



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Proyecto de exportación de servicios a España

Cantero, Emanuel César

2004

Cita APA: Cantero, E. (2004). Proyecto de exportación de servicios a España. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires



CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN DE POSGRADO
Gestión Empresarial del Comercio Exterior y de la
Integración

Col 1502/037/1

MATERIA: Seminario de integración final

PROFESOR TUTOR: Dr. Horacio Hirsch

CATALOGADO

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE
SERVICIOS A ESPAÑA

Lib. D. 310, D. 320, H. 3 (430)
CIP
Trab. Posgr.

ALUMNO: Emanuel César Cantero

FECHA: 30 de noviembre de 2004

Secretaría de Posgrado
Facultad de Ciencias Económicas

119-0021

SEMINARIO DE INTEGRACION FINAL

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS A ESPAÑA

SÍNTESIS DE LA PRESENTACIÓN

El presente trabajo trata sobre la exportación de servicios, más específicamente servicios informáticos y software, teniendo como mercado objetivo a España. El servicio en particular que la empresa desea comercializar es el de brindar la posibilidad a los profesionales y PyMEs españoles que obtengan presencia en internet a través de la creación de su sitio Web de una forma automatizada y a costos accesibles.

Se incluyen las diferentes posibilidades de comercialización en el mercado destino de la herramienta que la empresa posee, eligiendo los canales de distribución más adecuados, los métodos de facturación de acuerdo a las legislaciones de los dos países, el costo y precio de exportación, y los mecanismos de cobranzas más apropiados por el tipo de servicio de que se trata.

También se introducen datos estadísticos sobre la cantidad de personas que utilizan internet, sobre el sector de las tecnologías de información, sobre las empresas que integran ese sector, las compras realizadas por medios electrónicos, etc.

Como marco integrador de todo el mercado de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, se encuentra la Sociedad de la Información. Se define a la Sociedad de la Información y se describe el marco regulatorio con legislación de la Unión Europea. En el marco de la Sociedad de la Información pero ya dentro de la legislación española se estudian las cargas impositivas para los servicios prestados hacia los profesionales y PyMEs españoles.

Se analizan las medidas incluidas por la nueva ley de promoción industrial del software argentina, que incluye medidas muy beneficiosas para las empresas del sector radicadas en nuestro país.

Por el lado del tratamiento impositivo que la legislación argentina dispensa a las exportaciones de servicios, se describen las referentes al Impuesto al Valor Agregado, al Impuesto Sobre los Ingresos Brutos de la Ciudad de Buenos Aires, al convenio firmado con España para evitar la doble imposición, así como las regulaciones del Banco central de la República Argentina en materia de ingreso de divisas por las mencionadas exportaciones.

Por último se incluye, a modo de comparación, el tratamiento que la legislación colombiana brinda a las exportaciones de servicios desde ese país.

Emanuel César Cantero

SEMINARIO DE INTEGRACION FINAL

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS A ESPAÑA

ÍNDICE

Empresa	3
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	3
 ANÁLISIS FODA	 3
Fortalezas	3
Oportunidades	4
Debilidades	4
Amenazas	5
 EL SERVICIO A EXPORTAR	 5
Creación de páginas HTML	5
Opción de estilos de diseño	5
Formularios para ser contactados	6
Mapa del sitio	6
Incorporar sus listas	6
Servicios adicionales	6
 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	 7
 EXPERIENCIA REALIZADA Y MERCADO OBJETIVO	 7
 DETERMINACIÓN DEL COSTO Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN	 8
 MECANISMOS DE COBRANZAS	 9
Cobro con tarjeta de crédito	9
Transferencia bancaria	9
www.paypal.com	10
 Mercado objetivo: España	 10
ALGUNOS DATOS DEL SECTOR	10
Empresas	12
Situación del comercio exterior del sector	13
 LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	 13
Legislación	14
Los servicios	15
Los prestadores de servicios	15
Disposiciones sobre contrataciones electrónicas	16
Solución de conflictos	17

CANALES DE DISTRIBUCIÓN	17
Aspectos impositivos	20
LOS IMPUESTOS PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	20
Impuesto al Valor Añadido	21
Definición de prestación de servicios	21
Territorialidad	22
Devengamiento del impuesto y alícuota aplicable	22
Impuesto a la Renta	24
TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN ARGENTINA	24
Ley de promoción de la industria del software	24
Tratamiento en el Impuesto al Valor Agregado	25
Tratamiento en el Impuesto Sobre los Ingresos Brutos	26
Normativa para el ingreso de divisas por exportaciones de servicios	26
LEGISLACIÓN COMPARADA: COLOMBIA	26
BIBLIOGRAFÍA	28

EMPRESA

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Se trata de una PYME localizada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires cuya actividad principal es el diseño y desarrollo de herramientas que son utilizadas sobre plataforma Web. Nos encontramos frente a sistemas o herramientas cuya utilización es independiente del alojamiento de las bases de datos que soportan el desarrollo, por lo tanto trasponen las fronteras de los países prescindiendo de soporte físico alguno. Éste es el aspecto más complejo a resolver en el presente trabajo, ya que nos hallamos ante la dificultad de tipificar este tipo de servicios dentro de los nomencladores de las diferentes aduanas, dado que como explicamos anteriormente no “cruzan” a través de ellas.

El propósito del presente trabajo es poder determinar el curso de acción más apropiado para éste tipo de actividades. Determinar si se deben pagar o no aranceles a la exportación, cómo se factura a los usuarios del exterior, establecer un abanico de posibilidades de cobranzas, investigar los canales de comercialización más adecuados para este tipo de servicios, etc.

El servicio que la empresa pretende exportar es una herramienta que permite la creación automática de sitios Web y la administración dinámica de contenidos para ser utilizados por PyMEs o profesionales.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

Una de las fortalezas más importante de una PyME es la capacidad de generar “cultura” empresarial más rápido que en una corporación, adaptando los objetivos del equipo rápidamente a nuevas estrategias.

Posibilidad de tercerizar la producción de los servicios en caso de recibir solicitudes que excedan de su capacidad actual, mientras se genera la estructura acorde a las nuevas exigencias.

Cuenta con servicios con un alto valor agregado combinado con costos reducidos.

A la característica descrita en el párrafo anterior se le suma el tipo de cambio actual del peso argentino, dos factores que se traducen en costos muy competitivos a nivel internacional.

Emanuel César Cantero

La programación y diseño de las herramientas se realizan en los lenguajes más actualizados y mejor preparados a nivel internacional, nutridos por una partida importante del presupuesto anual de la empresa para investigación y desarrollo de nuevos lenguajes y herramientas.

Oportunidades

Una de las principales oportunidades se basa en las reuniones negociadoras que se están desarrollando sobre los temas de servicios en el marco de la OMC, a partir de la creación del GATS.

En los países de la Unión Europea existe un amplio mercado para nuestros servicios ya que internet es utilizada masivamente por sus habitantes. Otro factor que se adiciona y potencia al anterior es la alta proporción de habitantes de la región que poseen PC, ya sea en sus hogares como en sus respectivos lugares de trabajo.

Otra oportunidad que presenta la posibilidad de brindar el servicio en España es el idioma, ya que, si bien la traducción de los sitios Web a diferentes idiomas es posible de realizar, aumenta considerablemente el costo de la herramienta.

