

María Natalia Pachón Cruz
Análisis de la Tributación del Comercio Electrónico en Colombia

Análisis de la Tributación del Comercio Electrónico en Colombia
Trabajo de Grado en modalidad de Monografía para optar por el título de Contador
Público

María Natalia Pachón Cruz



Universidad Piloto de Colombia
Seccional del Alto Magdalena
Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales
Programa de Contaduría Pública

Girardot, 2022

Análisis de la Tributación del Comercio Electrónico en Colombia

María Natalia Pachón Cruz

Pablo Andrés Alarcón Sánchez
Asesor de orientación



Universidad Piloto de Colombia

Seccional del Alto Magdalena

Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales

Programa de Contaduría Pública

Girardot, 2022

Dedicatoria

Principalmente a Dios por permitirme llegar hasta acá y día a día bendecirme; a mi familia quienes son mi mayor motivación para lograrlo, por siempre apoyarme y que siempre se sientan orgullosos de mí.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme dar este gran paso como profesional, gracias la Universidad Piloto de Colombia (SAM) por recibirme y ayudarme a formar con valores y principios, a cada docente que me acompañó en cada semestre y me aportó sus conocimientos con esfuerzo y dedicación.

Tabla de contenido

Resumen.....	7
Palabras Claves.....	8
Abstract.....	8
Keywords.....	9
Introducción.....	10
Capitulos	
1. Marco teórico.....	12
<i>1.1El comercio electrónico una nueva era para el Contador Público.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2Relación comercio e internet en Colombia.....</i>	<i>14</i>
2. Marco Conceptual.....	16
<i>2.1Comercio Electrónico.....</i>	<i>17</i>
<i>2.2Plataformas digitales.....</i>	<i>17</i>
<i>2.3Economía digital.....</i>	<i>17</i>
<i>2.4Impuestos.....</i>	<i>18</i>
<i>2.5Establecimientos permanentes.....</i>	<i>19</i>
3. Marco Metodológico.....	19
4. Marco Legal.....	20
<i>4.1 La corte constitucional de la república de Colombia.....</i>	<i>21</i>

<i>4.2 Consejo de Estado de la República</i>	22
<i>4.3 Fiscalidad del Comercio Electrónico en Colombia</i>	23
5. Resultados	24
6. Conclusiones	25
7. Referencias	26

Tabla de graficas

Gráfico 1. <i>Accesos fijos a internet</i>	14
--	----

Tabla de figuras

Figura 1. <i>El futuro del retail y el comercio electrónico</i>	15
---	----

Tabla de ilustración

Ilustración 1. <i>Plataformas Digitales</i>	16
---	----

Resumen

El presente trabajo tiene como propósito analizar la tributación del comercio electrónico en Colombia, teniendo en cuenta que este ha sido un tema muy tendente en los últimos años, basándonos en que la tecnología a tomado fuerza y ha ido avanzando día a día, por lo tanto, los temas tributarios se deben ir actualizando a la par. De esta manera es importante resaltar la importancia del profesional contable quien se encuentra inmerso y que ha sido un tema que ha estado un poco alejado a las actividades de las cuales el profesional no le ve interés.

Como se mencionó anteriormente, es un tema que ha venido avanzando y tomando importancia con el paso del tiempo ya que la tecnología es uno de los cuales día a día avanza y los contadores deben también avanzar ya que se evidencia una gran interacción entre estos dos ámbitos, dando beneficios a las dos partes, es importante mencionar que no solo los profesionales deben estar actualizando sus conocimientos para obtener beneficios, sino también porque con esto logran asesorar a los usuarios y a las diferentes empresas que ingresan a este mundo del comercio electrónico.

El comercio electrónico es un tema que ha cambiado conceptos tradicionales en los negocios y viene requiriendo dentro de su desarrollo que los conceptos fiscales y tributarios sean replanteados para así poder participar en la competitividad y la globalización empresarial.

El papel del contador público es importante en el entorno económico quienes no deben estar ajenos y menos cuando los conceptos que se piensan replantear hacen parte del campo de acción. La solución a las implicaciones contables y tributarias que exige el desarrollo del crecimiento y permanencia de una entidad harán que el profesional sea participe activo de los replanteamientos que sean necesarios.

El desarrollo de esta investigación es de enfoque cualitativo y de diseño descriptivo, centrado en analizar los cambios tributarios que se forjan a partir del comercio electrónico en Colombia.

Palabras Claves: Comercio electrónico, Colombia, cambios tributarios, profesional contable.

