



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
**CIENCIAS
ECONÓMICAS**

CONTADOR PÚBLICO NACIONAL Y PERITO PARTIDOR

“ CASO MERCADO LIBRE Y LA PROBLEMÁTICA EN LOS INGRESOS BRUTOS PROVINCIALES ”

Integrantes:

Luquez, Yodalia Doris - N° Registro: 23.863

March, Sofia Lourdes - N° Registro: 28.676

Ventimiglia, Erika Yael – N° Registro: 26.415

Dirección:

Contador Pralong, Dante.

Mendoza, 2025.

ÍNDICE

RESUMEN TÉCNICO	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I - FUNDAMENTOS GENERALES DEL DERECHO TRIBUTARIO Y DEL CONVENIO MULTILATERAL	7
1- Concepto de Tributo	7
2- Principios constitucionales en materia tributaria	7
2.A- Principio de legalidad	8
2.B- Principio de Equidad	8
2.C- Principio de Igualdad	8
2.D- Principio de Proporcionalidad	9
2.E- Principio de No Confiscatoriedad	9
3- Hecho imponible	9
4- Concepto de Impuesto	10
4.A- Clasificación de Impuestos	10
5- Impuesto sobre los Ingresos Brutos	11
6- Convenio Multilateral	12
6.A- Ámbito de aplicación del Convenio Multilateral	12
6.B- Fórmula de distribución	13
CAPÍTULO II - COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REGULACIÓN EN EL ÁMBITO DEL CONVENIO MULTILATERAL	16
1- Definición de comercio electrónico	16
2- Participación del comercio electrónico a nivel nacional	16
3- Tipos de plataforma de comercio electrónico	17
3.A- Marketplace (Mercados digitales)	18
3.B- Tiendas en línea: E-Commerce propio	18
4- El rol de los medios de pagos electrónicos	18
5- Mercado Libre: la plataforma más grande de E-Commerce de Argentina	19
6- Normativa en la provincia de Mendoza	20

7- Resoluciones de la Comisión Arbitral	20
7.A- Sustento territorial	20
7.B- Sustento territorial y Presencia digital	21
8- Criterios para la atribución territorial de ingresos para operaciones de comercio electrónico	21
CAPÍTULO III - ATRIBUCIÓN DEL INGRESO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO: PRESUNCIONES DE SUSTENTO TERRITORIAL E IMPACTO DE LA PRESENCIA DIGITAL	26
1- Presencia digital y atribución de ingresos	26
2- Diferencias en los criterios territoriales entre provincias en el régimen de Ingresos Brutos	27
3- Sanciones por incumplimiento en la inscripción de Convenio Multilateral	29
4- Inclusión automática y multiplicidad de regímenes de percepción y retención en diferentes jurisdicciones	31
4.A- Retenciones/Percepciones comerciales en Ingresos Brutos	34
4.B- Retenciones realizadas a través de cobros con tarjetas de créditos	35
4.C- Retenciones sobre acreditaciones bancarias	36
4.D- Retenciones sobre acreditaciones en cuentas de pago	37
5- Percepciones y Retenciones: Mercado Libre	38
5.A- Percepciones	39
5.B- Retenciones	42
6-Saldos a favor acumulados y falta de compensación efectiva	45
7- Costo operativo y financiero para los contribuyentes	46
7.A- Costos financieros	46
7.B- Costos operativos y administrativos	47
8- Problemática desde el lado del comprador	47
CONCLUSIÓN	49
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXO	53

RESUMEN TÉCNICO

En el presente trabajo se abordará el régimen del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, en particular el Convenio Multilateral y su adecuación al comercio electrónico, con especial referencia a la plataforma Mercado Libre.

El constante crecimiento del comercio electrónico ha dejado rezagadas las normas tributarias vigentes, generando falta de claridad respecto de los procedimientos que deben seguir los contribuyentes al momento de comercializar sus bienes por estas plataformas, así como mayores costos financieros, operativos y administrativos.

La problemática se manifiesta, en primer lugar, en las percepciones y retenciones que se aplican a los contribuyentes de manera excesiva y, en segundo término, en lo referido a la determinación, liquidación y pago del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, considerando que la comercialización se realiza en distintas jurisdicciones.

Este trabajo se desarrollará tanto del lado del vendedor como del comprador. En el primer caso, la falta de inscripción del contribuyente en el Convenio Multilateral, o una inscripción incompleta, puede derivar en sanciones futuras. En el segundo caso, las percepciones practicadas al comprador en diversas jurisdicciones afectan aun cuando éste se encuentre inscripto en el régimen local.

Para llevar a cabo la presente investigación, indagamos, ordenamos y analizamos diversas fuentes de información, incluyendo aportes doctrinarios, normativa vigente y sitios web oficiales de organismos institucionales. Asimismo, obtuvimos datos relevantes mediante la realización de una encuesta a distintos contribuyentes.

Luego de analizar minuciosamente toda la información recopilada, concluimos que las normas tributarias vinculadas al tema de estudio se encuentran notablemente desactualizadas, lo cual genera incertidumbre y mayores costos para los contribuyentes, en detrimento de la competitividad. Y si bien se han realizado intentos de mejorar la normativa, estos resultan insuficientes, por lo que se requiere una revisión general y exhaustiva de manera urgente.

Palabras claves: Convenio Multilateral - Comercio electrónico - Jurisdicciones - Domicilio del contribuyente - Mercado Libre

INTRODUCCIÓN

El crecimiento sostenido del comercio electrónico en el mundo ha transformado radicalmente la forma de comercializar bienes y servicios. Un caso emblemático es el fenómeno de Mercado Libre, que desde su fundación, se ha posicionado como la plataforma líder en ventas online en el país y en América Latina. Este avance tecnológico ha permitido a miles de vendedores ampliar su mercado y acceder a consumidores en todo el territorio nacional, pero al mismo tiempo ha planteado complejos desafíos en materia tributaria, especialmente en relación con el Impuesto sobre los Ingresos Brutos y la aplicación del Convenio Multilateral.

Frente a la posibilidad de vender en cualquier punto del país, y considerando que cada provincia cuenta con normativas fiscales propias, se genera un escenario en el que la correcta determinación, liquidación y pago del impuesto se torna compleja para los contribuyentes. La problemática más común es la falta de inscripción adecuada en el Convenio Multilateral, lo que conlleva a la falta de declaración de actividades en las jurisdicciones correspondientes, esto puede derivar en sanciones y costos fiscales que impactan negativamente a vendedores y compradores. Desde el punto de vista de los vendedores, éstos pueden enfrentar sanciones por incumplimientos formales y/o materiales y por el lado de los compradores, sufren percepciones que no pueden ser computadas en sus declaraciones juradas por no estar inscriptos en la jurisdicción correspondiente, lo que evidencia un vacío legal que incrementa los costos de las operaciones comerciales.

El presente trabajo de investigación, titulado “Caso Mercado Libre y la problemática en los Ingresos Brutos provinciales”, tiene por objetivo definir el Impuesto a los Ingresos Brutos, tanto en el régimen general como Convenio Multilateral, analizar las implicancias fiscales, económicas y operativas derivadas de utilizar plataformas de intermediación, como el caso de Mercado Libre, en la compraventa de bienes y servicios. También, identificar las consecuencias que enfrentan los contribuyentes ante la falta de inscripción o la presentación incompleta, o la no presentación de declaraciones juradas y examinar los efectos desde la perspectiva de los compradores.

