es la venta del producto, puesto que la empresa asume el costo total, esto con el fin de generar más ingresos en el futuro. Por lo tanto, tampoco es necesario retener el impuesto sobre las ventas.

Efecto: la empresa estaría presentando de una manera inexacta la declaración del impuesto sobre las ventas y la declaración del impuesto sobre la renta, debido a que no lo registra como un ingreso y tampoco retiene el impuesto sobre las ventas (lo que conllevaría a presentar un débito fiscal incorrecto).

**Hallazgo n.º4 Conveniencia de incluir el impuesto general sobre las ventas al precio de venta**

Condición: a pesar de que la empresa presenta cada mes la declaración del impuesto sobre las ventas, se presenta una duda respecto a la conformación del precio de venta de los productos. Como se tiene conocimiento de que no realizan facturas segregando el monto del impuesto general sobre las ventas, se desconoce si realmente lo consideran en el momento de establecer los precios de la mercancía, por lo que se le solicitó a la administradora segregarse el precio de un producto. Véase detalle de la segregación:

*Cuadro 1 Segregación del precio de venta*

<b>Reloj Marca Michael Kors</b>	
Precio de venta	₪ 50,000
Costo del producto	33,000
Margen de ganancia	17,000
<b>Total</b>	<b>₪ 50,000</b>

Fuente: Datos proporcionados por la empresa Magic

Según la información anterior la empresa no toma en cuenta el impuesto general sobre las ventas para el precio final de la mercancía. Por lo que indirectamente son ellos mismos quienes lo están asumiendo.

Criterio: el artículo 1 de la Ley de Impuesto General sobre las Ventas menciona lo siguiente: “se establece un impuesto sobre el valor agregado en la venta de mercancías y en la prestación de los servicios”.

*El artículo 14 de la misma ley indica:*

*El impuesto que debe pagarse al Fisco se determina por la diferencia entre el débito y el crédito fiscales que estén debidamente respaldados por comprobantes y registrados en la contabilidad de los contribuyentes.*

*El débito fiscal se determina aplicando la tarifa de impuesto a que se refiere el artículo 10 de esta ley al total de ventas gravadas del mes correspondiente.*

*El crédito fiscal se establece sumando el impuesto realmente pagado por el contribuyente sobre las compras, importaciones o internaciones que realice durante el mes correspondiente.*

Según los dos artículos anteriores, el impuesto general sobre las ventas es un impuesto que se traslada al consumidor final, esto quiere decir que la empresa lo paga en el momento de las compras (crédito fiscal) y lo retiene en el momento que realiza las ventas (débito fiscal). El impuesto a pagar se va a dar por la diferencia entre el débito y el crédito fiscal, por lo que la empresa nunca asume este impuesto.

Causa: la administradora indicó que solo le calcula un margen de ganancia de aproximadamente 35 % al costo del producto, está consciente de que el costo de los envíos los asume la empresa. Además, aclaró que la declaración de este impuesto lo realiza correctamente porque considera el precio final de venta.

Efecto: la empresa, al no trasladar el impuesto general sobre las ventas al consumidor final lo está asumiendo de su flujo de efectivo, algo que no es normal en las operaciones de una empresa.

### **Hallazgo n.º5 Importancia del tratamiento fiscal adecuado para la modalidad de las ventas por apartado**

Condición: la empresa ofrece una opción de apartado de la mercancía a no más de tres meses y el cliente, al cumplir los tres pagos, se le entrega el producto. Se consultó sobre el tratamiento del impuesto general sobre las ventas y el contador indicó que lo reconocen hasta el tercer mes, que corresponde al último pago de la compra.

Criterio: el artículo 3 inciso d) de la Ley de Impuesto General sobre las Ventas es muy claro en indicar que el hecho generado se materializa en el momento en que la mercadería queda apartada.

Causa: el contador indicó que el impuesto general sobre las ventas solamente se debe retener cuando el cliente ya canceló todos los pagos.