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the taxation of electronic commerce in Colombia, taking into account that this has been a very trending topic in recent years, based on the fact that technology has gained strength and has been advancing day by day, therefore, tax issues must be updated at the same time. In this way, it is important to highlight the importance of the accounting professional who is immersed and that has been a subject that has been a bit distant from the activities in which the professional does not see interest.

As mentioned above, it is a topic that has been advancing and gaining importance over time, since technology is one of those that advances day by day and accountants must also advance, since a great interaction between these two areas is evident. , giving benefits to both parties, it is important to mention that not only professionals must be updating their knowledge to obtain benefits, but also because with this they manage to advise users and the different companies that enter this world of electronic commerce.

Electronic commerce is an issue that has changed traditional concepts in business and has required within its development that fiscal and tax concepts be rethought in order to participate in business competitiveness and globalization.

The role of the public accountant is important in the economic environment who should not be alienated and less so when the concepts that are thought to be reconsidered are part of the

field of action. The solution to the accounting and tax implications required by the development of the growth and permanence of an entity will make the professional actively participate in the necessary rethinking.

The development of this research is of qualitative approach and descriptive design, focused on analyzing the tax changes that are forged from electronic commerce in Colombia.

Keywords: E-commerce, Colombia, tax changes, professional accountant.

Introducción

Inicialmente es importante conocer la definición del comercio electrónico y para ello Martin, Pedro lo define como “la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas, es decir, empleando las tecnologías de la información y la comunicación que permiten que no sea necesario el contacto físico entre comprador y vendedor para realizar dichos trámites” (Reyes, 2021).

El comercio electrónico en Colombia llega a romper todo tipo de paradigmas e inicia un proceso lento ya que era un país que no estaba preparado para comprar electrónicamente, por desconfianza, no se sentían seguros de los que estaban comprando ya que no lo podían palpar, ni sabían como les iba a llegar el producto o en el peor de los casos si contaban o suerte y llegaba, actualmente Colombia se cataloga como unos de los países Latinoamericano con mayor crecimiento en el comercio electrónico, ya que han podido comprobar que es una opción de negocio muy cómoda y para los empresarios muy rentables

Se ha convertido en una necesidad para el desarrollo económico del país en todos los sectores. Abarca aspectos contables, administrativos, comerciales, regulatorios, tributarios, entre otros, los cuales deben ser objeto de estudio para analizar la situación actual de comercio electrónico en Colombia.

Este tema ha tomado importancia con el tiempo, cuando la necesidad de modernización obligó cambios desde el uso del teléfono, los cajeros automáticos, la televisión, el fax, las tarjetas de crédito, la televisión, etc, todos estos medios empezaron a transformar la perspectiva económica de las entidades, teniendo en cuenta también la era del COVID, donde casi todo está funcionando a través de comercio electrónico.

La rápida expansión en el contagio del virus Covid-19 impactó en cada uno de los aspectos de nuestras vidas, y el eCommerce no es la excepción: en forma drástica, durante los primeros tres meses de 2020 la cuarentena impuesta debido a las medidas sanitarias para tratar de frenar al coronavirus provocó que millones de personas recurriesen al comercio online. Muchos de ellos, por primera vez. (ARREAZA, 2021)

Asimismo, hoy en día es un requisito contar con un computador y tener acceso a internet, dejando avanzar rápidamente al comercio electrónico y permitiendo crear formas de negocios que difieren cada vez las convencionales.

El aumento de usuarios de internet y las nuevas tecnologías han generado y van a generar un mercado potencial y ofrecen a las empresas muchas posibilidades de crecimiento si se entra en este mundo del comercio electrónico.

En Colombia, existen leyes y decretos enmarcados específicamente para el comercio electrónico, pero a pesar de ello se debe analizar los lineamientos, el alcance y la operatividad para las empresas que quieran evolucionar y competir a través de este medio, de esta manera que puedan encontrar alternativas acordes a las exigencias necesarias para este nuevo concepto.

Por lo tanto, es un tema que viene tomando mas vigencia y que obliga a los empresarios a ser parte de él, teniendo en cuenta que es una opción que ofrece una interacción muy importante entre las empresas y sus clientes, convirtiéndose en un reto para ellos y para las profesionales, quienes deben ser una pieza clave y activa de las reformulaciones que exigen los avances y poder brindar un soporte en la toma de decisiones de las entidades u organizaciones. El comercio va tomando fuerza que se está convirtiendo en uno de los pilares más importantes de la economía del mundo.

