

# Desafíos de la regulación y tributación del e-commerce

Estimados(as):

A mediados del mes de septiembre la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) indicó que se puede estimar que durante el año pasado ingresaron al país más de 15 millones de paquetes bajo la modalidad de e-commerce<sup>1</sup>, o comercio en línea. El mismo estudio estableció que al considerar productos menores a US\$30 que no pagan derechos, ni tasas aduaneras, ni el IVA se podría generar un daño a los ingresos del Estado de US\$200 millones<sup>2</sup>. A raíz de esta cifra y su análisis, don Gonzalo Smith, gerente corporativo de Asuntos Legales y de Gobernanza de Falabella, aseguró que se ha permitido acceder a un consumo desregulado a través del internet, acuso que dichas empresas no pagan los impuestos y que los servicios públicos competentes no han actuado frente a estas situaciones<sup>3</sup>. Respecto a esta declaración en particular, en la prensa nacional se tildó al e-commerce como el nuevo UBER, siendo el comercio online un campo desregulado y que afecta a los proveedores nacionales, en este caso el retail un ejemplo de ello.

## Competencia Desleal

En sus declaraciones, Falabella sugirió que existía una competencia desleal, debido a que ellos deben pagar y cumplir con todos los impuestos, pero las demás empresas de retail que funcionan online, no lo hacen. La ley 20.169 que regula la Competencia Desleal, promulgada en 2007, en su artículo tercero la define como: *“toda conducta contraria a la buena fe o a las buenas costumbres que, por medios ilegítimos, persiga desviar la clientela de un agente de mercado.”* En su artículo cuarto enumera una serie de actos que, sin ser taxativa, no se aplicarían a la situación del e-commerce. La misma definición habla de medios ilegítimos a través de los cuales logro desviar la clientela, internet no puede ser calificado como tal porque dicho concepto apunta a valerse de artimañas a sabiendas (mala fe) para lograr el objetivo de atraer la clientela, empleando mentiras u otros medios alejados de las buenas costumbres para ello. Una tienda online o una plataforma de tiendas (como lo es Aliexpress) son solo otra manera de acceder a la clientela, que no se vale de engaños para lograr su objetivo: vender.

## Aranceles e impuestos involucrados

Respecto a los aranceles e impuestos que no se están pagando, sobre el valor del producto más el flete y seguros (denominado valor CIF) se debe agregar una tasa del 6% que es el derecho a internación (o derechos de aduanas). Pero se debe considerar que para aquellos productos que vienen de países con los que Chile tiene un Tratado de Libre Comercio (como lo son China, Inglaterra, EEUU, España, India, Japón, entre otros<sup>4</sup>) dicha tasa se puede ver reducida hasta un 0% de pago de derechos de Arancel, dependiendo del Acuerdo con el país de origen. Los Tratados exigen que, para poder acogerse a esta exención, se debe acompañar un certificado de origen que es solicitado por el vendedor en el país de origen y que debe acompañar al producto en el viaje hasta el país de destino. La obtención de este certificado es relativamente sencilla en países como China, lo cual se hace a través de un formulario, que se tramita ante el Servicio de Aduanas de dicho país, por el vendedor del producto.

**Respecto al IVA:** existen personas que creen que toda importación debe pagar IVA porque eso dice la ley de Impuesto a las Ventas y Servicios. Esta afirmación debe ser precisada, ya que, si bien el **artículo 8vo de la Ley**

**del IVA en su letra A**, efectivamente grava las importaciones de manera general, estas son definidas y especificadas en el **DFL 30 sobre Ordenanza de Aduanas** como “*introducción legal de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país.*”, que es precisamente lo que se hace al comprar algo online, traerlo a Chile para su uso o consumo. Pero además hay que indicar que el Servicio Nacional de Aduanas (SNA) establece una nueva categoría en las importaciones, ya que determina la existencia de obsequios sin carácter comercial, y es precisamente aquí donde se abre una brecha que aparentemente permitiría la situación actual.

Estos obsequios se dividen en dos rangos de precios, aquellas mercancías “cuyo **valor no excede de los US\$50**, que lleguen al país a nombre de una persona natural y enviadas por otra residente en el extranjero o en su nombre. Estos envíos **deben ser ocasionales**. Las mercancías que cumplan con los requisitos para ser consideradas como “**obsequios sin carácter comercial**”, están **afectas al pago de los derechos de aduana y exentas del pago del IVA**. Y, por otro lado, los obsequios sin carácter comercial enviados desde el extranjero **por una persona natural a otra**, por vía postal y que **su valor no exceda de los US\$ 30**, se encuentran **libres del pago de derechos e impuestos**.<sup>5</sup> El problema de esto es que, si bien establece un límite de precio bastante conocido entre aquellos que compran por internet, Aduanas especifica que debe ser de una persona natural a otra y no una tienda o Persona Jurídica, pero esta restricción no se respeta en la mayoría de los casos por diversos motivos.