Efecto: seguir con este tratamiento inadecuado ocasiona que se declaren dos meses tarde el débito fiscal, por lo que la declaración del impuesto general sobre las ventas estaría incorrecta. Esto también implicaría estar sujeta a sanciones.

### **Hallazgo n.º6 Importancia de la aplicación correcta de los créditos fiscales en la declaración del impuesto general sobre las ventas**

Condición: la empresa compró dos computadoras portátiles en el mes de febrero 2018 para uso administrativo. Utilizaron el impuesto de ventas pagado para aplicarlo como un crédito fiscal en la declaración del impuesto general sobre las ventas del mes de febrero 2018.

Criterio: el artículo 14 párrafo tercero de la Ley de Impuesto General indica lo siguiente sobre las Ventas:

*El crédito fiscal se establece sumando el impuesto realmente pagado por el contribuyente sobre las compras, importaciones o internaciones que realice durante el mes correspondiente; así como el impuesto pagado por la adquisición de materias primas; insumos, envases, materiales de empaque incluyendo sus materias primas, envasado, embalaje y etiquetaje; maquinaria, equipo y sus partes y repuestos; energía eléctrica y otras mercancías que se utilicen dentro del proceso de producción, comercialización y distribución de los bienes que el contribuyente destine a la venta, sean gravados o exentos o que se destinen a la exportación; en actividades comerciales, agrarias e industriales, principales y conexas; por concepto de primas de seguro que protegen bienes, maquinaria e insumos y sobre equipo y materiales utilizados en las labores de tratamiento de desechos y control de calidad de sus productos.*

Según el artículo anterior y al aplicarlo al giro del negocio de la empresa, el crédito fiscal solo se puede aplicar si el impuesto sobre las ventas se pagó en el momento de la compra o importación del inventario.

Causa: el contador indicó que el impuesto pagado por las computadoras se puede aplicar como un crédito fiscal porque es una herramienta que utiliza la empresa para generar ingresos.

Efecto: el problema de reconocer impuestos sobre la venta pagados sobre artículos que no corresponden a las compras de inventario, provoca que el crédito fiscal que se presenta en la declaración del impuesto general sobre las ventas sea incorrecto, por lo tanto, se está transfiriendo al Estado menos de lo que le corresponde.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES**

En el presente capítulo se exponen las conclusiones que se derivan del proyecto de investigación.

5.1 El comercio electrónico se puede definir como toda venta de servicios o de bienes que se realiza mediante medios electrónicos a través de Internet. En Costa Rica, aunque no es un tema nuevo para la sociedad, sí es un tema que ha tomado mucho auge, por lo tanto, las empresas lo han empezado a implantar en sus estrategias comerciales para obtener mayores beneficios económicos.

5.2 Los elementos esenciales que participan dentro del comercio electrónico son: los medios de venta, los sujetos que interactúan, el tipo de bien que se va a comercializar, el tipo de canal para la distribución y los medios de pago disponibles.

5.3 En Costa Rica no hay ninguna divulgación específica por parte del gobierno o de la Administración Tributaria que abarque en general cómo se debería tratar el comercio electrónico, sin embargo, la ley tributaria vigente que se analizó, indica que la analogía es un procedimiento admisible para llenar los vacíos legales, por esto, aunque no esté expresamente regulado en esta se pueden interpretar las transacciones, ya que no dependen de la forma en la que se realizó sino de su naturaleza y por esta razón es aplicable la normativa tributaria, resultando lo que se realiza dentro del comercio electrónico como ventas gravadas.

5.4 Una empresa costarricense que realice su actividad económica por medio del comercio electrónico tiene las mismas obligaciones tributarias que cualquier empresa del comercio tradicional.

5.5 El marco jurídico tributario es aplicable a las transacciones realizadas por medios electrónicos, ya que en concreto la Ley del Impuesto sobre la Renta grava las utilidades percibidas, sin importar el medio por el que se obtengan y la Ley del

Impuesto General sobre las Ventas grava las ventas de mercancías y servicios indicado en la lista del artículo 1 de esta Ley, sin que se establezca alguna excepción en el caso de que se vendan o presten por medios electrónicos.