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de esta investigación es analizar los cambios tributarios que ha traído el comercio electrónico teniendo en cuenta todos los avances que ha tenido con el paso del tiempo.

La metodología empleada es de enfoque cualitativo, se aplicó el método histórico para poder determinar y entender toda la información pertinente a la normativa de Colombia y que está encaminada a la aparición y posterior desarrollo del comercio electrónico. Finalmente, se hizo un análisis comparativo de algunos ordenamientos jurídicos. Se accedió a fuentes secundarias como estadísticas, opiniones de expertos, artículos científicos, entre otros.

A continuación, se dividirá el trabajo por capítulos:

1. Marco Teórico

Según Visa el comercio electrónico “El e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet” (VISA, 2014).

Esa idea es un complemento de las operaciones de las empresas que busca la ampliación de sus barreras comerciales.

El comercio electrónico ha crecido de manera sorprendentemente debido a la propagación de internet. Hoy en día existe una gran variedad de comercio que se practica de esta manera, incitando la creación y utilización de nuevas alternativas como la transferencia electrónica de fondos, el marketing digital, el procedimiento de transacciones en línea, entre otras.

Existe un gran porcentaje del comercio electrónico que se dedica a la compra y venta de productos y servicios entre personas y empresas, pero debemos tener en cuenta que no solo esto hace parte del comercio electrónico, también lo es la adquisición de artículos virtuales, como el acceso a contenido “premium” en plataformas de videos, películas, música, etc.

El comercio electrónico ha tenido una gran herramienta y gracias a su extensión es que esta ha podido surgir, el Internet ha sido clave y ha generado la necesidad de su uso, de esta manera facilita todo, y el contacto físico, el tiempo y la distancia pasan a un segundo plano, pudiendo generar la satisfacción de los clientes al poder adquirir un bien de forma fácil y rápida.

1.1 El Comercio Electrónico Una Nueva Era Para El Contador Público

La contabilidad está compuesta por cuatro partes: primero encontramos al emisor (Contador Público), en segundo lugar, está el Medio (Canal por donde se transmite el mensaje), en tercer lugar, está el mensaje (conjuntos de datos que producen información) y por último encontramos los usuarios (receptores).

Teniendo en cuenta las limitaciones que trae la nueva tecnología, se encuentra la aceptación de los usuarios a este tipo de cambios, pero la facilidad que ofrecen redime el “tiempo”, superando la desconfianza e inseguridad de su utilización. Esto no solo afecta a los usuarios normales, también a los profesionales quienes tienen la responsabilidad de actualizar sus conocimientos y prepararse para poder afrontar y ofrecer soluciones que puedan contribuir al desarrollo de estas.

De acuerdo con La Federación Internacional de Contadores (IFAC por sus siglas en inglés), algunas tendencias tecnológicas que afectan la forma de trabajar de los contadores son:

- La disponibilidad creciente de datos a los que se accede en tiempo real o diferido, mediante acceso local o remoto
- El uso creciente de Internet para el comercio entre empresas y la venta de productos finales a un consumidor, por medio del comercio electrónico y sistemas de transferencia electrónica de fondos
- El marketing y la distribución masiva de productos de tecnologías de la información y servicios tales como programas informáticos, servicios de recuperación de datos online, correo electrónico y servicios financieros. (CU4TROMARKETING, s.f.)

1.2 Relación Comercio E Internet En Colombia

Actualmente, el acceso al Internet en Colombia ha llegado a niveles significativos. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), en su más reciente boletín, al término del tercer trimestre de 2021, el total de accesos fijos a Internet en Colombia alcanzó los 8,25 millones, es decir, cerca de 560 mil nuevos accesos que los registrados en el mismo trimestre del año inmediatamente anterior, cuando se alcanzó una cifra de 7,69 millones. (Gráfico 1). (MINTIC, 2022, pág. 9)

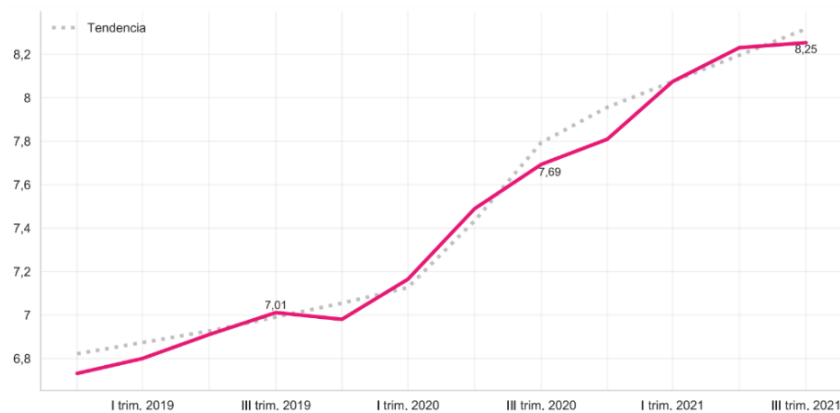


Gráfico 1. Accesos fijos a Internet (millones)