Existe un nicho de mercado muy importante que no se encuentra ocupado por las grandes empresas y es la de brindar servicios, tales como la creación de sitios Web y la utilización de las herramientas para dicha plataforma, a los clientes finales directamente sean éstos profesionales o pequeñas empresas.

Otra oportunidad está dada por la migración de los desarrollos desde Estados Unidos hacia mercados con costos más bajos, ese fenómeno se estuvo produciendo en los últimos años con India como destinatario principal de esa corriente. Parte de esa migración podría canalizarse hacia nuestro país.

Por último, una nueva oportunidad se abre a partir de la reciente promulgación de la Ley de Producción de Software. Lo tomamos como una oportunidad ya que no sólo proporciona un marco legal a la actividad de desarrollo de Software, sino también porque se darán algunos beneficios a las empresas del sector como desgravaciones impositivas, créditos para empresas productoras, etc.

Debilidades

Escasas o nulas posibilidades de acceder a fuentes de financiamiento, tanto internas como externas, que permitan entre otras cosas aumentar el capital de trabajo a corto plazo. La principal debilidad de la PyME es que frecuentemente se enfrenta a poderes económicos mayores en manos de competidores (grandes corporaciones).

La mayoría de los países extranjeros prefieren contratar este tipo de servicios a empresas locales, en lugar de buscar proveedores del exterior.

Amenazas

Nuestro país no es reconocido internacionalmente como productor de servicios, lo que se traduce en el poco interés que demuestran por nuestras herramientas los extranjeros en general.

La difícil situación económica general de nuestro país y las complicaciones acarreadas del default del cual intenta salir Argentina, se traduce en una relación complicada con los organismos internacionales.

La inestabilidad se transforma en una amenaza ya que lo que hoy en día es una ventaja (el tipo de cambio), puede transformarse en una debilidad en el corto plazo, esto impide encarar proyectos a largo plazo.

EL SERVICIO A EXPORTAR

Se trata de una herramienta que mediante un nombre de usuario y contraseña permite al cliente tener la administración total de su sitio Web. Algunas de las características de esta herramienta son las siguientes:

Creación de páginas HTML

Sin demasiadas exigencias técnicas el usuario es guiado por los pasos necesarios para crear su propio sitio Web. Sin conocimientos de programación puede crear secciones, páginas, ubicar imágenes y generar contenidos con formato. La información ingresada por el usuario es almacenada en un repositorio global de datos, lo que permitirá posteriormente al sistema cambiar de diseño sin modificar los datos.

Opción de estilos de diseño

La herramienta cuenta con estilos diseñados específicamente para cada tipo de sitios. Una vez elegida la estética general, la herramienta construye el sitio aplicando ese diseño deseado. Los estilos se encuentran clasificados en grupos que tienen una estética similar; el usuario podrá cambiar de diseño en cualquier momento, y automáticamente todas sus páginas adoptarán la nueva imagen. Por lo tanto la herramienta también es dinámica en cuanto a la estética de los sitios, permitiendo al usuario agregar a la aplicación nuevos diseños, actualizando sus páginas con extrema facilidad.

Formularios para ser contactados

Posee un formulario de contactos o consultas, para que los visitantes del sitio puedan comunicarse con el creador del mismo sin necesidad de utilizar otro software. En el formulario se recogen todos los datos necesarios para que el administrador del sitio luego pueda lograr una eficiente comunicación con el visitante. Esta información es enviada a la casilla de e-mail que el administrador designe.

Mapa del sitio

El usuario de la herramienta puede incluir un mapa dinámico que nace desde la página principal del sitio y muestra en forma de árbol las conexiones con distintas secciones o páginas del sitio. Esto permite que los visitantes no se pierdan en la Web.

Incorporar sus listas

El usuario puede mostrar listados con sus referidos y los datos que desee incluir sobre ellos, si poseen página Web podrán disponer de un link hacia su dirección.

Servicios adicionales

Esta herramienta madre o base tiene la posibilidad de ser enriquecida con algunos servicios adicionales que presta la empresa sobre la misma. Para salir a vender: se puede adicionar un carrito de compras al sitio lo que permitirá al usuario realizar ventas desde su propia Web. Se pueden cargar imágenes y precios de los productos a comercializar y permitir que sus clientes los soliciten utilizando el carrito de compras. Reconocimiento internacional: consiste en la suscripción en los principales buscadores, más la detección de las mejores palabras clave para identificar el sitio Web. La vidriera de la Web: consiste en una ventana del tamaño adecuado, ubicada estratégicamente en la página principal del sitio donde aparecen en forma rotativa titulares y contenidos dinámicos previamente cargados en la base de datos de la herramienta. Esto permite destacar noticias del día o de los últimos días, que clickeando sobre los títulos se accede a la información completa. Preguntar para saber: otro de los servicios opcionales es el de encuestas en el cual el usuario puede administrar encuestas on-line orientadas a sus visitantes. Se pueden crear las preguntas que dan lugar a la encuesta on-line y cambiarse con la frecuencia que el administrador desee. Estadísticas en la Red: es una aplicación de procesamiento estadístico que brinda información sobre los visitantes del sitio creado. El usuario conocerá de inmediato el origen del visitante, qué páginas visitó, desde dónde se conectó, qué navegador utiliza, el país desde donde se realizó la visita, día y horario de la misma, etc.

COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO:

La comercialización de esta herramienta en el exterior podrá realizarse de cualquiera de las siguientes formas:

- Que se preste el servicio al usuario final (sea una profesional o una empresa), es decir que ésta persona o empresa será el administrador de la herramienta con todas las posibilidades descritas anteriormente. La contraprestación será un monto de desarrollo inicial o puesta en marcha del sitio Web, y luego una mensualidad por la utilización de la herramienta que le permite la administración dinámica del mismo.
- Que se alquile la utilización de la herramienta mediante un contrato de licencia a una empresa radicada en el extranjero, quien se encargará del contacto con el cliente final y llevará adelante la relación con el mismo. La figura de esa empresa radicada en el extranjero podría ser un distribuidor. La retribución de este servicio podrá materializarse de diferentes formas a convenir con la empresa licenciataria de la herramienta.

EXPERIENCIA REALIZADA Y MERCADO OBJETIVO

La empresa se encuentra prestando el servicio de la herramienta mencionada a usuarios finales que realizaron el contacto a través de referencias brindadas por clientes de la compañía. Uno de ellos es una empresa radicada en España a la cual se le desarrolló un sitio basado en la herramienta pero con algunas particularidades. Los otros dos casos son clientes finales radicados en Estados Unidos. Estas son las únicas experiencias de prestación del servicio en el extranjero hasta el momento. Vale aclarar que todos son destinatarios finales de la herramienta, es decir todavía no se ha encontrado una empresa con las características adecuadas como para realizar la representación de la herramienta en otro país, pero sí existen comisionistas que generan contactos con empresas españolas.

El mercado objetivo es España por el desarrollo no sólo económico sino también tecnológico del país, basándonos en el contacto realizado por la experiencia anteriormente mencionada. España tiene un amplio desarrollo de todo lo que se denomina la Sociedad de la Información (SI). Seguramente este país será la “puerta de entrada” a otro gran mercado como lo es La Unión Europea debido a una gran variedad de factores, entre los que se destacan el idioma, la experiencia satisfactoria de prestación del servicio realizada por la empresa hacia una española, la posibilidad de generar contactos con residentes en ese país, el importante desarrollo de la SI en la Unión Europea, etc.