5.6 Las empresas que realicen actividades lucrativas en Costa Rica, sea por el medio tradicional o medio electrónico, tienen la obligación de cumplir con los deberes formales y materiales que le correspondan. Entre los deberes formales está llevar los libros, los archivos, los registros contables al día, presentar las declaraciones que correspondan, para este caso le correspondería la declaración autodeterminativa anual D-101 (Declaración del impuesto sobre la renta) y la D-104, la cual es autodeterminativa y se presenta de manera mensual (Declaración del impuesto general sobre las ventas), comunicar a la administración el domicilio fiscal, entre otros. Entre los deberes materiales determinar la cuantía del tributo y realizar el pago correspondiente, así como pagar los anticipos de renta si aplica.

5.7 La Ley del Impuesto sobre la Renta tiene 5 tipos cedulares, los cuales no se deben diferenciar por el medio por el cual se realicen, es decir, el comercio electrónico o el tradicional, sino se debe analizar si su naturaleza cumple con el objeto con el que se creó la ley para determinar si debe aplicar el impuesto de esta ley.

5.8 La Administración Tributaria de Costa Rica ha interpretado mediante oficios el tratamiento fiscal correcto que se le debe dar a ciertas transacciones del comercio electrónico, como a licencias de *software*, servicios de soporte, suscripciones en línea, garantías extendidas, servicios de respaldo de datos, servicios profesionales y asesoramiento técnico, lo que sirve como guía para una aplicación adecuada en las empresas que operan dentro del comercio electrónico.

5.9 Con respecto al impuesto sobre las utilidades, la Administración Tributaria determinó que independientemente de que se utilice el comercio electrónico para vender sus productos o servicios dentro del territorio nacional va a estar sujeta a este impuesto, ya que la norma no hace alguna diferenciación sobre el medio por el cual se dio la venta, sino que grava los ingresos como tales, basados en el principio de territorialidad extendida.

5.10 Según los oficios de la Administración Tributaria con respecto a la Ley del impuesto General sobre las Ventas se debe considerar que según el tipo de bien, sea físico o digital, puede variar el criterio para un caso en concreto y si está gravado o no, esto se debe a que en algunos casos en el momento en el que se adquiere digitalmente se transforma en un servicio y el artículo 1 de la LGSV solo grava la prestación de servicios que están expresamente en el listado. Como, por ejemplo, las licencias para las computadoras si se adquieren *online* no están gravadas porque se toma que es un servicio por derecho de uso, pero si se adquieren las licencias por medio de un disco compacto, cumple con las características de una mercancía por lo que sí se grava con este impuesto.

5.11 Toda empresa que se dedique al comercio electrónico en Costa Rica, en el tanto que el servicio o mercadería se encuentre dentro del principio de territorialidad, se encuentra obligada a emitir comprobantes de ingresos debidamente autorizados, es decir, facturas. La compañía analizada, no está emitiendo facturas a sus clientes y entregar un comprobante de pago no los exime de la responsabilidad de cumplir con esta obligación.

5.12 Los ingresos obtenidos por montos depositados de más por parte de los clientes, de acuerdo con el artículo 5 de la LISR, debe considerarse como un ingreso gravable. En la empresa analizada, desde el periodo 2017 se está aplicando un tratamiento fiscal inadecuado con respecto a estos montos y es un error

presentarlos como un ingreso no gravable. Lo que ocasiona que la declaración del impuesto sobre la renta sea inexacta y, por lo tanto, tiene como resultado pagar menos impuestos.

5.13 En caso de que se realicen promociones o regalías, las empresas deben realizar la respectiva factura aun cuando las mercancías se entreguen por dichos motivos, ya que en la empresa analizada se está aplicando un procedimiento incorrecto a las promociones o regalías que se llevan a cabo mediante la red social Facebook, ya que no facturan la salida del inventario, ni tampoco retienen el 13 % del impuesto sobre las ventas. Sin embargo, al tener una salida del inventario lo correcto es registrarlo y realizar la respectiva retención.