Fuente: MinTicrr

Para Juan Restrepo, líder del segmento Retail en Google Colombia dice que la tecnología y el acceso a Internet en el último año y medio a nivel global se aceleró de forma significativa en el país, se volvió la nueva forma de hacer negocios, comprar y vender de los usuarios y consumidores, permitiendo una oportunidad de transformación digital.



Figura 1. El futuro del retail y el comercio electrónico
Fuente: La República

El comercio electrónico en el país seguirá siendo una palanca muy importante de cara al futuro y, en el corto plazo, es un dinamizador súper relevante para la reactivación económica en el país. Colombia tiene una gran oportunidad de fortalecer los eventos de activación de ventas que son puros del comercio electrónico como pueden ser los Cyberlunes, Hotsale y BlackFriday”, complementó el ejecutivo de Google. Según el estudio de Euromonitor, para 2025 el comercio electrónico alcanzará 7% del total de las ventas de retail en Colombia. Esta es una cifra relevante si se tiene en cuenta que el comercio electrónico solo representó entre 3% y 5% de las ventas totales en Colombia entre 2019 y 2020. (Pastrán, 2021)

En conclusión, el comercio electrónico en Colombia ha avanzado desde el ingreso del internet al país y la era de la pandemia, esto ha ayudado a impulsar la apertura económica y ha permitido la evolución de esta. La evolución del comercio electrónico ha ayudado en el crecimiento y presenta tendencia permanente que permite ser competitiva la economía nacional e internacional de forma armoniosa, logrando dejar a un lado el comercio tradicional. Por lo tanto, el estado tiene la difícil tarea de garantizar un ambiente idóneo que pueda contribuir al crecimiento continuo mediante el establecimiento de directrices jurídicas tributarias mínimas acordes, que permitan identificar el origen de los ingresos transfronterizos.