La investigación se desarrolla a través de un análisis normativo, doctrinario y práctico, mediante el cual se detectan vacíos normativos en la definición del criterio de atribución del ingreso, la compensación y/o devolución de saldos a favor y definición de hechos imponible digitales.

Las reflexiones que se exponen a lo largo del trabajo evidencian la importancia de la adecuación y modernización de la normativa de Convenio Multilateral y la mejora de la coordinación entre las distintas jurisdicciones, a fin de cubrir adecuadamente las particularidades del comercio electrónico, reducir costos fiscales indebidos y fomentar el crecimiento de esta modalidad comercial como motor clave de la economía actual.

Se comenzará desarrollando en el capítulo primero el concepto de tributo, los principios constitucionales en materia tributaria, definición de hecho imponible, impuestos y sus clasificaciones, centrándonos en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos y en particular la normativa referida al Convenio Multilateral.

En el capítulo segundo abordaremos el comercio electrónico, y su regulación en el ámbito del Convenio Multilateral haciendo foco en especial en la plataforma de Mercado Libre.

En el capítulo tercero se desarrollará la atribución del ingreso en el comercio electrónico, las presunciones de sustento territorial y el impacto de la presencia digital, analizando en la normativa actual y las implicancias fiscales, económicas y operativas de comercializar a través de Mercado Libre, tanto de la perspectiva del vendedor como del comprador.

Por último estableceremos las conclusiones arribadas a través del desarrollo de la presente investigación.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS GENERALES DEL DERECHO TRIBUTARIO Y DEL CONVENIO MULTILATERAL

En este capítulo se desarrollarán los conceptos fundamentales del derecho tributario necesarios para comprender el marco normativo vigente en Argentina, así como los principios generales que lo rigen. Para ello, se tomarán como referencia los aportes de autores como Villegas, Melzi y Jarach, junto con las disposiciones de la Constitución Nacional. A su vez, se analizará el Impuesto sobre los Ingresos Brutos y el funcionamiento del Convenio Multilateral como instrumento de coordinación entre jurisdicciones, prestando especial atención a su aplicación en actividades económicas desarrolladas en más de una provincia.

1- CONCEPTO DE TRIBUTO

Según la Real Academia Española (2025) ‘tributo’ se define como “cantidad que debe entregarse al Estado para el sostenimiento de las cargas públicas.”

“El tributo es definido como ‘toda prestación patrimonial obligatoria -habitualmente pecuniaria- establecida por la ley, a cargo de las personas físicas y jurídicas que se encuentren en los supuestos de hecho que la propia ley determine, y que vaya dirigida a dar satisfacción a los fines que al Estado y a los restantes entes públicos estén encomendados’” (Villegas, 2003, pág. 151). Esta prestación al ser obligatoria es impuesta por una parte a la otra, denominada la primera “sujeto activo” que corresponde al Estado Nacional, Provincial y Municipal; y la segunda “sujeto pasivo” es la obligada a tributar en favor del sujeto activo.

2- PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES EN MATERIA TRIBUTARIA

En función del concepto explicado precedentemente, el Estado es el único con potestad para aplicar tributos, esta atribución es concedida a través de la Constitución Nacional, la cual además limita el poder otorgado mediante los siguientes principios:

- Principio de legalidad;
- Principio de equidad;

- Principio de igualdad;
- Principio de proporcionalidad;
- Principio de no confiscatoriedad;

2.A - PRINCIPIO DE LEGALIDAD

Este principio está consagrado en los Artículos 4º, 17º y 52º de la Constitución Nacional Argentina donde se establece que ningún tributo puede ser exigido sin una ley previa que lo establezca.

El Artículo 4º establece que “El Gobierno federal provee a los gastos de la Nación con, ...las demás contribuciones que equitativa y proporcionalmente a la población imponga el Congreso...”

En los Artículos 17º y 52º, de la Constitución atribuye exclusivamente al Congreso la imposición de las contribuciones expresadas en el Artículo 4º, más específicamente a la Cámara de Diputados como la iniciadora de las leyes en materia de contribuciones.

2.B - PRINCIPIO DE EQUIDAD

Este principio se deriva del Artículo 4º de la Constitución Nacional, en donde se establece que las contribuciones que imponga el Congreso deberán recaer en forma equitativa sobre la población. Este principio se halla vinculado al de no confiscatoriedad, igualdad y proporcionalidad.

Existen dos corrientes o criterios de interpretación:

- Método de capacidad de pago: paga quien tiene más capacidad en base a ciertos indicadores como el ingreso y consumo.
- Método del beneficio: paga quién se beneficia del servicio.

2.C - PRINCIPIO DE IGUALDAD

Se halla comprendido en el Artículo 16º de la Constitución Nacional. El mismo establece que: “La Nación Argentina no admite prerrogativas de sangre, ni de nacimiento: no hay en ella fueros personales ni títulos de nobleza...”. También establece que: ...“Todos sus habitantes son iguales ante la ley...” y que: ...“La igualdad es la base del impuesto y de las cargas públicas”.

Pero esta igualdad no significa que todos los habitantes deban soportar la misma cantidad de tributo, sino que busca garantizar la igualdad de tratamiento ante la ley, ante igualdad de circunstancias, y la ecuanimidad del sistema tributario, considerando la capacidad contributiva de cada habitante.

2.D - PRINCIPIO DE PROPORCIONALIDAD

Este principio va de la mano con el anteriormente analizado, y se encuentra encuadrado en el Artículo 4º de la Constitución Nacional, el cual establece: “...las demás contribuciones que equitativa y proporcionalmente a la población imponga el Congreso General...”.

Esto significa que la carga tributaria impuesta a los sujetos pasivos debe ser proporcional a la capacidad contributiva exteriorizada.

2.E - PRINCIPIO DE NO CONFISCATORIEDAD

Principio establecido en el Artículo 17º de la Constitución Nacional: “La propiedad es inviolable, y ningún habitante de la Nación puede ser privado de ella, sino en virtud de sentencia fundada en ley. La expropiación por causa de utilidad pública, debe ser calificada por ley y previamente indemnizada... La confiscación de bienes queda borrada para siempre del Código Penal argentino...”.

Del citado artículo se deriva el Derecho a la Propiedad, por lo que en materia tributaria, el Estado no puede utilizar su poder tributario para apropiarse de los bienes de los contribuyentes.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación ha establecido que un tributo es confiscatorio cuando absorbe una parte sustancial de la renta o el patrimonio del contribuyente, impidiendo el ejercicio razonable de sus derechos de propiedad.

3- HECHO IMPONIBLE

En función de lo expuesto anteriormente respecto del principio constitucional de legalidad, la obligación tributaria nace con la realización del hecho imponible, entendido como “la situación de hecho prevista por la ley como determinante del gravamen, en la que confluyen la configuración del hecho (aspecto material), su conexión con alguien (aspecto subjetivo), su consumación en un momento fáctico determinado (aspecto temporal) y en un lugar determinado (aspecto espacial)”. (Melzi, 2005).