DETERMINACIÓN DEL COSTO Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN

A continuación se expone la hoja de costos y precio de exportación para la creación de un sitio comercializado a través de un comisionista radicado en España.

Costos de Desarrollo	Pesos	Euros
Programación	\$ 30,00	
Diseño	\$ 120,00	
Total costos de Desarrollo	\$ 150,00	
Costos de Comercialización		
Comisión a vendedores	\$ 40,00	
Total costos de comercialización	\$ 40,00	
Gastos de Administración e impositivos		
Gastos Bancarios	\$ 12,00	
Impuestos	\$ 76,22	
Total gastos de administración e impositivos	\$ 88,22	
Gastos de Estructura	\$ 45,00	
Utilidad	\$ 476,78	
Precio de venta	\$ 800,00	€ 213,33¹

Como se puede apreciar la rentabilidad del producto que la empresa pretende comercializar en España ronda el 60% de utilidad sobre el precio de venta. Los márgenes que se manejan en este tipo de servicios rondan entre el 50% y 60% de utilidad, en el caso de nuestra empresa está ubicada cerca del máximo por haber amortizado la inversión del desarrollo de la herramienta sobre la cual se construyen los sitios. De esta forma los costos

¹ Cotización libre tipo comprador promedio durante el período 18/10/2004 y 26/11/2004 a razón de \$ 3,75 por cada euro. Fuente www.ambitoweb.com

de programación son los mínimos indispensables para el mantenimiento y mejora de la herramienta. Por lo tanto el costo de desarrollo más importante es el de diseño, ya que a través del diseño se logra la "personalización" que va a tener cada sitio Web creado con la herramienta.

MECANISMOS DE COBRANZAS

Uno de los temas más relevantes relacionados con la exportación de los servicios de nuestra empresa es el de las cobranzas y los diferentes mecanismos para realizarlas.

Deberá lograrse un proceso de cobranzas que proporcione a los clientes un abanico de posibilidades para realizar el pago, al mismo tiempo de brindarles seguridad sobre la operación que están realizando. De todos modos no hay que perder de vista que se trata de servicios prestados por vía electrónica, y por lo tanto, en numerosas transacciones no hay un contacto asiduo entre la empresa y el cliente.

Cobro con tarjeta de crédito

Este mecanismo es el ideal para el cobro de los servicios mensuales como la utilización de la herramienta de administración de contenidos, fundamentalmente por tratarse de montos reducidos.

El cobro con tarjetas de crédito puede materializarse de varias maneras, pero el más efectivo es el de cobro *on-line* desde el sitio Web de la empresa. Este cobro *on-line* se realiza a través de un proveedor de portales o *gateway* de pago. Lo que hacen estos proveedores es tomar los datos de la tarjeta de crédito en un servidor seguro, corroborar esos datos y solicitar la aprobación del pago. Si todos los datos están correctos entonces habilitan el cobro de la empresa sobre la tarjeta del cliente en forma *on-line*.

Como ventaja de este sistema se puede destacar la automaticidad de la operación ya que se realiza completamente desde el sitio Web de la empresa.

La desventaja fundamental del mecanismo es la imposibilidad de abonar montos importantes (si el cliente solicitara servicios adicionales u otros desarrollos) con las tarjetas de crédito debido a los límites de las mismas.

Transferencia bancaria

Este método puede utilizarse para cobrar los importes de los desarrollos iniciales de los sitios o bien para cobrar los montos por las licencias vendidas.

Se proporcionan los datos de las cuentas corrientes de la empresa a los clientes y ellos realizan la transferencia a través de su banco.

La ventaja principal de este sistema es la posibilidad de transferir grandes montos de dinero desde las cuentas bancarias de los clientes.

Como desventaja puede citarse los altos costos fijos que los bancos cobran a sus clientes para realizar este tipo de transferencias, sobre todo cuando la operación es por un monto reducido.

www.paypal.com

Este sistema es utilizado a nivel mundial para realizar pagos por compras *on-line*, o pagos de facturas en todo el mundo.

Este sistema de cobranzas funciona de la siguiente manera: la empresa deberá tener una cuenta a su nombre radicada en Estados Unidos. Sobre esa cuenta se abre otra electrónica en el sistema paypal donde se recibirán las cobranzas de los clientes. Luego desde esa cuenta electrónica se pueden realizar pagos, o bien se podrán transferir los fondos a la cuenta operativa y luego extraer el dinero.

El cliente podrá realizar un pago con su tarjeta de crédito sobre la cuenta de la empresa, o bien transferir desde su propia cuenta corriente a la cuenta electrónica de la empresa.

Una de las ventajas del sistema es que cualquier persona que tenga una cuenta corriente podrá relacionarla con una electrónica de Paypal (dependiendo el lugar de radicación de la persona con mayores o menores restricciones). Otra de la ventaja es que el sistema está utilizado en la actualidad por 50 millones de usuarios en todo el mundo.

La desventaja principal para las empresas radicadas en Argentina es que no se pueden relacionar directamente cuentas argentinas con Paypal, y los trámites para abrir una cuenta en Estados Unidos requieren de condiciones especiales y hasta demasiado engorrosas para una PYME.

MERCADO OBJETIVO: ESPAÑA

ALGUNOS DATOS DEL SECTOR

España ha identificado que el progreso del sector de las Tecnologías de la Información se constituye en una herramienta fundamental del desarrollo económico futuro, no sólo por ser el motor de la Sociedad de la Información sino también por su impacto en las variables económicas.

De acuerdo a los sondeos realizados, dentro de la UE existen aproximadamente 100 millones de personas que son usuarios habituales de las tecnologías basadas en internet, desde la utilización del e-mail, pasando por la compra de productos y servicios en los diferentes sitios Web, hasta llegar a la utilización de las herramientas proporcionadas por ésta plataforma como actividad principal de muchas empresas.

España hacia diciembre de 2001 contaba con el 8% de la cantidad de internautas totales de la UE (8 millones de españoles), lo que representa un mercado más que alentador para las empresas prestadoras de servicios informáticos establecidas en Argentina.