2. Marco Conceptual

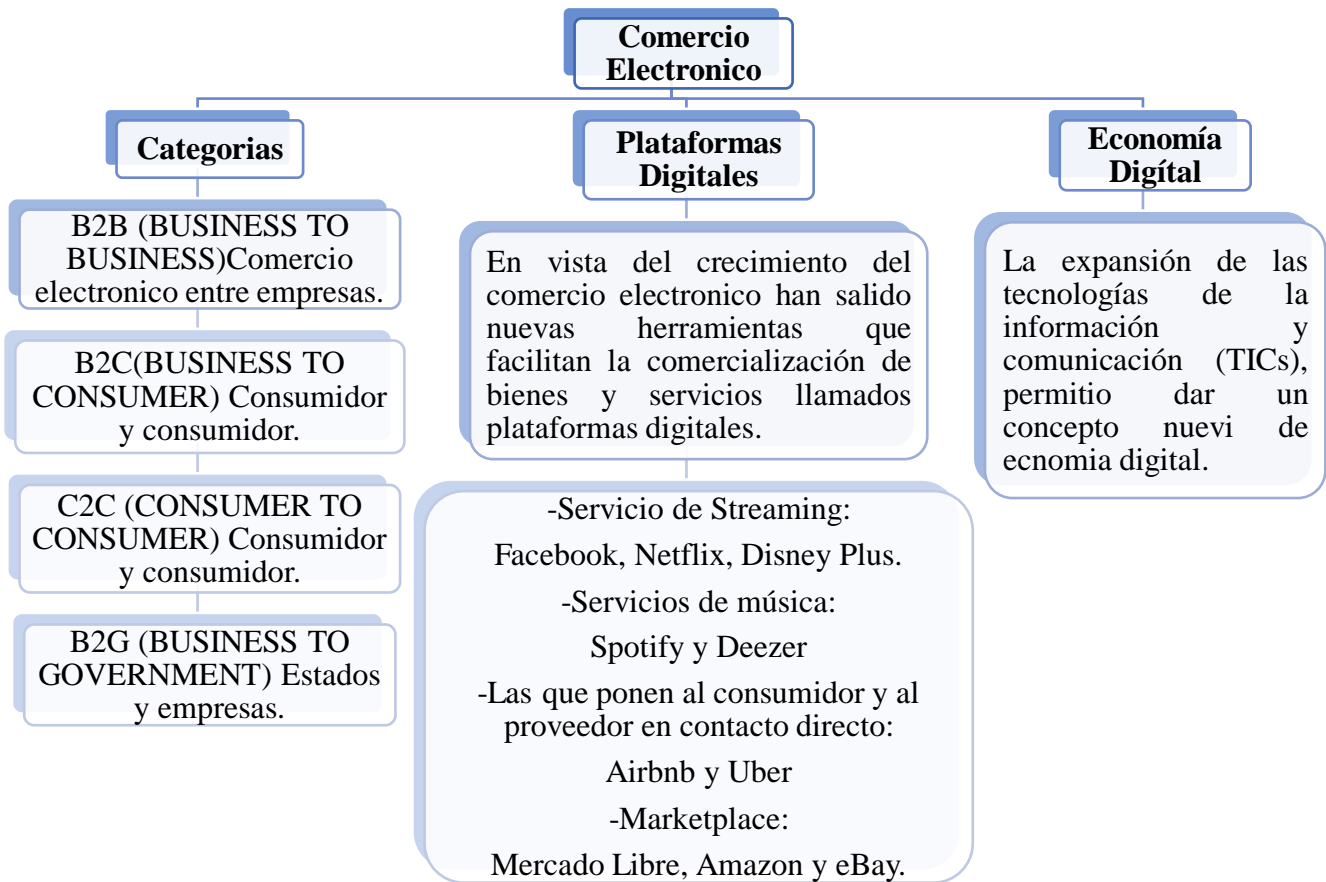


Ilustración 1. Comercio Electrónico
Fuente: Elaboración propia

Al pasar los años el comercio tradicional ha logrado establecer en el mundo una nueva forma de comercialización llamada comercio electrónico, este tipo de comercio implica operaciones que pasan los límites que benefician a las compañías a la expansión internacional. Los estados desafían grandes retos en los ámbitos tributarios y jurídicos, con el fin de equilibrar los inconvenientes tributarios que esta proviene. A continuación, se conceptualizará el comercio electrónico y la relación jurídica tributaria que esto implica.

2.1 Comercio Electrónico

Diferentes entidades internacionales conocidas en el tema de comercio han destinado esfuerzos para concretar el campo del comercio electrónico. Según la Organización Mundial del Comercio el comercio electrónico es “La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos” (OROPEZA, 2018, pág. 2)

2.2 Plataformas digitales

“Una plataforma digital es un modelo de negocio que funciona como un valor agregado para las empresas, ya que facilita el intercambio de información entre dos o más grupos independientes, que en la mayoría de los casos son consumidores y productores.” (Colín, 2021)

2.3 Economía digital

Consiste en “un modelo de mercado reciente que tiene presencia en casi todos los países y nos permite comunicarnos, consumir contenido y realizar transacciones comerciales pasando las barreras territoriales y temporales que comúnmente conocíamos (Contributor, 2021).

2.4 Impuestos

Los impuestos son los gravámenes establecidos por el estado de manera obligatoria a todos los ciudadanos y empresas. Por tal motivo, estos impuestos no tienen relación directa con bienes y/o servicios. Por lo tanto, el propósito de recaudar este dinero es atender o financiar los gastos públicos e inversiones sociales.

Los impuestos se clasifican en directos e indirectos. Los impuestos directos son los que recaen en las personas naturales y jurídicas que gravan el patrimonio o la renta, por ejemplo, el impuesto de renta. Por el otro lado, los impuestos indirectos son aquellos que gravan transacciones o actividades que las personas realizan, por ejemplo, el impuesto al valor agregado (IVA), los aranceles, el impuesto nacional al consumo. Por lo tanto, se entiende que el impuesto directo grava lo que una persona tiene y el indirecto grava lo que la persona hace con lo que tiene.

En Colombia, existen los impuestos de orden nacional, departamental y municipal. El cobro y la administración de estos tributos se realizan en pesos colombianos. Los impuestos de orden nacional son los creados por el órgano legislativo y que son aplicables a todo el territorio nacional, por ejemplo, el impuesto de renta, impuesto del gravamen al movimiento financiero. Los impuestos departamentales son los concretados por la asamblea departamental y son exclusivos de cada departamento, entre ellos están, el impuesto al consumo y el impuesto de registro. Por último, los impuestos municipales son los que implementa el consejo municipal con autorización del órgano legislativo, entre ellos esta, impuesto de Industria y Comercio (ICA), impuesto predial, impuesto al vehículo.