Los elementos del hecho imponible son:

- **Elemento objetivo o material:** describe la conducta, acto, hecho económico o situación jurídica que la ley define como generadora de la obligación tributaria. Es la descripción abstracta del presupuesto de hecho que, al concretarse en la realidad, da nacimiento al tributo.
- **Elemento subjetivo o personal:** identifica a la persona o entidad que está obligada al pago del tributo. Este elemento se desdobra en:

- **Sujeto activo:** El ente público (Estado, provincia, municipio, etc.) acreedor del tributo.
- **Sujeto pasivo:** La persona física o jurídica que, por disposición legal, está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria (contribuyente o responsable).
- **Elemento espacial o territorial:** define el ámbito geográfico dentro del cual debe realizarse el hecho generador para que nazca la obligación tributaria. Determina la jurisdicción en la que el tributo es exigible.
- **Elemento temporal:** establece el momento exacto en que se considera perfeccionado el hecho imponible y, por lo tanto, surge la obligación tributaria. Este momento es crucial para determinar la ley aplicable y el cumplimiento de los plazos.

4- CONCEPTO DE IMPUESTO

El impuesto es una de las principales especies del tributo y se caracteriza por su naturaleza no vinculada, ya que su obligación surge de un hecho generador independiente tanto de la actividad del contribuyente como de la del Estado. Es decir, no requiere una contraprestación específica ni directa por parte del Estado para que surja la obligación de pago.

Villegas (2009) define el impuesto como “el tributo exigido por el Estado a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como generadoras de la obligación del tributo, situaciones estas ajenas a toda concreta acción gubernamental vinculada a los pagadores”.

4.A- CLASIFICACIÓN DE IMPUESTOS

4.A.1. - Según la manifestación de capacidad contributiva

La capacidad contributiva se entiende como la aptitud para ser sujeto pasivo de obligaciones tributarias y sostener a los gastos del Estado.

Entonces podemos tener diferentes manifestaciones de riqueza que pueden estar gravadas por impuestos:

- Rentas
- Patrimonio
- Transacciones
- Consumo

4.A.1.a - Impuestos a las rentas

El impuesto sobre la renta es aquel que grava los beneficios económicos obtenidos por personas, empresas, u otras entidades legales.

4.A.1.b - Impuestos al patrimonio

Es un impuesto que se aplica sobre el patrimonio personal de las personas humanas, y se calcula basándose en el valor de todos los bienes del sujeto.

4.A.1.c - Impuestos a las transacciones

Estos impuestos son aplicados a determinadas transacciones monetarias con un propósito particular.

4.A.1.d - Impuestos a los consumos

El impuesto al consumo es un tributo que grava la adquisición de bienes y servicios, trasladando la carga impositiva al consumidor final. Su base imponible se determina en función del valor de la transacción y puede aplicarse de manera general (como el Impuesto al Valor Agregado); o de forma específica sobre ciertos productos o actividades, como los impuestos al consumo (tabaco, alcohol, combustibles, etc.).

4.A.b - Según su traslabilidad: directos e indirectos

Entonces, los impuestos directos son aquellos que gravan exteriorizaciones inmediatas de riqueza o capacidad contributiva —como la posesión de una casa, un automotor o la obtención de una renta periódica—, mientras que los impuestos indirectos gravan manifestaciones mediatas de riqueza, como el consumo, tal como lo explica Jarach (2013).

Estos fundamentos teóricos y normativos son imprescindibles para comprender la complejidad que implica la aplicación práctica de los tributos en un país federal como Argentina, donde la concurrencia de diversas jurisdicciones en una misma actividad económica exige reglas claras y mecanismos de coordinación efectivos. En este sentido, el estudio del Impuesto sobre los Ingresos Brutos y el Convenio Multilateral constituye un paso necesario para entender cómo se busca armonizar la potestad tributaria de cada provincia con la realidad económica interjurisdiccional.

5- IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS

El Impuesto sobre los Ingresos Brutos es un tributo que aplican todas las provincias argentinas sobre los ingresos obtenidos por los contribuyentes involucrados en actividades comerciales, industriales, agrícolas, financieras o profesionales. Su alícuota depende de la jurisdicción y de la actividad desarrollada.

El Código Fiscal de la provincia de Mendoza define en su Artículo 163° que “el ejercicio habitual y a título oneroso en jurisdicción de la Provincia de Mendoza del comercio, industria, profesión, oficio, negocio, locaciones de bienes, obras o servicios, o de cualquier otra actividad a título oneroso – lucrativa o no – cualquiera sea la naturaleza del sujeto que la preste (incluidas las cooperativas) y el lugar donde se realice (zonas portuarias, espacios ferroviarios, aeródromos y aeropuertos, terminales de transporte, edificios y lugares de dominio público y privado y todo otro de similar naturaleza), estará alcanzado con un Impuesto sobre los Ingresos Brutos en las condiciones que se determinan en los artículos siguientes.”

6- CONVENIO MULTILATERAL

En Argentina, cada provincia tiene la potestad de gravar con Ingresos Brutos las actividades comerciales realizadas en su territorio. Si un sujeto actúa solo en una provincia, liquida y paga allí; pero cuando sus actividades económicas alcanzan dos o más jurisdicciones, surge el problema de cómo repartir el ingreso gravado. El Convenio Multilateral resuelve este problema.

El Convenio Multilateral del año 1977, es un acuerdo al que han adherido las provincias argentinas y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuyo objetivo es establecer criterios uniformes de atribución de base imponible del Impuesto sobre los Ingresos Brutos y así evitar la doble o múltiple imposición cuando un contribuyente realiza actividades en más de una jurisdicción.

Lo que busca el Convenio es garantizar un reparto equitativo y racional de los ingresos fiscales, respetando la autonomía de cada fisco pero asegurando a su vez un tratamiento armónico para los contribuyentes.

Es coordinado a través de la Comisión Arbitral que se encarga de resolver los conflictos que pudieran surgir entre las jurisdicciones o entre éstas y los contribuyentes, en relación a la aplicación e interpretación de las normas del Convenio.

6.A- ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL CONVENIO MULTILATERAL

El artículo 1° del citado convenio establece el ámbito de aplicación objetivo y subjetivo, señalando que: “Las actividades a que se refiere el presente Convenio son aquéllas que se ejercen por un mismo contribuyente en una, varias o todas sus etapas en dos o más jurisdicciones, pero cuyos ingresos brutos, por provenir de un proceso único, económicamente inseparable, deben atribuirse conjuntamente a todas ellas ya sea que las actividades las ejerza el contribuyente por sí o por terceras personas, incluyendo las efectuadas por intermediarios, corredores, comisionistas, mandatarios, viajantes o consignatarios, etcétera, con o sin relación de dependencia. Así se encuentran comprendidas en él los casos en que se configure alguna de las siguientes situaciones:

1) Que la industrialización tenga lugar en una o varias jurisdicciones y la comercialización en otra u otras, ya sea parcial o totalmente

2) Que todas las etapas de la industrialización o comercialización se efectúen en una o varias jurisdicciones y la dirección y administración se ejerza en otra u otras

3) Que el asiento principal de las actividades esté en una jurisdicción y se efectúen ventas o compras en otra u otras

4) Que el asiento principal de las actividades esté en una jurisdicción y se efectúen operaciones o prestaciones de servicios con respecto a personas, bienes o cosas radicados o utilizados económicamente en otra u otras jurisdicciones. (...)”