5.14 Es importante indicar que para la determinación de los precios de venta tanto de servicios como de mercancías gravadas, sean o no ofrecidas por medios electrónicos, se debe tomar en cuenta el respectivo impuesto general sobre las ventas, ya que en el caso de que no se incluya en el precio final, el contribuyente asume este costo y no proyecta un margen real de ganancia, ya que en la Compañía analizada para la determinación del precio de venta no consideran el impuesto general sobre las ventas, lo que implica que, en lugar de trasladarlo al consumidor final lo asumen de su flujo de efectivo.

5.15 En el caso de que se realicen ventas por medio de apartados, debe aplicarse lo establecido en la LGSV, en el tanto el hecho generador se cumple en el momento de realizar el hecho generador y no en el momento de realizar el pago final, en la compañía analizada, en las ventas mediante la modalidad de apartado, la empresa está interpretando de una manera errónea el momento en el que ocurre el hecho generador del impuesto general sobre las ventas. Esto ocasiona que el débito fiscal lo presente en la declaración de dicho impuesto dos meses después de ocurrido el hecho generador. Lo que genera que esta declaración esté incorrecta.

5.16 En cuanto a la acreditación de gastos del impuesto general sobre las ventas, en la normativa vigente se sigue el principio de deducción física, es decir, que únicamente podrá acreditarse lo que se puede materializar e incluir dentro de lo vendido y gravado por el contribuyente, en el tanto, en la compañía analizada se está usando el principio de deducción financiera en el momento de calcular el crédito fiscal en la declaración del impuesto general sobre las ventas, tratamiento fiscal que es incorrecto porque la ley de dicho impuesto indica que solo se puede aplicar como crédito fiscal aquellos tributos que paga el contribuyente en el momento de la compra o importación de inventario. Esto provoca que se declaren menos impuesto.

5.17 En el caso de la presentación de las declaraciones inexactas o incorrectas, la empresa se puede hacer merecedora de una sanción administrativa, según la aplicación del artículo 81 inciso b) del Código de Normas y Procedimientos Tributarios n.º 4755, se detalla:

*Artículo 81- inciso b)- Presentar declaraciones autoliquidaciones inexactas. Esta infracción se configura cuando los sujetos pasivos dejen de ingresar, dentro de los plazos legalmente establecidos, las cuotas tributarias que correspondan, por medio de la presentación de declaraciones autoliquidaciones inexactas. Para estos fines, se entenderá por inexactitud:*

*i. El empleo de datos falsos, incompletos o inexactos, de los cuales se derive un menor impuesto o un saldo menor por pagar o un mayor saldo a favor del contribuyente o responsable.*

*ii. Las diferencias aritméticas que contengan las declaraciones presentadas por los sujetos pasivos. Estas diferencias se presentan cuando al efectuar cualquier operación aritmética resulte un valor*

*equivocado o se apliquen tarifas distintas de las fijadas legalmente que impliquen, en uno u otro caso, valores de impuestos menores o saldos a favor superiores a los que debían corresponder.*

5.18 Al desarrollar el negocio en medios electrónicos, en un medio tan cambiante que enfrenta riesgos importantes por el requerimiento tecnológico, de tiempo y constante interacción, se debe estar actualizado, tanto en plataformas para ofrecer los productos como en la atención al cliente.

5.19 Gestionar el negocio por medios digitales implica un reto en el conocimiento de las regulaciones aplicables que están en constante cambio, no únicamente en cuanto al ámbito tributario, sino que se actualizan en otros sentidos y aspectos, como derechos de protección al consumidor, regulaciones al respecto, respaldos y garantías de productos, normativa sobre estafas electrónicas.