2.5 Establecimientos Permanentes

Según “El concepto tributario de Establecimiento Permanente es una pieza esencial del sistema tributario a la hora de establecer la forma de reparto de la potestad tributaria entre los Estados sobre las rentas empresariales. Al igual que las formas en que se realizan los negocios van cambiando a lo largo del tiempo, el concepto de Establecimiento Permanente va igualmente adaptándose a la realidad de los tiempos. En este artículo analizaremos el concepto actual de Establecimiento Permanente, que parte de nociones clásicas como el lugar fijo de negocios, para adentrarse en nuevos campos como el del comercio electrónico, o nuevos enfoques como el de la cláusula alternativa en la tributación de los servicios.” (Carlos Garcia, Olias Jimenez, pág. 1)

3. Marco Metodológico

El desarrollo de esta investigación fue de enfoque cualitativo y de diseño descriptivo, centrado en analizar los cambios tributarios que se forjan a partir del comercio electrónico en Colombia. “La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.” (EUMED.NET, 1998)

Primero, se aplicó el método histórico para poder determinar y entender toda la información pertinente a la normativa de Colombia y que esta encaminada a la aparición y posterior desarrollo del comercio electrónico. Finalmente, se hizo un análisis comparativo de algunos ordenamientos jurídicos. Se accedió a fuentes secundarias como estadísticas, opiniones de expertos, artículos científicos, entre otros.

4. Marco Legal

El comercio electrónico en Colombia evoluciono de manera rápida y transforma la forma de hacer negocios en todo el mundo, lo cual ha originado significativos retos en los sistemas jurídicos y tributarios. En Colombia, la legislación del comercio electrónico dio sus primeros pasos con el Decreto Ley 1900 de 1990.

Posteriormente, se creo la Ley 37 de 1993, cuando el país incursiono en las redes de telefonía móvil, y esto permitió que se les entregara a los habitantes un servicio publico de telecomunicaciones no domiciliarias de ámbito nacional. Asimismo, mediante el Decreto 2150 de 1995 se reglamentó la utilización de sistemas electrónicos de archivos, trasmisión de datos y utilización de correo electrónico para él envío de información, permitiendo la eliminación de documentos físicos.

Por otra parte, la Ley 527 de 1999 conocida como la ley del comercio electrónico ofrece en términos generales un lineamiento para las personas y entidades que quieran ingresar en el comercio electrónico.

Es importante mencionar que toda persona que haya iniciado a efectuar actividades mercantiles debe cumplir con los parámetros mencionados en el capítulo II denominado '*Deberes de los comerciantes*', artículo 19 del Decreto 410 de 1971 que dice lo siguiente:

Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;

- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (FUNCIONPUBLICA, s.f.)

Por lo anterior, desde la primera obligación como comerciante nace un gravamen el cual es responsable la persona que ofrece bienes y servicios a través de comercio electrónico estipulado en el artículo 195 del Decreto Ley 1333 de 1986 que menciona lo siguiente:

El impuesto de industria y comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que se ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedad de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos. (FUNCIONPUBLICA, s.f.)

4.1 La Corte Constitucional De La República De Colombia.

“La Corte Constitucional es una institución de la Rama Judicial del Poder Público creada mediante la adopción de la Constitución de 1991 con el fin de guardar la integridad y

supremacía de la Carta Política.” (La Corte, 2022) Por lo tanto, la entidad ha presentado varios pronunciamientos acerca del comercio electrónico.

Primero, la Corte evaluó la eficiencia jurídica para los mensajes de datos, dándoles así validez jurídica. Teniendo en cuenta, que en Colombia hay distintos medios electrónicos por donde los mensajes son enviados, recibidos y almacenados.

Segundo, la Corte verifico la constitucionalidad del artículo 6 de la Ley 527, mediante el cual se expidió “Cuando cualquier norma requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si la información que éste contiene es accesible para su posterior consulta.” (SECRETARIA SENADO, 2022), también se debe tener en cuenta el artículo 91 de la Ley 633 de 2000, por lo cual se regulo lo siguiente “Todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.” (FUNCIONPUBLICA, s.f.).