Este artículo adquiere especial relevancia en el contexto actual del comercio electrónico, que hace necesario aplicar las disposiciones del Convenio Multilateral para tener una tributación ordenada en un entorno económico cada vez más globalizado y complejo.

6.B- FÓRMULA DE DISTRIBUCIÓN

Por otro lado el artículo 2º dispone que cuando un contribuyente realiza actividades en más de una jurisdicción, los ingresos brutos deben ser atribuibles a todas las jurisdicciones intervinientes mediante los mecanismos establecidos en el Convenio para evitar que una provincia grave la totalidad de la actividad en forma exclusiva.

Artículo 2º Convenio Multilateral: “Salvo lo previsto para casos especiales, los ingresos brutos totales del contribuyente, originados por las actividades objeto del presente Convenio, se distribuirán entre todas las jurisdicciones en la siguiente forma:

1) El cincuenta por ciento (50%) en proporción a los gastos efectivamente soportados en cada jurisdicción.

2) El cincuenta por ciento (50%) restante en proporción a los ingresos brutos provenientes de cada jurisdicción, en los casos de operaciones realizadas por intermedio de sucursales, agencia u otros establecimientos permanentes similares, corredores, comisionistas, mandatarios, viajantes o consignatarios, etcétera, con o sin relación de dependencia. A los efectos del presente inciso, los ingresos provenientes de las operaciones a que hace referencia el último párrafo del artículo 1º, deberán ser atribuidos a la jurisdicción correspondiente al domicilio del adquirente de los bienes, obras o servicios.

La fórmula de distribución contemplada en el artículo 2° del Convenio Multilateral establece una división objetiva de la base imponible en partes iguales: un 50% según los ingresos generados en cada jurisdicción y un 50% conforme a los gastos computables los cuales están mencionados en el artículo 3° y siguientes.

Fórmula

Base Imponible por jurisdicción:

(50% Ingresos en la jurisdicción + 50% Gastos en la jurisdicción)

Artículo 3° Convenio Multilateral: “Los gastos a que se refiere el artículo 2°, son aquellos que se originan por el ejercicio de la actividad.

Así, se computarán como gastos los sueldos, jornales y toda otra remuneración, combustibles y fuerza motriz, reparaciones y conservación, alquileres, primas de seguros y en general todo gasto de compra, administración, producción, comercialización, etcétera. También se incluirán las amortizaciones ordinarias admitidas por la ley del impuesto a las ganancias.

No se computarán como gastos:

1) El costo de la materia prima adquirida a terceros destinados a la elaboración en las actividades industriales, como tampoco el costo de las mercaderías en las actividades comerciales. Se entenderá como materia prima, no solamente la materia prima principal, sino todo bien de cualquier naturaleza que fuere que se incorpore físicamente o se agregue al producto terminado;

2) El costo de las obras o servicios que se contraten para su comercialización;

3) Los gastos de propaganda y publicidad;

4) Los tributos nacionales, provinciales y municipales (impuestos, tasas, contribuciones, recargos cambiarios, derechos, etcétera);

5) Los intereses

6) Los honorarios y sueldos a directores, síndicos y socios de sociedades, en los importes que excedan del uno por ciento (1%) de la utilidad del balance comercial.

Artículo 4° Convenio Multilateral: Se entenderá que un gasto es efectivamente soportado en una jurisdicción, cuando tenga una relación directa con la actividad que en la misma se desarrolle (por ejemplo: de dirección, de administración, de fabricación, etcétera), aún cuando la erogación que él representa se efectúe en otra. Así los sueldos, jornales y otras remuneraciones se consideran soportado

en la jurisdicción en que se prestan los servicios a que dichos gastos se refieren.

Los gastos que no puedan ser atribuidos con certeza, se distribuirán en la misma proporción que los demás, siempre que sean de escasa significación con respecto a éstos. En caso contrario, el contribuyente deberá distribuirlo mediante estimación razonablemente fundada.

Los gastos de transporte se atribuyen por partes iguales a las jurisdicciones entre las que se realice el hecho imponible.

Artículo 5° Convenio Multilateral “A los efectos de la distribución entre las distintas jurisdicciones del monto imponible total, se consideran los ingresos y gastos que surjan del último balance cerrado en el año calendario inmediato anterior. De no practicarse balances comerciales, se atenderá a los ingresos y gastos determinados en el año calendario inmediato anterior.”

A modo de cierre, puede afirmarse que los conceptos fundamentales y los principios constitucionales desarrollados en este capítulo permiten establecer un marco teórico sólido para la comprensión del sistema tributario argentino. Se han abordado definiciones esenciales, la estructura del hecho imponible, la naturaleza de los tributos y sus principales clasificaciones, elementos indispensables para entender cómo se configura la obligación tributaria y cómo el Estado ejerce su potestad impositiva dentro de los límites que fija la Constitución Nacional.

En particular, el análisis del Impuesto sobre los Ingresos Brutos y del Convenio Multilateral permitió comprender la importancia de este tributo para las finanzas provinciales y la necesidad de contar con mecanismos que regulen su aplicación en contextos de actividad económica interjurisdiccional. El Convenio Multilateral se presenta como una herramienta clave para evitar la doble imposición y garantizar una distribución razonable de la base imponible entre las distintas jurisdicciones, respetando la autonomía fiscal de cada una. Esta base conceptual y normativa será esencial para el abordaje de los temas desarrollados en los capítulos siguientes, especialmente frente a los desafíos que plantea una economía en constante transformación.

CAPÍTULO II

COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REGULACIÓN EN EL ÁMBITO DEL CONVENIO MULTILATERAL

Luego de haber definido el Impuesto sobre los Ingresos Brutos y el Convenio Multilateral, en este capítulo nos enfocaremos específicamente en el comercio electrónico y su evolución en la Argentina. Para ello, se tomarán como fuentes el Código Fiscal de la Provincia de Mendoza, las Resoluciones Generales de la Comisión Arbitral, datos provistos por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, así como los aportes doctrinarios de autores como Chicolino y Arosteguy. Asimismo, se profundizará en el tratamiento impositivo que el Convenio Multilateral establece respecto del comercio electrónico.

1- DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Se entiende por comercio electrónico al conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos, incluyendo texto, sonido e imagen. Es un sistema global que, utilizando redes informáticas y en particular Internet, permite crear un mercado electrónico —operado por computadora y a distancia— de todo tipo de productos, servicios, tecnologías y bienes, e incluye todas las operaciones necesarias para concretar compras y ventas: matching, negociación, intercambio de documentos, acceso a información de referencia comercial, servicios de apoyo (aranceles, seguros, transportes) y operaciones bancarias, todo ello bajo condiciones de seguridad y confidencialidad razonables (Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), 2024).

2- PARTICIPACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL NACIONAL

La Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) señaló que la facturación del comercio electrónico en Argentina durante el año 2024 creció un 181 % en relación con el año anterior. Asimismo, el ticket promedio por cliente experimentó un incremento del 176 % respecto de 2023.