5.20 Se puede determinar que por las condiciones propias en las que se realiza el comercio electrónico hay comerciantes que no se inscriben ante la Administración Tributaria, ya que ofrecen las mercancías por medios electrónicos y los compradores los adquieren, en el tanto no emiten facturas y tratan solo de recibir los pagos por efectivo, lo que lo convierte en un comercio informal. A pesar de que es obligatorio registrarse ante Tributación, no lo hacen hasta que les resulta necesario, sea por una venta grande en la que les exigen entregar factura o bien, para realizar trámites bancarios en los que les solicitan la constancia de inscripción ante la Administración Tributaria.

**CAPÍTULO VI**  
**RECOMENDACIONES**

A partir de los resultados y el análisis de los datos, se brindarán recomendaciones a la administración de la empresa Magic, a los futuros emprendedores en el comercio electrónico y a los profesionales que brindan servicios en el área contable y fiscal referentes al comercio electrónico.

- Recomendaciones a la administración de la empresa Magic

6.1 Capacitarse en temas fiscales relacionados con el impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas, para que pueda tener un mayor criterio que le facilite tener un control más eficaz y no depender de un tercero para tomar decisiones.

6.2 Emitir facturas según lo estipulado en la Ley del Impuesto sobre la Renta, asimismo, debe considerar las resoluciones No. DGT-R-56-2016 y DGT-R-012-2018, en las que se establece la obligatoriedad general para uso de los comprobantes electrónicos. En la primera se establecen todos los requerimientos y estipulaciones a seguir sobre estas, mientras que, en la segunda, se establecen las fechas límites para emitir comprobantes electrónicos, según el último dígito de la cédula del contribuyente, en este caso, la empresa analizada debe realizar facturación electrónica a partir del 1 de setiembre del 2018. El no emitir facturas le puede provocar multas por dos salarios bases e incluso una sanción de cierre de negocio.

Sin embargo, como no se está cumpliendo de una manera satisfactoria la emisión de facturas, se recomienda no esperar a la fecha límite del 1 de setiembre para emplear la facturación electrónica sino empezar a subsanar esta situación.

6.3. Se recomienda contratar un proveedor de soluciones de facturación electrónica, en el tanto se ajusten a la emisión de este tipo de comprobantes, con

las necesidades de la compañía y se pueda vincular de alguna forma la venta en medios electrónicos con la emisión de la factura al mismo tiempo.

6.4. Se recomienda invertir en publicidad en línea, para que la página genere más visitas y de esta forma realice mayores ventas. Esta publicidad, por ser útil y necesaria, podrá determinarse como gasto deducible, siempre y cuando se cuente con el respectivo comprobante que cumpla con los lineamientos mínimos establecidos por la Administración Tributaria.

6.5 Se recomienda incluir en su declaración del impuesto sobre la renta como ingreso gravable el dinero que los clientes depositan de más, ya que el tratamiento que han aplicado hasta el momento es de presentarlo como un ingreso no gravable. Asimismo, lo correcto es rectificar la declaración del impuesto sobre la renta del periodo 2017, para que esta muestre los datos correctos y se pague el monto del impuesto correspondiente. Presentar una declaración incorrecta haría a la empresa estar sujeta a una sanción administrativa según el artículo 81 inciso b) del Código de Normas y Procedimientos Tributarios n.º 4755

6.6. Se recomienda, en caso de que se otorguen regalías o se realicen promociones, facturar la salida de inventario y retener el 13 % del impuesto general sobre las ventas debido a que van dirigidas a un consumidor final. Sino la empresa estaría presentando de manera inexacta la declaración del impuesto sobre las ventas y la declaración del impuesto sobre la renta y esto haría a la empresa acreedora de una sanción administrativa.

6.7. Se recomienda evaluar para cada uno de los productos ofrecidos, los elementos que conforman el precio final, ya que debería tomarse en cuenta al incorporar al precio de venta, el impuesto general sobre las ventas o que determinen que el margen de ganancia es menor al establecido actualmente, esto para que su

flujo de efectivo no se vea afectado, en el entendido de que en la factura siempre se debe evidenciar aparte el impuesto general sobre las ventas.