El mercado español, no sólo es importante por la cantidad de personas que utilizan a la red de redes habitualmente, sino también por el volumen de negocios que se generan a partir de la utilización de las herramientas mencionadas. Por ejemplo un informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), revela que en el primer semestre del año 2003 el importe total de operaciones de comercio electrónico con tarjeta de crédito o débito en España fue de €185.966, lo que representa un incremento del 83,36% respecto del mismo período del año anterior. El crecimiento en el volumen total de negocios que se llevaron a cabo con tarjetas ha sido acorde al aumento en el número de operaciones, ya que en el segundo trimestre del año 2003 el total de operaciones de comercio electrónico efectuadas fue de 1.398.025 contra las 861.040 transacciones en el mismo período del año 2002. Del conjunto de operaciones efectuadas, casi la mitad corresponde a compras realizadas en el extranjero, unas 698.000 operaciones en el segundo trimestre de 2003, que suponen un importe de €58,3 millones, de los cuales el 23,6% corresponde a Estados Unidos, el 67,7% a la Unión Europea y el 2,2% a América Latina.²

Los datos presentados anteriormente corresponden sólo a una porción (el comercio electrónico) de los negocios que pueden generarse a través de los desarrollos sobre plataforma Web. En busca de proporcionar una idea más abarcativa de la magnitud del mercado destino en conjunto nos basamos en un informe realizado el 06/05/2003 por la Asociación Nacional de Industrias Electrónicas y de Telecomunicaciones (ANIEL) de España. Dicho informe muestra que el hipersector de electrónica y telecomunicaciones durante el año 2002 representó un volumen de negocios de €71.153 millones. Los dos subsectores con mayor desarrollo fueron los *servicios de telecomunicaciones* con un 44% y la producción de *componentes y equipos electrónicos* con un 21% del total. Sin embargo el dato más relevante para el sector de nuestra empresa es que durante el año 2002 todos los servicios relacionados con desarrollos sobre plataforma Web contaron con una

² Fuente: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. www.cmt.es

participación del 12% del mercado distribuido de la siguiente forma: 6% para los *servicios informáticos*; 2% para el *comercio electrónico* y un 4% para los *contenidos electrónicos e internet*.³

Empresas

Considerando la totalidad del sector de TI, se estima que a nivel nacional el sector español está conformado por aproximadamente 7.889 empresas. Del total de empresas del sector el 99% son PyMEs, de las cuales 1.000 se estima que son medianas.

Las empresas del sector principalmente se distribuyen en Madrid, Barcelona y Valencia. Con el objetivo de proporcionar mayor detalle sobre el mercado de las TI en España, se incluye un cuadro con los datos aproximados del número de empresas que desarrollan actividades en software y servicios para las tres ciudades que poseen mayor concentración.

Cuadro N° 1 : Concentración de empresas en el área de servicios y software

PRODUCTO / N° EMPRESAS	ESPAÑA	MADRID	BARCELONA	VALENCIA
CAD/CAM/CAE	32	16	9	0
Comunicaciones	34	21	4	3
Consultoría informática	218	111	53	6
Dealer	305	105	60	18
Desarrollo de software a medida	445	159	112	22
Distribuidor o comercializador de productos informáticos	89	36	25	2
Educativo (cursos)	11	5	3	0
Empresas de servicios informáticos	403	179	89	15
Software estándar	53	30	10	5
Formación	118	37	34	7
ISP (Internet Server Provider)	76	21	18	6
Juegos y entretenimientos	11	8	1	0
Servicios de internet y multimedia	198	101	51	6
Software de gestión	300	94	77	14
Soluciones verticales y sectoriales	112	35	35	10
Tienda / retailer	385	74	69	18
Venta por catálogo / venta directa	79	28	18	5

Fuente: Web Guía Chip 2002

³ Datos extraídos del informe realizado por la Asociación Nacional de Industrias Electrónicas y de Telecomunicaciones (ANIEL) y publicados en www.aniel.es

Como se puede observar en el cuadro precedente los segmentos más fuertes del software y servicios españoles son: el desarrollo de software a medida y los servicios informáticos, seguidos por el software de gestión empresarial y la consultoría informática.

Situación del comercio exterior del sector

La obtención de cifras del comercio de servicios en el mundo presenta muchos inconvenientes ya que se carece de estándares internacionales para realizar mediciones. Por este motivo cada país cuenta con su propio método de clasificación de los servicios para realizar las mediciones, lo cual dificulta la comparación de los datos entre los distintos países. No obstante, desde hace un tiempo, a nivel internacional se está trabajando sobre la definición de un sistema unificado que permita la obtención de estadísticas.

LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La Sociedad de la Información (SI) tiene su origen en el continuo desarrollo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) y uno de sus máximos exponentes es la explosión de Internet, que en pocos años ha llegado a todos los rincones del mundo. Impulsar el desarrollo de la SI consiste en favorecer la incorporación creciente de estas tecnologías en todos los ámbitos económicos y sociales. La SI es, sin embargo, algo más que un simple progreso técnico, implica un importante cambio social que modifica las nociones de trabajo y ocio, la distribución del tiempo y las relaciones interpersonales. La SI, en definitiva, es un concepto multitemático, en el que intervienen aspectos tales como industria, investigación y desarrollo, propiedad intelectual, telecomunicaciones, cultura, trabajo, etc.

TIC es un término que se utiliza actualmente para hacer referencia a una amplia gama de servicios, aplicaciones y tecnologías, que utilizan diversos tipos de equipos y programas informáticos y que, a menudo, se transmiten a través de las redes de telecomunicaciones. Incluyen servicios de telecomunicaciones tradicionales tales como telefonía fija, telefonía móvil y fax, que se utilizan combinados con soporte físico y lógico para constituir la base de una gama de otros servicios tales como el correo electrónico, la transferencia de archivos de una computadora a otra e Internet, que potencialmente permite que estén conectadas todas las computadoras, dando con ello acceso a fuentes de conocimiento e información almacenadas en computadoras de todo el mundo.

Las TIC afectan a todas las facetas del actual modo de vida, y parecen destinadas a tener un impacto todavía mayor en el futuro próximo. Para que el potencial de la SI, de la

que las TIC son la herramienta fundamental, se desarrolle completamente, es necesario que sus ventajas sean accesibles a todos. Mientras que la llamada “revolución digital” genera flujos de información a una escala verdaderamente mundial e introduce cambios profundos en el funcionamiento de los negocios, los mercados y la política, el término “línea divisoria digital” indica que no todo el mundo se beneficia de estos cambios revolucionarios. Las TIC ofrecen novedosas y variadas vías para reducir las desigualdades sociales y económicas y para apoyar la creación de riqueza sostenible en el ámbito local, contribuyendo a la realización de objetivos de desarrollo más amplios. Sin embargo, mal difundidas y utilizadas, las TIC añadirán una “*dimensión digital*” a las desigualdades sociales y económicas ya existentes entre países y dentro de cada país.

El constante desarrollo de las TIC está produciendo transformaciones en las formas de producir, vivir y comunicar, que son difíciles de evaluar, pero es imposible permanecer al margen de este importante proceso de cambio. A este respecto, las Administraciones Públicas deben asumir el liderazgo que les corresponde para asegurar que esta “revolución social” desemboque en una sociedad más justa, más culta y más rica. En respuesta a esta revolución, todos los países desarrollados, y en particular los países europeos, han puesto en marcha iniciativas muy diversas, todas ellas dirigidas a la rápida implantación de la SI en sus respectivos territorios. En este sentido, es obligado hacer una mención expresa a las actuaciones de la propia Unión Europea, ya que constituyen el marco de referencia para los Estados miembros.

Legislación

Con el objetivo de brindar un lineamiento legal acorde a las exigencias de la SI, es que se da origen a nivel comunitario a la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo, convertida en Ley interna española bajo el N° 34/2002. Mediante el estudio de las dos normas expondremos las implicancias legales a las cuales deberá someterse cualquier actor que pretenda realizar negocios o actuar en el ámbito de la SI.

La “Sociedad de la Información” es el término, en el marco de la Unión Europea, bajo el cual se aglomeran todos los aspectos referentes a telecomunicaciones, internet, comercio electrónico y todas las actividades realizadas por medios electrónicos. Se destacan innumerables beneficios en la utilización de internet como vehículo de transmisión e intercambio de todo tipo de información, como la mejora de la eficiencia empresarial, la aparición de nuevas fuentes de empleo, etc.