En cuanto a la facturación por regiones, al igual que el año pasado, estuvo liderada por el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), con la siguiente distribución:

- Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA): 42 %

- Buenos Aires (resto de la provincia): 17 %
- Litoral: 13 %
- Sur: 8 %
- Centro: 8 %
- Noroeste: 7 %
- Cuyo: 5 %

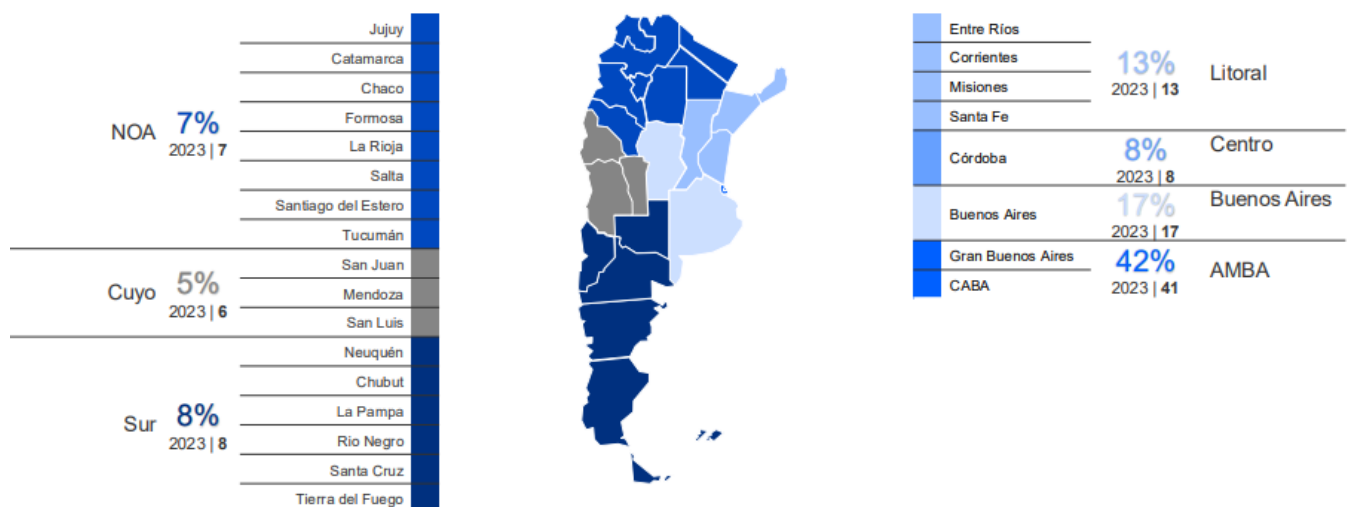


GRÁFICO N°1 - FUENTE: [ESTUDIO ANUAL 2024 CÁMARA ARGENTINA DE COMERCIO ELECTRÓNICO](#)

Este crecimiento en la facturación refleja cada vez más la adopción del comercio electrónico en Argentina, impulsado por la digitalización y la confianza de los consumidores.

Y también del crecimiento en el número de vendedores que ofrecen sus productos a través de distintas plataformas virtuales, para las cuales representa más del 10% de sus ventas, que pasó de 50% en 2023 a 54%. en 2024.

En el año 2024, por primera vez, la cantidad de personas que tiene billeteras virtuales superó a las que tiene tarjetas de débito y crédito.

3- TIPOS DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Esta nueva forma de comercialización ha dado lugar a nuevas y múltiples opciones para realizar las operaciones de comercio electrónico. A continuación mencionaremos las plataformas más relevantes para este tipo de comercio.

3.A- MARKETPLACES (MERCADOS DIGITALES)

Es una plataforma que sirve como intermediario entre vendedor y comprador. En este modelo de negocio, el propietario no posee inventario propio de sus productos, sino que facilita la transacciones entre compradores y vendedores, a cambio de una comisión o porcentaje de las ventas.

Por ejemplo las más conocidas son Mercado Libre; Ebay, Amazon, Alibaba, Aliexpress, entre otras.

3.B- TIENDAS EN LÍNEA E- COMMERCE PROPIO

En este tipo, el comerciante es quien opera su propia tienda en línea, gestionando tanto el inventario, logística y el riesgo del negocio. A diferencia de los marketplaces, el dueño de la tienda recibe el total de las ventas.

4- EL ROL DE LOS MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS

“Los pagos digitales implican el uso de dinero móvil, una tarjeta de débito o crédito, o un teléfono

móvil para realizar un pago desde una cuenta; o el uso de Internet para pagar facturas o compras online o en un comercio. Involucra a los pagos desde una cuenta en una entidad financiera o en un proveedor de servicio de pago” (Ministerio de Economía - Inclusión Financiera, s.f.).

Los tipos de medios de pago más comunes son:

1. Billeteras electrónicas: ...”son aplicaciones para teléfonos móviles que permiten manejar el dinero digitalmente. Sólo es necesario bajar la aplicación al teléfono y no tiene costo. Podés pagar asociando una tarjeta a la billetera o cargando la billetera con dinero” (Ministerio de Economía - Inclusión Financiera, s.f.).

En esta categoría existen plataformas como Mercado Pago, Ualá, MODO y PayPal permiten realizar pagos de forma rápida, segura y sin necesidad de tener una tarjeta física.

2. Tarjetas de crédito y débito: no solo permiten hacer pagos físicos, sino que también se utilizan en operaciones virtuales. Estas tarjetas son emitidas por bancos tradicionales u otras entidades financieras y también plataformas de pago como Mercado Pago para hacer compras en línea.

3. Tarjetas prepagas: “son un instrumento que permite realizar pagos presenciales o en línea, dependiendo del dinero que fue depositado con antelación en la misma. Ese dinero es el límite de compra de la tarjeta y cuando se gasta se debe volver a depositar para poder seguir consumiendo. A diferencia de una tarjeta de débito, con estas tarjetas no necesitas tener una cuenta bancaria” (Ministerio de Economía - Inclusión Financiera, s.f.).

4. Transferencias bancarias: a través de plataformas homebanking que cada banco proporciona a sus usuarios pueden realizar transferencias bancarias y otras operaciones habituales; sin necesidad de ir presencialmente al banco.

5. Criptomonedas: aunque aún no son frecuentes, algunas plataformas permiten pagos con criptomonedas como Bitcoin o Ethereum.

Los medios de pago electrónicos hacen las transacciones más cómodas para los consumidores, también permiten a los organismos gubernamentales llevar un seguimiento de las transacciones comerciales para evitar fraudes y delitos económicos. Actualmente muchos de los medios y plataformas de pago electrónico están directamente conectadas a la Agencia de Recaudación y Control Aduanero - Ex AFIP (en adelante, ARCA) lo que permite que se emitan comprobantes y realicen determinaciones de impuestos.

5- MERCADO LIBRE: LA PLATAFORMA MÁS GRANDE DE E-COMMERCE DE ARGENTINA

Mercado Libre fue fundada en 1999 por Marcos Galperín en Buenos Aires, Argentina, y a lo largo de los años creció exponencialmente hasta posicionarse como la plataforma de comercio electrónico más grande de América Latina, estando presente en 18 países y contando con más de 70.000 empleados (LinkedIn, s.f.). Además, es reconocido como el primer “unicornio” tecnológico argentino, término que designa a startups que alcanzan un valor de mercado superior a los mil millones de dólares.