6.8. Se recomienda, de acuerdo con lo establecido por la LGSV, que en el caso que se realicen ventas por medio de apartados o pagos a plazos, se debe emitir la factura respectiva, en el momento de perfeccionarse el hecho generador, por lo que se debe retener el impuesto general sobre las ventas en primer pago que realiza el cliente y por defecto presentar ese débito fiscal en la declaración de dicho mes.

6.9. Para la aplicación de los créditos fiscales de la declaración del impuesto general sobre las ventas se recomienda analizar las compras realizadas y utilizar los tributos pagados al momento de la importación o compra de inventario, es decir, seguir el criterio de la normativa vigente.

6.10. Se recomienda que por la naturaleza del negocio, estén actualizados con los cambios tecnológicos, así como los cambios en materia tributaria, ya que estos implican los nuevos tratamientos que promueve la reforma tributaria que, en la actualidad, se tramitan en la Asamblea expediente legislativo 20.580, proyecto de Ley de Fortalecimiento a las Finanzas Públicas, en el cual se pretende modificar la vigente LGSV, por un Impuesto al Valor Agregado, que gravará en principio todos los bienes y servicios.

6.11. Se recomienda estar actualizado con los nuevos mecanismos en los que se pueden realizar ventas y ofrecer servicios por medios electrónicos, como aplicaciones nuevas, así como mayores facilidades a los clientes, medios de publicidad, mercadeo, medios de pago y servicio al cliente.

- Recomendaciones a quienes quieran incursionar en el comercio electrónico:

6.12. En caso de que se desee incursionar en este medio, se deberá evaluar, además de aspectos tributarios, tecnológicos, de ámbito legal en materia informática, temas como seguridad informática y almacenamiento de datos, por lo que se debe estar informado en distintos aspectos.

6.13. Se recomienda elaborar una estrategia tributaria, en la que se puede planificar y gestionar un pago de impuestos de manera más eficiente. Puede adoptarse una manera en la que se presten servicios o se realicen ventas desde páginas de Internet ubicadas en el exterior, por lo que no se aplicaría el criterio de sujeción de rentas, en cuanto al principio de territorialidad, con el objetivo de que la tributación sea más eficiente.

6.14 Utilizar redes de logísticas ya establecidas en el territorio costarricense para distribuir los productos. Como, por ejemplo, Correos de Costa Rica que cuenta con una opción empresarial y ellos le brindan la solución especializada a la empresa en la que se encargan de recolectar el producto y hacer la entrega final.

6.15 Aprovechar las herramientas que ofrecen los bancos como el Banco Nacional y el Bac San José sobre sistemas de medios de pago para incluirlos en las páginas *web* y así recibir el dinero sin ningún problema en las cuentas bancarias del negocio.

6.16 Definir y publicar en la página *web* y que sea de fácil acceso para los consumidores, cuáles son las políticas de devolución para que los clientes en caso de dudas o inconvenientes sepan cuáles son sus derechos y el procedimiento para llevarlo a cabo y que se pueda determinar fácilmente.

6.17 Utilizar certificados de seguridad en la página *web*, ya que estos le indican al cliente que la información que está enviando es totalmente segura y confidencial. Además, le permiten al cliente saber toda la información de la página *web* como quién es el dueño, saber a qué dominio pertenece, la validez del certificado, fecha de caducidad y quien ha emitido el certificado, por lo que los clientes se sentirán seguros de utilizar los medios de pago.

6.18 Aprovechar las plataformas como Nidux que se encargan de brindarle al empresario todas las soluciones y necesidades al incursionar en el mundo del comercio electrónico. Entre las soluciones que brinda están: crean y diseñan la tienda virtual al gusto del cliente, brindan un sistema de administración de la página *web*, incorporan la página *web* al perfil de la empresa en Facebook, utilizan herramientas de mercadeo y comerciales, ofrecen soluciones de logística y se encargan de los sistemas de pagos, ya que tienen alianzas con bancos costarricenses.