Los servicios

A los efectos de la Ley se definen los servicios de la SI como todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario; también están incluidos en esta definición los no remunerados por los destinatarios en la medida que revistan el carácter de actividad económica para el prestador. Se determina un concepto amplio de servicios de la SI, que engloba, la contratación de bienes y servicios por vía electrónica, el suministro de información por dicho medio, las actividades de intermediación relativas a la provisión de acceso a la red, a la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones, etc.

No se requerirá autorización previa para la prestación de los servicios de la SI. Esto sin afectar a los regímenes de autorización del ordenamiento jurídico que no tengan por objeto *específico* y *exclusivo* la prestación por vía electrónica de los servicios.

Los prestadores de servicios

Los prestadores de los diferentes servicios son, los operadores de telecomunicaciones, los proveedores de acceso a internet, los portales, los motores de búsqueda o cualquier otro sujeto que disponga de un sitio en internet a través del que realice alguna de las actividades indicadas, incluido el comercio electrónico.

El establecimiento del prestador de servicios es un elemento esencial en la Ley, ya que de éste depende el ámbito de aplicación de la misma. Además el lugar de establecimiento del prestador determina la ley y las autoridades competentes para el control de su cumplimiento.

La ley se aplica con carácter general a los prestadores de servicios **establecidos en España** ya sea por tener domicilio en ese país o bien posea un establecimiento permanente en el mismo. El *establecimiento* es el lugar desde el que se dirige y gestiona una actividad económica. Se considera que un prestador de servicios posee establecimiento permanente cuando disponga en el territorio español de forma continuada o habitual, instalaciones o lugares de trabajo, en los que realice la totalidad o una parte de su actividad. Se aclara que la utilización de medios tecnológicos situados en España, para la prestación o el acceso al servicio, no servirá como criterio para determinar, por sí solo, el establecimiento en España del prestador. Los prestadores establecidos en España deberán atender también las demás disposiciones del ordenamiento jurídico español que les sean aplicables.

Para el caso de prestadores de servicios establecidos en un **Estado no perteneciente a la Unión Europea** se deberán cumplir determinadas condiciones. En primer lugar la Ley estipula que, para que puedan gozar del beneficio de libre prestación

de los servicios de la sociedad de la información como es el caso de los proveedores establecidos en la Unión Europea, se deberán atender los acuerdos internacionales entre el país en cuestión y España que resultaren de aplicación. Por otro lado se deberá tomar en cuenta lo estipulado en el artículo 8 de la Ley acerca de la interrupción del servicio en caso de que éste atente con los principios descriptos en el artículo.

Los prestadores de los servicios sobre los cuales recae la Ley estarán obligados a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a información tal como: nombre o denominación social; residencia o domicilio; dirección de correo electrónico; información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío, etc.

Adicionalmente, los prestadores de servicios de la SI, deberán informar al menos un nombre de dominio (o dirección de internet) que utilicen para su identificación en internet, así como todo acto de cancelación o modificación de ese nombre.

Otra disposición legal común a los prestadores de servicios es la contemplada en el artículo 10 de la ley. Se los obliga a disponer de los medios que permitan acceder por medios electrónicos, gratuitos, y fáciles a la siguiente información:

- Nombre o denominación social, domicilio, dirección de correo electrónico.
- Datos sobre la inscripción del nombre de dominio.
- El número de identificación que le corresponda.
- Información clara y exacta sobre el producto o servicio.

Disposiciones sobre contrataciones electrónicas

La ley también regula los aspectos de las contrataciones por vía electrónica, que si bien afectan tanto a los prestadores de servicios establecidos en España como a los ubicados en otros países, para estos últimos recobra una mayor importancia ya que se encuentran en igualdad de condiciones de contratación sin tener la obligación de establecer un domicilio en el territorio español, ni la necesidad de realizar un contacto “cara a cara” con la contraparte.

Los contratos que sean celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por las leyes, cuando cuenten con el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez. No será necesario el previo acuerdo de los contratantes sobre la utilización de medios electrónicos para que los contratos celebrados por vía electrónica sean válidos. Cuando se exija que el contrato u otro tipo de información consten por

escrito, ésta condición será satisfecha con el hecho de que dicha información esté contenida en soporte electrónico.

Para probar la celebración de este tipo de contratos, se seguirán las reglas generales del ordenamiento jurídico, y si fuera necesario, se regirán por lo establecido en la ley sobre firma electrónica. En caso de conflicto se admitirá como prueba documental en juicio al soporte electrónico en que conste el contrato celebrado por vía electrónica.

El prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de informar al destinatario de manera clara, comprensible e inequívoca, y antes de iniciar el procedimiento de contratación: los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato; los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos y en el idioma en que el contrato estará formalizado. Con anterioridad al proceso de contratación el prestador de los servicios deberá aclarar al destinatario las condiciones generales a las que deberá sujetarse el contrato para que puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario.

Los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor se presumirán celebrados en el lugar en que éste tenga su residencia habitual. En cambio los contratos celebrados entre empresarios o profesionales, si no estuviera pactado entre las partes, se presumirán celebrados en el lugar de establecimiento del prestador de servicios.

Solución de conflictos

Para las situaciones que generen algún tipo de conflicto se potencia el recurso de arbitraje y los procedimientos alternativos de resolución de conflictos ya que cuentan con mayor especificidad en cada uno de los temas tratados y por lo tanto son más rápidos, sencillos y cómodos para los usuarios. Además, se favorece el uso de medios electrónicos en la tramitación de dichos procedimientos, respetando, en su caso, las normas que, sobre la utilización de dichos medios, establezca la normativa específica sobre arbitraje.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Debido a la naturaleza de los productos y servicios que forman parte del sector de Tecnologías de la Información, para definir el canal más adecuado, hace falta tener en cuenta las posibilidades de operación en el país de destino. En España las principales maneras de operar son las siguientes:

- Inversión propia mediante la constitución de una sociedad en España.

- Asociación con empresarios ya radicados en España (joint ventures).
- Formalización de un acuerdo de distribución.
- Operar a través de un agente.
- Realización de operaciones a través de un comisionista.
- Establecimiento de una franquicia.
- Comercializar la licencia de utilización de los servicios.

Las principales multinacionales del sector de TI utilizan sus propias fuerzas de ventas para la comercialización de sus productos y servicios, realizando inversiones para establecerse físicamente en las ciudades españolas más importantes.

El crecimiento de la demanda española de los productos y servicios de TI ha provocado un aumento de las ventas indirectas. De todos modos la venta directa sigue siendo el esquema de comercialización más utilizado en el sector, sobre todo en los segmentos relacionados con los servicios.

El hardware y el software fueron los segmentos más representativos en el quinquenio 1995-2000 para las ventas indirectas, triplicando el valor comercializado a través de ese canal en el período mencionado.