La plataforma ofrece a empresas, pymes y emprendedores individuales la posibilidad de comercializar sus productos sin importar su ubicación geográfica, llegando a consumidores de todo el país y convirtiéndose en un canal esencial de venta. Además, Mercado Libre ha desarrollado otras herramientas para facilitar las transacciones, como Mercado Pago (servicios de pago electrónico y financiamiento) y Mercado Envíos (servicio de logística y distribución), posicionándose como una de las opciones preferidas por los consumidores para realizar compras digitales.

6- NORMATIVA EN LA PROVINCIA DE MENDOZA

La Provincia de Mendoza ha avanzado en el ámbito del comercio digital; adaptando su normativa a las nuevas formas de comercialización.

El artículo 163 Código Fiscal de la Provincia de Mendoza, apartado 2; menciona que también se considera actividad gravada por impuestos a los ingresos brutos “el comercio electrónico de servicios digitales prestados por sujetos radicados, residentes o constituidos en el exterior a consumidores o empresas domiciliados, radicados o constituidos en la Provincia de Mendoza, incluyéndose el servicio de suscripción online para acceso a entretenimiento (música, videos, transmisiones audiovisuales en general, juegos, etc.) y la intermediación en la prestación de servicios de toda índole a través de plataformas digitales (hoteleros, turísticos, financieros, etc.).”

7- RESOLUCIONES DE LA COMISIÓN ARBITRAL

El Convenio Multilateral, aprobado en 1977, aún no ha sido reformado formalmente para abordar las nuevas necesidades que se presentan por la evolución del comercio electrónico, sin embargo existen algunas pocas resoluciones relacionadas a este tema.

7.A- SUSTENTO TERRITORIAL

Según surge de la ley, en su Artículo 1º, último párrafo del Convenio Multilateral, existe Sustento Territorial, “Cuando se hayan realizado gastos de cualquier naturaleza, aunque no sean computables a los efectos del artículo, pero vinculados con las actividades que efectúe el contribuyente en más de una jurisdicción, tales actividades estarán comprendidas en las disposiciones de este convenio, cualquiera sea el medio utilizado para formalizar la operación que origina el ingreso (correspondencia, telégrafo, teletipo, teléfono, etc.).”.

El sustento territorial, en principio, es la condición necesaria para permitir la asignación de ingresos a una jurisdicción, impuesta por el mismo Convenio Multilateral. Ésta condición se manifiesta a través de un gasto relacionado con la actividad del contribuyente en dicha jurisdicción.

El sustento territorial es la situación que se genera cuando nuestra actividad económica obtiene algún tipo de beneficio por la participación de una jurisdicción.

La doctrina define al sustento territorial como el elemento determinante para la procedencia del Convenio Multilateral. Funcionando como un mecanismo de distribución de ingresos, cuyo objetivo principal es evitar la doble o múltiple imposición tributaria derivada de la aplicación del impuesto sobre los Ingresos Brutos, cuando el contribuyente realiza actividades que provienen de un

proceso único y económicamente inseparable, en dos o más jurisdicciones; siendo su efecto distribuir la base imponible del impuesto entre todas las jurisdicciones involucradas en dicha actividad.

7.B- SUSTENTO TERRITORIAL Y PRESENCIA DIGITAL

La novedad más importante se da en el marco de La Resolución General N° 5/2021 de la Comisión Arbitral, la cual considera que “la comercialización de bienes y/o servicios que se desarrollen y/o exploten a través de cualquier medio electrónico, plataforma o aplicación tecnológica y/o dispositivo y/o plataforma digital y/o móvil o similares efectuadas en el país, se halla encuadrada en las disposiciones del último párrafo del artículo del Convenio Multilateral”, lo cual implica

mantener el concepto de la derogada Resolución General N° 83/2002 de la Comisión Arbitral. Esta postura, en definitiva, es una lógica derivación del citado último párrafo del artículo 1° del Convenio Multilateral, entendiendo que las operaciones realizadas mediante internet se encuentran comprendidas en el “etcétera” con que finaliza el citado artículo. (Chicolino y Arosteguy, 2022, p. 1).

Según Chicolino y Arosteguy (2022), la resolución "establece al concepto de 'presencia digital' como fuente de Sustento Territorial, desplazando a los gastos de tal función en los casos alcanzados por la norma" (p. 2).

La Resolución General N° 5/2021 de la Comisión Arbitral establece en su artículo 2° que “el sustento territorial del vendedor de los bienes o del prestador y/o locador de los servicios, a los efectos de la atribución de ingresos previstas en el inciso b), in fine, del artículo 2° del Convenio Multilateral, se configurará en la jurisdicción del domicilio del adquirente de los bienes, obras o servicios, siempre que exista presencia digital en la misma”, mientras que la derogada Resolución General N° 83/2002 creó una ficción, al señalar que “... se entenderá que el vendedor de los bienes, o el locador de las obras o servicios, ha efectuado gastos en la jurisdicción del domicilio del adquirente o locatario de los mismos, en el momento en el que estos últimos formulen su pedido a través de medios electrónicos por Internet o sistema similar a ella”.

8- CRITERIOS PARA LA ATRIBUCIÓN TERRITORIAL DE INGRESOS PARA OPERACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Lo anteriormente mencionado denota la necesidad de establecer, como elemento de conexión o de vinculación entre el presupuesto de gravabilidad y el ámbito espacial para su configuración en la jurisdicción del domicilio del adquirente de los bienes, obras o servicios, la existencia de una presencia digital en dicha jurisdicción por parte del vendedor o prestador, conforme lo indicado en la Resolución General mencionada.

La Resolución General N°5/2021, emitida por la Comisión Arbitral, en su artículo primero define los criterios de atribución del ingreso para operaciones realizadas por medios electrónicos estableciendo: “Interpretar, con alcance general, que la comercialización de bienes y/o servicios que se desarrollen y/o exploten a través de cualquier medio electrónico, plataforma o aplicación tecnológica y/o dispositivo y/o plataforma digital y/o móvil o similares efectuadas en el país, se halla encuadrada en las disposiciones del último párrafo del artículo 1° del Convenio Multilateral.”. Este mencionado artículo definió el alcance y estableció a qué se refiere con venta entre ausentes, y de qué manera se pueden realizar las mismas para considerarlas incluidas en esta modalidad de comercialización, tanto de venta de bienes como prestación de servicios. En resumen se considerarán venta entre ausentes a las realizadas a través de cualquier medio electrónico, plataforma o aplicación tecnológica, dispositivo o plataforma digital y/o móvil o similares.