La CCS reconoce la limitada capacidad fiscalizadora del Servicio Nacional de Aduanas, lo que se traduce en revisiones aleatorias que alcanzan al mínimo de los paquetes. Tanto es así que se ha acuñado el término “**aduanazo**” para referirse a aquellos escasos casos en que un envío es fiscalizado y el comprador se ve obligado a pagar los gravámenes correspondientes<sup>6</sup>. Además de esta limitada facultad de fiscalización también existe **la incapacidad para extrapolar la facultad de tasar** que tienen otros organismos, como el Servicio de Impuestos Internos, el verdadero precio que tienen algunos de los artículos que se importan, si el paquete en su declaración dice US\$30, Aduanas no tiene la facultad de cuestionar dicho monto y “retasarlo”.

A modo de ejemplo, un artículo de Aliexpress (que es una plataforma de tiendas, o sea que son múltiples pequeñas y medianas tiendas que venden a través de la misma plataforma web), al provenir de China (país con el que Chile tiene tratado de libre comercio) y teniendo su certificado de origen, está exenta del derecho de aduanas, y si dicho producto vale igual o menos de US\$50 (valor CIF) no pagará IVA, debido a la situación actual en la que se ha hecho extensivo el tratamiento de los obsequios sin carácter comercial a la mayoría de estos paquetes por la limitada capacidad de fiscalización actual de aduanas.

## **Distorsiones en el mercado**

Otra arista de esta situación, como bien la analiza doña María Elina Cruz, consejera del Centro de Derecho Regulatorio y Empresa de la Facultad de Derecho UDD<sup>7</sup>, respecto a aquellas tiendas en Chile que forman su inventario de productos extranjeros comprando en pequeñas cantidades por internet. Al hacerlo de esta forma, y debido a lo indicado en párrafos anteriores, estas empresas no pagan derechos de aduana ni IVA al ingresar los productos que posteriormente comercializarán. El estudio de estos casos debe ser, sin duda, entregado a la Comisión Antidistorsiones, pues es precisamente eso lo que generan en el mercado nacional, una distorsión, donde algunos para importar su mercadería deben pagar tasas e impuestos y otros no.

## **Una sugerencia para solucionar el problema de la falta de recaudación**

Una posible solución a la situación actual sería que dado a que se debe hacer una transacción electrónica (la “e” en e-commerce) y pagar al proveedor del producto el valor, sugeriríamos que todos estos pagos sean sujetos a dicho gravamen. Por tanto que sea incluida en la transacción el IVA y que actúe como retenedor de dicho

impuesto el intermediador de pago electrónico. Podrían darse esto en diversas modalidades, por ejemplo, que el Banco a todas estas transacciones por un pago al extranjero asuma que debieron generar pago de IVA y reste de la cuenta del titular el porcentaje correspondiente a cada transacción. Esta última opción sería óptimo que tuviera un igual tratamiento para las tarjetas de crédito o débito.

Esta solución facilitaría el control pues la situación actual en que es el importador (comprador) quien debería pagar el impuesto no nos asegura el cumplimiento de la obligación tributaria. Permitiría esto recaudar una parte importante del IVA que actualmente no se paga y así poner algún tipo de freno al comercio informal que se realiza a través de internet.

Podemos ver por tanto, que dentro de una situación cotidiana actual, como lo es el e-commerce, hay muchas más ramificaciones que las que adivinamos a simple vista, y al igual que con UBER, existe un sector del mercado nacional que se siente desprotegido y vulnerado por la escasa regulación y las lagunas legales que tiene este nuevo espacio de competencia. Existen igualmente aranceles e impuestos que no se están recaudando y las autoridades deberían dirigir esfuerzos a promover el cumplimiento tributario. Esta situación debe ser regularizada de la forma pertinente para que no se generen mayores distorsiones en el mercado. Saludos,



**MARTINA BELCREDI LASCH**

Abogada

Ricardo Lyon 222, Of 703, Providencia

Fono: +56 222 701 000 • [www.circuloverde.cl](http://www.circuloverde.cl)

---

(1): Fuente: Emol.com - <http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/09/14/875236/Efactor-Uber-en-el-ecommerce-Expertos-analizan-el-enojo-de-Falabella-que-acusa-competencia-desleal.html>

(2): Fuente: Publimetro.cl - <https://www.publimetro.cl/cl/noticias/2017/09/26/e-commerce-no-pago-impuesto-regularlo.html>

(3): Fuente: Emol.com - <http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/09/14/875236/Efactor-Uber-en-el-ecommerce-Expertos-analizan-el-enojo-de-Falabella-que-acusa-competencia-desleal.html>

(4): Ver lista completa en: <https://www.direcon.gob.cl/acuerdos-comerciales/>

(5): Fuente: Aduanas.cl - <https://www.aduana.cl/preguntas-frecuentes/aduana/2007-05-02/174128.html>

(6): Fuente: Emol.com - <http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/09/14/875236/Efactor-Uber-en-el-ecommerce-Expertos-analizan-el-enojo-de-Falabella-que-acusa-competencia-desleal.html>

(7): Fuente: Emol.com - <http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/09/14/875236/Efactor-Uber-en-el-ecommerce-Expertos-analizan-el-enojo-de-Falabella-que-acusa-competencia-desleal.html>