4.2 Consejo de Estado de la Republica

“El Consejo de Estado es un cuerpo judicial colegiado, compuesto por 31 magistrados o consejeros de Estado.” (WIKIPEDIA, 2022)

El Consejo de Estado concedió el valor probatorio ante las instancias pertinentes, el uso de comercio electrónico y firmas digitales, como lo nombran los artículos 10 y 11 denominados: Artículo 10. **ADMISIBILIDAD Y FUERZA PROBATORIA DE LOS MENSAJES DE**

DATOS. y Artículo 11. **CRITERIO PARA VALORAR PROBATORIAMENTE UN MENSAJE DE DATOS** de la ley de comercio electrónico.

4.3 Fiscalidad del Comercio Electrónico en Colombia

En Colombia, desde el año 1918 existe tributos de origen legislativo iniciando con la creación de la Ley 56 donde se estipula el impuesto nacional sobre la renta para personas naturales, jurídicas o empresas extranjeras residentes o no residentes en el país, que se benefician de rentas obtenidas por medio de bienes o capitales con jurisdicción colombiana. También, creó tres clases de tarifas que se basan en las rentas obtenidas, por lo tanto, se entiende que el inicio del sistema tributario colombiano fue por esta ley.

En el año 1972 por medio de la Ley 16 de 1972 se creó la Convención Americana de los Derechos Humanos “Pacto de San José de Costa Rica”. Donde se estipulo, en el artículo 32 que todas las personas deben contribuir con el financiamiento de estado en correlación entre la persona, la comunidad y el estado.

La constitución Política estableció los principios tributarios en el Artículo 363 de la Constitución Política de Colombia donde establece “El sistema tributario se funda en los principios de equidad, eficiencia y progresividad. Las leyes tributarias no se aplicarán con retroactividad.” (CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA, 2010, pág. 187). Se deben tener cuenta los principios tributarios que no se encuentran explícitamente en la constitución: legalidad, igualdad, capacidad contributiva, irretroactividad y no confiscatoriedad.

- ❖ **Equidad:** Este principio busca de manera objetiva que todos los individuos contribuyan con el Estado soportando la carga tributaria igual, así cada individuo responde a dicha imposición teniendo en cuenta los ingresos que recibe.
- ❖ **Eficiencia:** Este principio hace referencia a la oportunidad con la que se recauda el impuesto.
- ❖ **Progresividad:** Este principio hace referencia a la carga tributaria de cada individuo dependiendo de su capacidad de pago, quien más tiene, más paga.
- ❖ **Legalidad Tributaria:** Este principio es el más importante en derecho constitucional, su objetivo es fortalecer y velar por la seguridad jurídica, evitando permitir abusos impositivos de los gobernantes.
- ❖ **Igualdad:** Este principio se refiere a que ningún contribuyente puede ser discriminado por las razones que orienta la constitución, en la ley cualquier persona puede ser sujeto de impuestos sin importar su sexo, raza, orientación política o religiosa.
- ❖ **Capacidad Contributiva:** Este principio vela para que gobierno cumpla en no establecer cargas impositivas muy elevadas a las personas con menor capacidad económica.
- ❖ **Irretroactividad:** Este principio hace referencia a que todas las normas empiezan a regir en vigor hacia el futuro.
- ❖ **No confiscatoriedad:** Este principio se refiere a todas las personas y empresas deben aportar al estado para cumplir el mandato constitucional.

5. Resultados

Los resultados obtenidos en esta investigación van de acuerdo con el orden en que se recopiló la información y al diseño de la metodología. Principalmente, se recopila información

por medio de internet y las fuentes secundarias mencionadas en la metodología, segundo se analiza la información para comprender la tributación del comercio electrónico.

Continuamente, se recopilan las estadísticas y se logra el objetivo planteado, analizar los cambios tributarios que ha traído el comercio electrónico teniendo en cuenta todos los avances que ha tenido con el paso del tiempo.

Es importante recalcar que este tema es muy extenso y tiene limitaciones en cuanto a recopilar datos, pero, asimismo, las leyes, decretos y demás, dan a entender el tema y su avance.

6. Conclusiones

Principalmente, es lógico que existen problemas con la implementación del comercio electrónico y en general de la nueva era digital, y el tema tributario es uno de los que más presenta problemas. Actualmente en Colombia no hay una legislación especial sobre la tributación del comercio electrónico, por lo tanto, se convierte en una actividad comercial regulada como un establecimiento convencional

Es importante mencionar que Colombia necesita una legislación tributaria frente a este tema, su crecimiento acelerado lo justifica, pero surge una pregunta problema, ¿Cómo deben ser las directrices de esa legislación tributaria especial para el comercio electrónico?