Ahora bien, definido el alcance objetivo del comercio electrónico, como aquel desarrollado y/o explotado de las formas antes mencionadas, la norma se aboca a definir cuándo existe sustento territorial. Recordemos que este último concepto viene dado por el desarrollo de actividades que generan gastos en una jurisdicción, o dicho de otra manera, viene dado por la realización de gastos que por su naturaleza permiten determinar la existencia del ejercicio de actividades, que es lo que da sustento territorial en determinada jurisdicción. En este contexto, no debemos olvidar que el criterio general para ventas entre ausentes es el domicilio del adquirente, que en la realidad jurisprudencial y normativa, tanto la Comisión Arbitral como la Comisión Plenaria lo han identificado como el lugar de destino final. Siendo ello así, el artículo de la resolución analizada indica que el sustento territorial *“(…) se configurará en la jurisdicción del domicilio del adquirente de los bienes, obras o servicios, siempre que exista presencia digital en la misma”*. (Amaro Gómez, R., 2022, p.1)

El criterio de presencia digital constituye un vínculo válido para atribuir ingresos a una jurisdicción, al reflejar la manifestación de la actividad económica de un contribuyente en dicha jurisdicción sin necesidad de un establecimiento físico, funcionando como sustento territorial en las operaciones de comercio electrónico. En este marco, el artículo 3° de la Resolución General N° 5/2021 de la Comisión Arbitral, establece los criterios para determinar si un contribuyente posee presencia digital en una jurisdicción, siempre que se verifique alguno de los siguientes parámetros:

a) El vendedor de los bienes y/o prestador del servicio efectúe operaciones a través de los medios mencionados en el artículo 1° de la presente resolución, en la jurisdicción del comprador, locatario, prestatario o usuario.

b) El vendedor y/o prestador –por sí o a través de terceros– utilice o contrate una o más empresas, entidades, agentes, contratistas o “proveedores de servicios” para la comercialización del bien y/o servicio, en la jurisdicción del domicilio del adquirente de los bienes y servicios tales como: publicidad o marketing de la membresía, comunicaciones, infraestructura, servicios de tecnologías de la información (TI) y/o procesadora de transacciones de las tarjetas de crédito y/o débito y/u otras formas de cobro.

c) El vendedor y/o prestador efectúe -por sí o a través de terceros- el ofrecimiento del producto y/o servicio dentro del ámbito geográfico del domicilio del adquirente y/o tenga licencia para exhibir el contenido de ese producto y/o servicio en dicha jurisdicción. Se considera verificada esta situación cuando, con la previa conformidad y suministro de la información necesaria del usuario domiciliado en una jurisdicción, se autoricen consumos de bienes y/o servicios a través de tarjetas de crédito o débito y/u otras formas de cobro.

d) El vendedor y/o prestador requiera para la comercialización de sus bienes y/o servicios, dentro de la jurisdicción, un punto de conexión y/o transmisión (wi-fi, dispositivo móvil, etc.) que se encuentre ubicado en dicha jurisdicción o de un proveedor de servicio de internet o telefonía con domicilio o actividad en la jurisdicción del adquirente.”

Entonces para determinar el domicilio del adquirente, el Artículo 4° de la mencionada resolución, remite a los criterios establecidos por la Resolución General N° 14/2017, para definir dicho domicilio en operaciones digitales. Esta última resolución, precisa criterios para la asignación territorial de los ingresos, tanto en la venta de bienes como en la prestación de servicios, cuando estas operaciones se realizan mediante plataformas electrónicas.

El Artículo 1° de la Resolución General N° 14/2017 de la Comisión Arbitral define que “la atribución de los ingresos brutos al domicilio del adquirente, (..) se realizará siguiendo los siguientes criterios:

a) Venta de bienes: Los ingresos por venta de bienes, independientemente de su periodicidad, serán atribuidos a la jurisdicción correspondiente al domicilio del adquirente, entendiéndose por tal el lugar del destino final donde los mismos serán utilizados, transformados o comercializados por aquél.

Cuando no fuera posible establecer el destino final del bien, tal cual se define en el párrafo anterior, se atenderá al orden de prelación que se indica a continuación:

1. Domicilio de la sucursal, agencia u otro establecimiento de radicación permanente del adquirente, de donde provenga el requerimiento que genera la operación de compra;
2. Domicilio donde desarrolla su actividad principal el adquirente;

3. Domicilio del depósito o centro de distribución del adquirente donde se entregaron los bienes;
4. Domicilio de la sede administrativa del adquirente.

En todos los casos, se considerarán los antecedentes documentales que acrediten la operatoria comercial realizada en los períodos involucrados, en la medida que no se opongan a la realidad económica de los hechos, actos y situaciones que efectivamente se verifiquen.

b) Prestación de servicios: Salvo que tengan un tratamiento específico en el Convenio Multilateral o por normas generales interpretativas, los ingresos por la prestación de servicios, cualquiera sea el lugar y la forma en que se hubieran contratado, se atribuyen a la jurisdicción donde el servicio sea efectivamente prestado, por sí o por terceras personas”

Según el artículo citado precedentemente, el destino final de los bienes constituye un criterio fundamental para la atribución de ingresos en el Convenio Multilateral, esto se refiere al lugar dónde los mismos serán utilizados, transformados o comercializados por el comprador. Es decir que el destino final debe ser conocido por el vendedor para atribuirlo/s a la/s jurisdicción/es que correspondan y de no ser así rige la presunción descripta del punto 1 al 4 del inciso a) del artículo y según se trate de ventas de bienes o prestación de servicios.

Para el caso de venta de bienes entre ausentes, se puede realizar por medios electrónicos tal como lo mencionamos en párrafos anteriores, donde debería conocerse el destino final de esos bienes y en caso de no ser esto posible rige la presunción del artículo. Por otro lado, cuando la venta de bienes es realizada por otros medios que no sean electrónicos se toma el concepto de sustento territorial real donde se hizo el gasto para definir como el destino final de los bienes y así determinar la jurisdicción de atribución del ingreso.

En el caso de prestación de servicios, si éstos se realizan de manera física, tal como puede ser el ejemplo de reparaciones o mantenimiento, el criterio de imputación del ingreso será el lugar de su prestación, es decir donde el servicio fue realizado. En cambio, si el servicio es prestado de manera remota, es decir de forma digital, como puede ser el ejemplo de tecnologías de la información (IT), el criterio para la atribución del ingreso será el lugar de su efectiva utilización, es decir, donde usan ese servicio.

En este capítulo se abordó el crecimiento del comercio electrónico en Argentina y su tratamiento dentro del marco del Convenio Multilateral del impuesto sobre los Ingresos Brutos. La digitalización de las operaciones por la adopción cada vez más creciente de medios de pago electrónicos y plataformas de ecommerce, hacen que hoy en día el comercio virtual ocupe un lugar preponderante respecto al comercio tradicional.

También identificamos la evolución normativa de la Comisión Arbitral con la finalidad de adaptarse al comercio electrónico, como también la provincia de Mendoza a través de su Código Fiscal. Entre las normativas analizadas, se destaca la Resolución General N.º 5/2021 de la Comisión Arbitral, que incorporó el concepto de presencia digital como un nuevo criterio para atribuir ingresos a una jurisdicción, incluso cuando no hay una presencia física del contribuyente.

Esto representa un avance por actualizar el marco normativo frente a los cambios que trae aparejado el comercio electrónico, pero desde nuestro punto de vista siguen siendo respuestas parciales.