- Recomendaciones para quienes brinden servicios profesionales en el área contable y fiscal.

6.19. Se recomienda que los asesores se encuentren debidamente informados sobre el tema y cuenten con conocimientos previos sobre el comercio electrónico, conocimiento en sistemas, aspectos legales regulatorios, aspectos de normas tributarias, además de estar familiarizados con las tecnologías.

6.20 Buscar capacitaciones en los diferentes colegios profesionales para estar actualizados en temas que tengan relación con el comercio electrónico, tanto en la normativa como en asuntos fiscales y de herramientas tecnológicas, para brindar servicio de calidad y debidamente informado sobre el tema.

6.21 Consultar por el medio idóneo a la Administración Tributaria (Consulta Art. 119 CNPT) en los casos en los que se tenga duda por no existir normativa expresa, sobre qué tratamiento fiscal se debe aplicar a una transacción, criterio que será vinculante para el contribuyente, con esto no se llevará al cliente a cometer un error.

6.22 Hacer una evaluación al cliente antes de aceptar el trabajo, en el que se identifique el ambiente en el que opera, los controles establecidos, la normativa que le afecta y los riesgos asociados al servicio, para tomar la decisión si se es competente para aceptar y realizar el servicio profesional. Así como para conocer si antes de iniciar el servicio ya existe alguna situación en la que debe prestar atención, por ejemplo, que el potencial cliente no se encuentre inscrito como contribuyente.

6.23 Al aceptar el servicio, emitir una carta de contratación en la que indique al menos el servicio que va a realizar, las responsabilidades que tiene cada parte (cliente y el profesional), si existieran limitaciones, fecha de inicio del servicio, periodos contratados y los honorarios. Se recomienda que la carta esté firmada tanto por el profesional como por el cliente, en muestra de su aprobación. Esto para que queden claras las actuaciones que tendrá el asesor fiscal.

**CAPÍTULO VII**  
**BIBLIOGRAFÍA**

- Anteportamlatinam, José. (2014). Relevancia del E-commerce para la empresa actual. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Asociación Española de Comercio Electrónico y *Marketing* Relacional. (2009). El Libro Blanco del Comercio Electrónico. Barcelona: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Cárdenas, Catalán. (2004). Situación de la Tributación del Comercio Electrónico a Nivel Internacional como Nacional. Valdivia: Universidad Austral de Chile.
- Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina (2017). Estado de banda ancha en América Latina y Caribe. Santiago: Naciones Unidas.
- Fernández, Rodolfo. (2001). Contratación Electrónica: La prestación del Consentimiento en Internet. Barcelona: J. M. Bosch Editor, S. A.
- García del Poyo. (2001). Aspectos mercantiles y fiscales del comercio electrónico. Madrid: Universidad Carlos Tercero de Madrid.
- Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio. (2014). Metodología de la investigación, sexta edición. México D. F.: Mc Graw Hill.
- Jurado, Rojas. (2005). Técnicas de investigación documental. México D. F.: Internacional Thomson.
- Kaba, Ibrahim. (2008). Elementos básicos de comercio electrónico. La Habana: Editorial Universitaria
- León, Álvarez. (1998). Regulación del Comercio Electrónico. Lima: Universidad de Lima.
- Ley n.º 2. (29 de agosto de 1943). Código de Trabajo, Costa Rica.
- Ley n.º 4755. (03 de mayo de 1971). Código de Normas y Procedimientos Tributarios (Código Tributario), Costa Rica.
- Ley n.º 6826. (08 de noviembre de 1982). Ley de Impuesto General sobre las Ventas, Costa Rica.
- Ley n.º 7092. (19 de mayo de 1988). Ley del Impuesto sobre la Renta, Costa Rica.
- Martin, José y Rodríguez, Usé. (2006). Derecho Tributario General. Buenos Aires: Abeledo Perrot Editorial.
- Monreal, Sandra. (2012). Sistema de Pago para Comercio Electrónico. Zacatecas: Centro de Investigación en Matemáticas, A. C.
- Moral, Pacheco. (2013). La Fiscalidad del Comercio Electrónico: ¿Nuevos Conceptos Tributarios? León: Universidad de León.
- Moran Delgado, Alvarado Cervantes. (2010). Métodos de investigación. México D. F.: Pearson.
- Moya M., E. J. (2009). Elementos de Finanzas Públicas y Derecho Tributario. Caracas: Mobilibros.
- Nocete, Correa. (2006). La Fiscalidad Internacional del Comercio Electrónico. Granada: Universidad de Granada.
- OCDE. (2014). Cómo abordar los desafíos Fiscales de la Economía Digital. Recuperado <https://www.oecd.org/>.
- Oliveira, Marcelo. (2015). ABC de la Justicia Tributaria. Lima: Red de Justicia Fiscal de América Latina y el Caribe