Cuadro Nº2 : Ventas por segmento año 2000 (en millones de dólares)

SEGMENTO	TOTAL VENTAS AÑO 2000	VENTAS DIRECTAS	PARTICIP. VENTAS DIRECTAS	VENTAS INDIRECTAS	PARTICIP. VENTAS INDIRECTAS
Software	864,00	553,00	64,00%	311,00	36,00%
Servicios informáticos	2.982,00	2.920,00	97,90%	63,00	2,10%
Servicios de TI basados en Telecomunicaciones	1.792,00	1.792,00	100,00%	0,00	0,00%
Hardware	3.113,00	1.492,00	47,90%	1.621,00	52,10%
Consumibles	214,00	111,00	51,60%	104,00	48,40%
Totales	8.965,00	6.868,00	76,60%	2.099,00	23,40%

Fuente: SEDICI y MCYT

En el cuadro precedente puede observarse cómo se desarrollaron las ventas directas e indirectas en los diferentes segmentos de las TI durante el año 2000 en el mercado interior español. Queda demostrado que las ventas directas tienen una participación muy superior que las indirectas en el sector de las TI.

Nos focalizaremos en detallar los canales de comercialización de dos de los segmentos del mercado de las TI ya que poseen estrecha relación con el servicio que

pretende comercializar la empresa. Analizaremos en primer lugar el segmento de los servicios informáticos, incluyendo los mecanismos más utilizados de acuerdo a investigaciones realizadas y luego proponiendo la más conveniente para nuestra empresa. En segundo lugar haremos lo propio con los canales del software utilizando la misma modalidad que para los servicios informáticos.

Dadas las características del segmento de los **servicios informáticos** el canal de distribución más utilizado es la venta directa. De todos modos en el período 1999-2000 la comercialización a través de intermediarios fue el segmento que contó con el mayor aumento dentro del canal indirecto con un incremento del 22,70%.

El esquema de ventas a través de intermediarios es uno de los canales que utilizará la empresa, materializando esa relación a través de un contrato de licencia. El cliente de nuestra empresa será el licenciatario de la herramienta quien tomará a su cargo la relación con el usuario final de la misma. El licenciatario hará el contacto con la empresa o profesional (usuario final del servicio), relevará los requerimientos estéticos y funcionales, venderá la creación del sitio, facturará y realizará la cobranza del servicio. En el contrato de licencia se fijará el monto que el licenciatario deberá abonar a la empresa por cada sitio que comercialice.

Dentro del segmento del **software** los canales de comercialización más utilizados son la venta directa y la venta a través de distribuidores. En el canal indirecto generalmente se utiliza la figura de aliados de negocios mediante los cuales los productores de software intentan conformar una red de distribuidores especializados de sus productos.

La venta *on-line* cobra cada vez más importancia como canal de ventas de software empaquetado o enlatado. Según datos de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE), durante el año 2001 la venta de software a través de sitios Web ocupó el cuarto lugar de ventas con el 18,8%, detrás de las ventas de música, libros y contenidos para adultos. Tomando en cuenta las cifras proporcionadas por AECE según las cuales el Comercio Electrónico en España al consumidor final (B2C), en el año 2001, alcanzó un volumen de negocios de 457 millones de dólares, el monto atribuido a la venta de software *on-line* es de aproximadamente 86 millones de dólares. La venta *on-line* será uno de los canales de distribución de la empresa a través del sitio Web especialmente desarrollado para tal efecto.

El último canal de distribución seleccionado por la empresa se realiza mediante un acuerdo con un comisionista que bien puede ser una persona física o una empresa, siempre que se encuentren radicados en España. El objetivo principal del comisionista será la de realizar el contacto con el cliente final, y realizará los pasos siguientes hasta

Emanuel César Cantero

concretar la venta. Una vez concretada la venta el cliente final toma contacto con personal de nuestra empresa. A diferencia del contrato de licencia (descrito más arriba), es nuestra empresa quien mantiene la relación con el usuario final, es decir que personal de la empresa será quien tome contacto con el cliente final, defina las condiciones del sitio, realice la factura y se encargue de la cobranza. El comisionista estará encargado de realizar el contacto entre las dos partes y por esa tarea recibirá una comisión.

ASPECTOS IMPOSITIVOS

LOS IMPUESTOS PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El comercio electrónico por su propia naturaleza, es un proceso verdaderamente mundial y ninguna jurisdicción fiscal, de forma aislada, estaría en condiciones de solucionar todos los problemas que plantea. Por lo tanto, la gestión y administración eficaz de los impuestos dependerán en gran parte, entre otras cosas, de que se llegue a un consenso internacional sobre las medidas que deben adoptarse para evitar la doble imposición o exenciones de impuestos no deliberadas y, al mismo tiempo, que se ofrezca a las empresas una seguridad y certeza suficientes en cuanto a sus obligaciones. Se han realizado numerosas recomendaciones sobre cómo manejar los aspectos tributarios del comercio electrónico en la Unión Europea.

La Comunicación COM (98) 374 de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social proponía que la interfaz entre el régimen de impuestos indirectos de la Comunidad y los de sus socios comerciales debía ser neutral, es decir, que todos los suministros para consumo en la UE están sujetos a un IVA europeo, mientras que los suministros destinados a otras jurisdicciones no lo están, lo que pone de manifiesto el carácter del régimen del IVA comunitario, que es un impuesto global y general sobre el consumo. Por lo tanto el Consejo había formulado tres grandes principios: el primero estipulaba que no era necesario prever ningún impuesto nuevo o adicional, sino que se debían adaptar los impuestos existentes, y en particular el IVA, para poder aplicarlos al comercio electrónico. El segundo principio era que, a efectos de impuestos sobre el consumo, las entregas de productos en forma electrónica no debían considerarse mercancías. En el caso del régimen del IVA de la UE debían considerarse prestaciones de servicios. El tercer principio era que solamente las prestaciones de estos servicios consumidas en Europa debían gravarse en Europa (es decir, que el impuesto debía

aplicarse en el territorio en el que se produce el consumo). Hasta el momento no contamos con información sobre la aplicación de alguna de las recomendaciones realizadas a nivel comunitario.

Impuesto al Valor Añadido

Definición de prestación de servicios

La Ley 37/1992 en forma genérica establece que se considerará prestación de servicios a *"... toda operación sujeta al citado tributo que, de acuerdo con esta ley, no tenga la consideración de entrega, adquisición intracomunitaria o importación de bienes"*. Particularmente la descripción de los servicios prestados por empresas pertenecientes a la sociedad de la información están contemplados en el artículo 11º apartado **Dos**, punto 16 de la ley: *"En particular, se considerarán prestaciones de servicios:"*

16º "El suministro de productos informáticos cuando no tenga la condición de entrega de bienes, considerándose accesoria a la prestación de servicios la entrega del correspondiente soporte. En particular, se considerará prestación de servicios el suministro de productos informáticos que hayan sido confeccionados previo encargo de su destinatario conforme a las especificaciones de éste, así como aquellos otros que sean objeto de adaptaciones sustanciales necesarias para el uso por su destinatario". De acuerdo a la definición propuesta, los servicios que la empresa pretende comercializar en territorio español, están incluidos dentro de lo prescripto por la ley.

