



ALFONSO OROZCO  
& ASOCIADOS

# COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS IMPUESTOS

## Parte 3

En la publicación anterior, se enfocó en las categorías del comercio electrónico que tiene como elemento común que la relación comercial se genera de la venta o prestación de un servicio de una empresa hacia un usuario o hacia otra empresa. Ahora se desarrollarán las categorías de comercio electrónico en el cual el oferente del bien o servicio es un consumidor hacia otro consumidor o empresa.

### 1. Comercio Electrónico de Consumidor a Consumidor (Consumer-To-Consumer) o en sus siglas en ingles C2C

En esta clase de comercio electrónico la relación comercial se genera entre consumidores. La transacción se realiza utilizando redes sociales o páginas de internet que se especializan en crear mercados en línea o páginas de anuncios clasificados, para que el consumidor ponga a la venta el producto que desea vender. Dentro de esta clase de comercio electrónico se encuentra Facebook Marketplace, Ebay (el más antiguo en este tipo de comercio), Instagram, etc. Algunos autores consideran que las plataformas digitales como es el caso de Uber y Airbnb también se encuentran enmarcadas en esta clasificación y lo definen como economía colaborativa, debido que permite que los usuarios puedan ofrecer sus servicios de transporte y vivienda directamente a otros usuarios. Sin embargo, existe una diferencia sustancial entre Facebook Marketplace o Instagram de lo que es Uber o Airbnb y es que, en estos últimos, la empresa que presta la plataforma cobra un fee u honorario a ambos usuarios, tanto al que ofrece el servicio como al que lo solicita, a diferencia de los primeros en los que las transacciones se hacen de manera espontánea y gratuita. Debido a lo revolucionario que han sido estos negocios, ha sido muy difícil establecer un criterio definido de su clasificación y ha quedado a discreción, sin embargo en países como España y otros de la Unión Europea, se ha establecido de manera regulatoria que no se pueden clasificar como economía colaborativa y lo han encasillado en prestadores de servicio a secas, alejándolos e ignorando su parte esencial que es el uso de la tecnología como base para la prestación de su servicio, lo que si lo enmarca en el comercio electrónico.

### 2. Comercio Electrónico de Consumidor a Empresa (Consumer-To-Business) o en sus siglas en ingles C2B

La relación comercial se genera entre el consumidor que ofrece la venta de un producto o la prestación de un servicio a una empresa. En este caso, la empresa contrata los servicios de un consumidor o bien la adquisición de algún bien de su propiedad a través de alguna página de internet que utilizó para ofrecerlo y venderlo. Un ejemplo podría ser la empresa que contrata a una persona particular que a través de Facebook se ofertó para la prestación de mantenimiento de equipos de cómputo a domicilio.

De estas categorías del comercio electrónico han surgido nuevos modelos de negocio. Las compañías de tecnología han ido creando plataformas digitales, por medio de las cuales se puede adquirir bienes o se pueden prestar servicios. Debido a su rápido crecimiento y desarrollo es necesario que estos nuevos modelos de negocios se encuentren regulados en diferentes áreas del derecho, principalmente en el Derecho Tributario, para que los países puedan recaudar aquellos impuestos que se generen por parte del contribuyente o de la plataforma digital, que en la actualidad no sucede o solo afecta a una de las partes. En la última parte, se estará realizando el análisis de como se encuentra regulado el comercio electrónico en la legislación de Guatemala.



*Roberto Galindo*

Coordinador Defensa Fiscal y Servicios Mercantiles