- Peralta. (2014). *Tributación y Derechos Fundamentales los Principios Constitucionales como Límite al Poder Tributario. Reflexiones a Partir de los Ordenamientos Jurídicos de Brasil y Costa Rica*. San José: Universidad Costa Rica.
- Poder Judicial. (2014). *Principios desarrollados en la jurisprudencia constitucional*. San José: Escuela Judicial.
- Rodríguez, Ondarza. (2001). *La Fiscalidad del Comercio Electrónico, Imposición Directa*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Roldán, Silvina. (2006). *Tributación en el comercio electrónico*. Argentina: Osmar D. Nuyatti Librería Editorial.
- Sánchez, Arnulfo. (2017). *Aplicación práctica del ISR personas físicas. Décima edición*, México D. F.: Editorial ISEF.
- Torre, Gustavo. (2013). *Fundamentos de comercio electrónico*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- Torrealba, Adrián. (2009). *La imposición sobre la renta en Costa Rica, 2 edición*. San José: Escuela Judicial de Costa Rica.
- Velázquez, Elizabeth. (2012). *Canales de distribución y logística*, Ciudad de México: Red Tercer Milenio.
- Villegas, Héctor. (1999). *Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario, 7° Edición*. Buenos Aires: Editorial Depalma.

**CAPÍTULO VIII**  
**ANEXOS**

## 8.1 Procedimientos de revisión a la empresa Magic

Procedimientos de revisión a la empresa Magic			
	Procedimiento	Observaciones	Responsable
1	Verifique que la empresa se encuentra inscrita ante la administración tributaria.		Andrés Garita Herrera
2	Indague sobre el tipo de ventas que tiene la empresa y verifique su proceso hasta que se complete una venta. Además, confirme si realizan ventas fuera del país.		Andrés Garita Herrera
3	A partir del tipo de venta verifique el tratamiento fiscal que le aplican a este tipo de transacciones.		Andrés Garita Herrera
4	Verifique que las facturas que emiten cumplen con los requisitos mínimos establecidos por ley.		Andrés Garita Herrera
5	Identifique los diferentes métodos de pagos que dispone la empresa a los clientes.		Andrés Garita Herrera
6	Obtenga la declaración del impuesto sobre la renta del periodo 2017.		Andrés Garita Herrera
7	Obtenga el auxiliar de ventas desde octubre 2017 hasta junio 2018.		Andrés Garita Herrera
8	Obtenga las declaraciones del impuesto general sobre las ventas desde octubre 2017 hasta junio 2018.		Andrés Garita Herrera
9	Compare el monto presentado en las declaraciones del impuesto general sobre las ventas contra el auxiliar de ventas. En caso de diferencia solicite una explicación a la administración.		Andrés Garita Herrera
10	Solicite el respaldo de los créditos fiscales de las declaraciones del impuesto general sobre las ventas		Andrés Garita Herrera
11	Determine qué tipo de servicios recibe la empresa (gastos) y si estos son realizados fuera del territorio costarricense.		Andrés Garita Herrera
12	En caso de identificar hallazgos analícelos con la administración		