Con motivo de aclarar o ampliar la definición incluida en el artículo nº 11, se realizan consideraciones sobre el alcance de la prestación de servicios por vía electrónica, disponiendo que serán *"...aquellos servicios que consistan en la transmisión enviada inicialmente y recibida en destino por medio de equipos de procesamiento, incluida la compresión numérica y el almacenamiento de datos, y enteramente transmitida, transportada y recibida por cable, radio, sistema óptico u otros medios electrónicos"*. A modo de ejemplo se enumeran algunos de los servicios que están contemplados en la norma:

- a) El suministro y alojamiento de sitios informáticos.*
- b) El mantenimiento a distancia de programas y de equipos.*
- c) El suministro de programas y su actualización.*
- d) El suministro de imágenes, texto, información y la puesta a disposición de bases de datos.*

e) El suministro de música, películas, juegos, incluidos los de azar o de dinero, y de emisiones y manifestaciones políticas, culturales, artísticas, deportivas, científicas o de ocio.

f) El suministro de enseñanza a distancia.

Se aclara que por el simple hecho de que el prestador de servicios y el consumidor o destinatario de los mismos, se comuniquen por correo electrónico, no implica, por sí sólo, que el servicio prestado se considere que lo ha sido por vía electrónica.

Territorialidad

La norma sobre el IVA español estipula en su artículo N° 69 como regla general que las prestaciones de servicios se entenderán realizadas en territorio español cuando el prestador de los mismos se encuentre establecido en dicho territorio. Se considerará como medida de establecimiento el territorio donde el prestador de los servicios centralice la gestión y el ejercicio habitual de su actividad.

Sobre el tema de la territorialidad en la prestación de servicios se establecen consideraciones especiales en el artículo N° 70 de la norma. Por lo tanto se estipula que se considerarán como prestados en territorio español los servicios prestados por vía electrónica siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- Cuando el destinatario del servicio sea una empresa o profesional radicado en el territorio español, independientemente de la localización del prestador del servicio.
- Cuando los servicios sean prestados desde el territorio español por un empresario o profesional radicado en el mismo, y el destinatario se encuentre localizado en la Comunidad y no revista la condición de empresario o profesional.
- Cuando los servicios sean prestados por un empresario o profesional radicado fuera de la Comunidad pero que posea establecimiento permanente dentro del territorio español y que el destinatario del servicio no revista la condición de empresario o profesional y se encuentre establecido en el territorio español.

Devengamiento del impuesto y alícuota aplicable

El devengamiento del impuesto en las prestaciones de servicios se producirá cuando se presten, ejecuten o efectúen las operaciones gravadas.

La ley en su artículo N° 90 dispone que la alícuota general del impuesto es del 16%, al no existir estipulaciones especiales sobre la prestación de servicios, los mismos se gravarán con la alícuota general.

A modo de resumen sobre la aplicabilidad de la legislación de acuerdo al lugar de residencia del prestador de los servicios, se incluyen los siguientes cuadros.

Emanuel César Cantero

Cuadro N° 3 : Implicancias del IVA para prestadores no establecidos en la UE

P R E S T A D O R	DESTINATARIO			
			EMPRESARIO/PROFESIONAL	
			ESTABLECIDO EN ESPAÑA	ESTABLECIDO EN OTRO ESTADO MIEMBRO
	ESTABLECIDO	Lugar de Realización	Territorio español de aplicación del Impuesto	Estado miembro del destinatario
	FUERA DE LA UE	¿Debe repercutir el IVA?	NO	NO
		Sujeto Pasivo	Destinatario	Destinatario

El cuadro precedente detalla la situación en la cual se encuentra nuestra empresa (debido a que se encuentra radicada fuera de la UE), donde es el destinatario del servicio el sujeto pasivo del impuesto y quien deberá ingresarlo de acuerdo a las prescripciones legales españolas.

En el cuadro siguiente se describe la situación inversa a la anterior, es decir, que los servicios sean prestados por una empresa radicada en España.

Cuadro N°4 : Implicancias del IVA para prestadores establecidos en la UE

P R E S T A D O R	DESTINATARIO			
			EMPRESARIO/PROFESIONAL	
			ESTABLECIDO EN ESPAÑA	ESTABLECIDO EN OTRO ESTADO MIEMBRO
	ESTABLECIDO	Lugar de realización	Territorio español de aplicación del impuesto	Estado miembro del destinatario
	EN ESPAÑA	¿Debe repercutir el IVA?	Si, alícuota 16%	NO
		Sujeto Pasivo	Prestador	Destinatario

Impuesto a la Renta

La legislación española establece que serán rentas obtenidas en el territorio español aquellas que surjan de actividades o explotaciones económicas realizadas mediante establecimiento permanente en España.

También se consideran rentas gravadas las obtenidas por actividades o explotaciones económicas obtenidas sin intermediación de establecimiento permanente, cuando se trate de prestaciones de servicios utilizadas en el territorio español. Aclara que se entenderán utilizadas en ese territorio las que sirvan a actividades o explotaciones económicas realizadas en territorio español o se refieran a bienes utilizados en el mismo.

La alícuota general aplicable para las rentas obtenidas en territorio español es del 25%.

Los servicios prestados por la empresa se encuentran encuadrados dentro de la definición de rentas gravadas obtenidas sin intermediación de establecimiento permanente. Por lo tanto los importes facturados a empresas o profesionales radicados en el territorio español serán sujetos a la retención del 25% establecida por el texto legal. Sin embargo la ley 24.258 (B.O. 19/11/1993) reglamenta el acuerdo entre Argentina y España para evitar la doble imposición internacional entre esos dos estados para los impuestos sobre la renta y el patrimonio. Dicha ley estipula que en nuestro país se reconocerá a un residente argentino, como crédito contra su impuesto nacional a la renta, el monto del impuesto efectivamente pagado en España, con las limitaciones y condiciones que exija la autoridad de aplicación en materia impositiva.

TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN ARGENTINA

Ley de promoción de la industria del software

Lo más trascendente en materia fiscal para nuestra empresa es la reciente sanción y reglamentación de la Ley Nº 25.922 (B.O.09/09/04) de Promoción de la Industria del Software.

Se establece que los interesados en acogerse al régimen dispuesto por el texto legal, deberán inscribirse en el registro habilitado.

Las empresas que desarrollen las actividades objeto de la ley, serán aplicadas con el régimen tributario general, salvo algunas modificaciones a saber:

- Gozarán de estabilidad fiscal de los tributos nacionales por un lapso de 10 años.

- Las empresas del sector que desarrollen actividades de investigación y desarrollo en software, y/o certificación de calidad de software desarrollado en el país, y/o **exportaciones de software**, podrán convertir en un bono de crédito fiscal hasta el 70% de las contribuciones patronales que hayan pagado sobre la nómina salarial de la empresa destinados a esos procesos. Ese bono podrá utilizarse para cancelar otros impuestos nacionales como por ejemplo el IVA, excluido el impuesto a las ganancias.
- Las empresas que cumplan las condiciones descritas en el párrafo anterior, también tendrán una desgravación del 60% en el monto total del impuesto a las ganancias determinados en cada año.

El texto normativo establece un Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software que será integrado por los recursos que le asignen a través de la ley de presupuesto nacional, los ingresos por penalidades por el incumplimiento de la ley, donaciones, y fondos provistos por organismos internacionales. Esos fondos con la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva como autoridad de aplicación, serán utilizados prioritariamente a universidades, centros de investigación, PyMEs y nuevos emprendimientos de desarrollo de software.