Por otro lado, frente a la normativa vigente para la tributación de comercio electrónico, es importante mencionar que se debe hacer una reorganización de esta, teniendo en cuenta que fueron expedidas hace rato y su regulación era dirigida al comercio tradicional. La evolución de la era digital es mucho más notoria ahora en la era post-COVID, muchas personas se quieren

dedicar o crear su emprendimiento por medio de comercio electrónico, pero muchas de ellas no tienen en cuenta la normatividad que les rige.

Por último y no menos importante, el comercio electrónico está tomando una fuerza increíble que se debe tener en cuenta, para que quienes quieran iniciar en este mundo digital se puedan sentir respaldados por medio de una legislación.

7. Referencias

- ¿*Qué es e-commerce o Comercio Electrónico?* (10 de Abril de 2014). Obtenido de VISA:
<https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html>
- ARREAZA, J. M. (17 de Mayo de 2021). *marketing4ecommerceco*. Obtenido de Historia de Internet en Colombia: cómo evolucionó la red de redes en nuestro país:
<https://marketing4ecommerce.co/historia-de-internet-en-colombia/>
- Carlos Garcia, Olias Jimenez . (s.f.). *EL CONCEPTO TRIBUTARIO DE «ESTABLECIMIENTO PERMANENTE»*. Obtenido de PDF:
<https://www.uria.com/documentos/publicaciones/3213/documento/art29.pdf>
- Colín, J. P. (30 de JULIO de 2021). *La importancia de las plataformas digitales para negocios*. Obtenido de Jorge Pérez Colín: <https://blog.jorgeperezcolin.mx/la-importancia-de-las-plataformas-digitales-para-negocios/#:~:text=Una%20plataforma%20digital%20es%20un,casos%20son%20consumidores%20y%20productores.>
- Consejo de Estado de Colombia*. (17 de Mayo de 2022). Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Consejo_de_Estado_de_Colombia
- CONTITUCION POLITICA DE COLOMBIA*. (2010). Obtenido de CONTITUCION POLITICA DE COLOMBIA:
<https://www.ramajudicial.gov.co/documents/10228/1547471/CONSTITUCION-Interiores.pdf>
- Contributor, D. (28 de Enero de 2021). *Economía digital: ventajas y desventajas*. Obtenido de Docusign: <https://www.docusign.mx/blog/economia-digital>
- Corte Constitucional Republica de Colombia*. (2022). Obtenido de La Corte:
<https://www.corteconstitucional.gov.co/lacorte/>

CU4TROMARKETING. (s.f.). *EL VALOR AGREGADO DEL CONTADOR PÚBLICO EN LA ERA DIGITAL*. Obtenido de CU4TROMARKETING:

<https://www.cu4tromarketing.com/blog/contador-publico-en-la-era-digital>

eumed.net. (1998). Obtenido de Enfoque Cualitativo: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

Funcio Pública. (s.f.). Obtenido de Ley 633 de 2000:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6285>

FUNCIONPUBLICA. (s.f.). *Decreto 410 de 1971*. Obtenido de FUNCION PUBLICA:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

ICBF. (29 de Diciembre de 2000). *LEY 633 DE 2000*. Obtenido de ICBF:

https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_0633_2000.htm

Martín, P. (09 de 07 de 2021). *Emprendedor Inteligente*. Obtenido de ¿Qué es el comercio electrónico?: <https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-el-comercio-electronico/>

MINTIC. (Febrero de 2022). *BOLETÍN TRIMESTRAL DE LAS TIC*. Obtenido de MINTIC:

https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-198842_archivo_pdf.pdf

OROPEZA, D. (2018). *EL COMERCIO ELECTRONICO Y PRINCIPIOS ECONOMICO-COMERCIALES*. Obtenido de PDF:

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/4.pdf>

Pastrán, A. (18 de Septiembre de 2021). *El comercio electrónico en Colombia crecerá 74% en los próximos cinco años*. Obtenido de LAREPUBLICA:

<https://www.larepublica.co/internet-economy/el-comercio-electronico-en-colombia-crecera-74-en-los-proximos-cinco-anos-3234428>

PUBLICA, F. (s.f.). *Decreto Ley 1333 de 1986*. Obtenido de FUNCION PUBLICA:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1234>

secretaria senado. (20 de ABRIL de 2022). Obtenido de Ley 527 de 1999:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html