A través de ese Fondo creado por la Ley y de acuerdo a la reglamentación que se establezca sobre la utilización de los fondos, es que la empresa tendrá la posibilidad de recurrir a financiamiento para su actividad exportadora. Fundamentalmente para la contratación de personal para el desarrollo de los servicios que la empresa pretende exportar.

Tratamiento en el Impuesto al Valor Agregado

La ley N° 23.349 del Impuesto al Valor Agregado incluye en su artículo 8 inciso d) a las exportaciones como exentas del impuesto.

La ley del IVA en su artículo N° 43 establece la posibilidad de realizar el recupero del impuesto por las operaciones gravadas en las adquisiciones de bienes, servicios y locaciones que destinen efectivamente a las exportaciones, en la medida que esas compras tengan relación con la exportación.

Esta facultad que estipula el mencionado artículo no es relevante para nuestra empresa, por lo menos por el momento. Por ser una empresa que exclusivamente se dedica a prestar servicios informáticos, el componente de costos más importante de la estructura de la empresa son las remuneraciones al personal y sus cargas sociales, que no se encuentran gravadas en el Impuesto al Valor Agregado. Como consecuencia de lo

expuesto, la empresa utiliza contra los débitos fiscales que le generan las ventas internas, la totalidad de los créditos fiscales, sin generar saldos a favor para recuperar.

Tratamiento en el Impuesto Sobre los Ingresos Brutos

En materia del Impuesto a los Ingresos Brutos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el código fiscal para el año 2004, en el artículo N° 135 punto 10 establece la exención del impuesto a los ingresos obtenidos por las exportaciones de servicios que sean efectivamente prestados en el exterior. Por la exención prevista se obtiene un ahorro del 3% sobre los servicios prestados en el exterior.

Normativa para el ingreso de divisas por exportaciones de servicios

El Banco Central de la República Argentina (BCRA) estableció un Mercado Único y Libre de Cambios a partir del 11 de febrero de 2002 para todas las operaciones cambiarias. Esto implica que las operaciones de cambio sólo podrán ser realizadas en las entidades autorizadas a tal efecto.

La comunicación "A" 3473 del BCRA establece que todo cobro de exportaciones de bienes y servicios se deberán liquidar en el Mercado Único y Libre de Cambios. El plazo para la liquidación en el Mercado Único y Libre de Cambios de los ingresos por exportaciones de servicios es de 15 días hábiles, contados a partir de la fecha de percepción en el exterior o en el país.

El importe producto de la negociación de las divisas en el Mercado Único y Libre de Cambios deberá ser acreditado en una cuenta corriente o caja de ahorros en una entidad financiera.

El plazo establecido por la comunicación "A" 3473 es el plazo general para la liquidación de las divisas en el Mercado Único y Libre de Cambios. Sin embargo la comunicación "A" 4108 del 02 de marzo de 2004 estipula un plazo de 90 días hábiles adicionales para la efectiva liquidación de divisas de exportaciones de bienes y servicios. Por consiguiente si sumamos los 15 días originales más los 90 días extras dispuestos por la comunicación "A" 4108, tenemos que en definitiva las divisas deberán liquidarse en un plazo máximo de 105 días hábiles.

LEGISLACIÓN COMPARADA: COLOMBIA

La legislación colombiana considera que los servicios prestados al exterior serán considerados como exportación, siempre que el exportador cumpla con las exigencias y formalidades establecidas para las exportaciones tradicionales.

Para que sea calificado como exportación se exigirá el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- El servicio deberá ser prestado a personas sin domicilio ni residencia en Colombia.
- El servicio deberá ser utilizado exclusivamente en el extranjero.
- El servicio deberá consistir en una obra material o intelectual, susceptible de ser verificada en su existencia real y su valor comercial.
- El prestador del servicio deberá solicitar la calificación de exportación del servicio. La calificación de exportación se otorgará a cada peticionaria mediante Resolución, por tipo de servicio.

Una vez obtenida la calificación de exportación los interesados deberán tramitar la respectiva Orden de Embarque, aún cuando el servicio no se contenga, soporte o exprese en un bien corporal mueble que deba remitirse al exterior.

Las Ordenes de Embarques que amparen servicios, deberán presentarse a la Aduana respectiva adjuntando una copia de la Resolución y una copia de la correspondiente factura.

Respecto a la extensión del IVA a los ingresos percibidos por la prestación de estos servicios, el exportador podrá emitir las facturas de exportación (Exentas de IVA) desde que el Servicio de Aduanas califique estos servicios como exportación.

BIBLIOGRAFÍA

Sitios Web

http://europa.eu.int/index_es.htm Portal de la Unión Europea
http://europa.eu.int/pol/infso/index_es.htm Legislación sobre comercio electrónico de la UE.
<http://www.aeat.es/> Agencia Tributaria Española
www.mcyt.es – Ministerio de ciencia y tecnología español
http://www.mcyt.es/grupos/grupo_legislacion.htm Ministerio de ciencia y tecnología en España, legislación sobre Ciencia y Tecnología
<http://www.cmt.es/cmt/index.htm> Comisión del mercado de telecomunicaciones de España.
www.sedisi.es – Asociación Española de Empresas de Tecnologías de la Información
<http://www.ine.es> – Instituto Nacional de Estadísticas Español
www.aniel.es Asociación Nacional de Industrias Electrónicas y de Telecomunicaciones española.
<http://www.aece.org> Comercio electrónico en España.
<http://www.ecomur.com/comercio.htm> Estadísticas en España
<http://www.sice.oas.org/> Sistema informático sobre comercio exterior
<http://www.aduanaargentina.com> Centro de información integral para el comercio exterior
<http://www.exportapymes.com> Centro para la internacionalización de las PyMEs
<http://www.mecon.gov.ar/comercio/electronico/default1.htm> Grupo de trabajo sobre comercio electrónico y comercio exterior del Ministerio de Economía de la Nación
<http://rionegro.com.ar/produccion/1-030824.html> Noticias sobre exportación de software desde Argentina
<http://www.argentinaexporta.com> Portal para exportadores argentinos
www.ambitoweb.com Consulta de cotizaciones de monedas.
<http://www.proexport.com.co> Sitio de la entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales colombianas.
<http://www.coinvertir.com> Datos de software en Colombia.
<http://www.comunidadandina.org> Sitio de la comunidad Andina
http://www.ticamer.org/varios/mercosur_programa.htm Programa MERCOSUR for export.

Leyes, decretos y resoluciones de la República Argentina

- Ley 23.349 Impuesto al Valor Agregado
- Ley 24.258 Doble Imposición internacional
- Ley 25.922 Promoción de la industria del software
- Ley 1.192 (G.C.B.A.) Código Fiscal para el año 2004 en la Ciudad de Buenos Aires
- RG AFIP N° 1415 Comprobantes letra “E” para operaciones de exportación.
- Comunicaciones del Banco Central de la República Argentina: “A” 3471; “A” 3473 y “A” 4108.

Leyes, decretos y resoluciones de la Unión Europea y España.

- Directiva 2000/31/CE sobre Comercio electrónico. UE
- Directiva 97/13/CE relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia. UE

Emanuel César Cantero

- Directiva 77/388/CEE, del Consejo de 17 de mayo, del Impuesto sobre el Valor Añadido.
- Ley 37/1992 IVA en España
- Ley 41/1998 sobre la Renta de No Residentes y Normas Tributarias.