CAPÍTULO III

ATRIBUCIÓN DEL INGRESO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO: PRESUNCIONES DE SUSTENTO TERRITORIAL E IMPACTO DE LA PRESENCIA DIGITAL

El comercio electrónico facilita las operaciones comerciales con compradores de todo el país, lo que implica un desafío a las reglas tradicionales del Convenio Multilateral, dada la conceptualización de atribución del ingreso que estipula cada jurisdicción en base a la presunción de presencia digital, generando discrepancias interjurisdiccionales. Esta presencia digital obliga a los contribuyentes a inscribirse en las diferentes jurisdicciones donde opera, para poder utilizar los saldos a favor generados y evitar sanciones. En este capítulo, en base al análisis de las Resoluciones Generales de la Comisión Arbitral, autores como Chicolino y Arosteguy, se aborda con profundidad lo mencionado anteriormente y los costos fiscales, económicos y operativos asociados, tanto para vendedores como para compradores, que utilicen Mercado Libre como plataforma de comercialización.

1 - PRESENCIA DIGITAL Y ATRIBUCIÓN DE INGRESOS

En capítulos anteriores se analizó la Resolución General N.º 5/2021 de la Comisión Arbitral, la cual introdujo modificaciones relevantes respecto a la comercialización de bienes y servicios a través de medios digitales. Esta normativa determinó que dichas operaciones se encuentran incluidas en el artículo 1 del Convenio Multilateral, al considerar que el comercio electrónico queda abarcado por el término final “etcétera”. A su vez, estableció que la atribución de ingresos corresponde a la jurisdicción del adquirente cuando exista presencia digital del vendedor, locador o prestador de servicios, aún sin presencia física. Para la determinación del domicilio del adquirente se remite a lo dispuesto en la Resolución General 14/2017. Cabe recordar que estas disposiciones resultan aplicables para la determinación de los coeficientes desde el período fiscal 2022, reemplazando a la Resolución General N.º 83/2002.

El criterio de atribución del ingreso tradicional asocia el sustento territorial a la realización de gastos operativos; donde resulta evidente la utilización de recursos humanos y/o materiales en la jurisdicción donde se genera el ingreso. Esto encaja a la perfección para los casos de comercio físico convencional, pero resulta totalmente inoperable frente al comercio electrónico, ya que los

contribuyentes pueden generar ingresos en distintas jurisdicciones sin necesidad de realizar gastos físicos en ellas.

Un ejemplo de esta situación, es el uso de la plataforma Mercado Libre empresa que opera como marketplace, permitiendo transacciones comerciales entre compradores ubicados en diferentes partes del país y un vendedor/contribuyente de una o varias jurisdicciones. Esto genera controversias entre distintas jurisdicciones respecto a la atribución del ingreso, ya que, si bien existe comercio digital sostenido con ciudadanos locales (lo que algunas jurisdicciones interpretan como “presencia digital”), pero no se verifican gastos concretos que respalden dicha atribución según los criterios tradicionales del Convenio Multilateral.

Esta situación genera efectos no deseados como: una carga fiscal desproporcionada para los comerciantes hasta la pérdida de recaudación efectiva por fallas en los esquemas de retención y percepción, pasando por conflictos de competencia tributaria entre provincias.

Según Chicolino y Arosteguy (2022), el uso de la presencia digital como fuente de sustento territorial carece actualmente de base normativa suficiente en el texto del Convenio. Si bien su aplicación puede resultar razonable desde una perspectiva fáctica —ya que en muchos casos el contribuyente realiza actividades sustanciales en la jurisdicción del cliente—, no puede sostenerse válidamente como una interpretación autorizada del régimen vigente: “Es claro que resulta inadecuado el vigente texto del Convenio Multilateral para aplicar a los ingresos obtenidos por los contribuyentes en los tiempos que corren, lo cual muestra cómo aconsejable encarar un nuevo texto adecuado a los mismos” (Chicolino & Arosteguy, 2022, p. 2).

Los autores también señalan que “la simple realización de una operación a través de medios digitales no puede considerarse automáticamente como sustento territorial, ya que esto implicaría modificar el principio territorial sin una reforma explícita, lo que podría generar incertidumbre jurídica” (Chicolino, 2024, p. 9).

2 - DIFERENCIAS EN LOS CRITERIOS TERRITORIALES ENTRE PROVINCIAS EN EL RÉGIMEN DE INGRESOS BRUTOS

El régimen del impuesto sobre los Ingresos Brutos en Argentina se distingue por la autonomía tributaria que posee cada provincia para establecer sus propias normativas y criterios de aplicación, lo que implica que cada jurisdicción tiene facultad para establecer sus propios criterios respecto a la atribución territorial de la base imponible.

Esto genera que algunas provincias reconozcan la “presencia digital o virtual” del vendedor o prestador de servicios como vínculo suficiente para gravar la operación; a diferencia de otras que

mantienen una interpretación tradicional que exige la existencia de un establecimiento físico o una presencia tangible dentro del territorio para considerar gravable la actividad.

“En su momento Buenos Aires, CABA, Córdoba, La Pampa, Mendoza, Salta y Tucumán regularon el criterio de ‘presencia digital significativa’ sin el requisito de presencia física (esto es, presencia no presencial) en el territorio para gravar la actividad con el impuesto sobre los Ingresos Brutos” (Ámbito Financiero, 2025, párr. 4).

Todo esto afecta directamente la correcta aplicación del Convenio Multilateral, que tiene como objetivo principal evitar la doble imposición y coordinar cómo se asignan los ingresos entre las diferentes jurisdicciones. Para eso, establece reglas comunes para definir el hecho imponible y cómo se distribuye territorialmente el impuesto. Sin embargo, la falta de una adhesión uniforme por parte de las provincias y las distintas interpretaciones que existen sobre sus normas generan mucha incertidumbre legal y problemas prácticos para los contribuyentes, especialmente en el comercio electrónico, donde las operaciones ocurren a la vez en varias jurisdicciones.

En función de lo expuesto anteriormente en base a las fuentes consultadas, se observa que aproximadamente un 29% de las jurisdicciones cuentan con normativa específica sobre “presencia digital”, mientras que el 71% restante no la ha adoptado. Esto implica que la mayoría de las provincias no se han acogido formalmente al concepto de sustento territorial para emitir legislación relativa a los regímenes de retenciones del Impuesto sobre los Ingresos Brutos.

Recuento de jurisdicciones que aplican el criterio de "presencia digital"

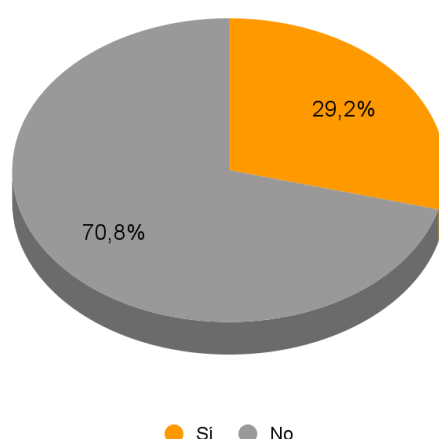


GRÁFICO N° 2 - FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3 - SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO EN LA INSCRIPCIÓN DE CONVENIO MULTILATERAL

La diferencias en el concepto de “presencia digital” entre las jurisdicciones genera incertidumbre para los contribuyentes, quienes deben cumplir con obligaciones de inscripción en múltiples provincias, soportando altos costos fiscales. Por otro lado, la falta de inscripción en una jurisdicción en la que se hayan aplicado retenciones puede dar lugar a fiscalizaciones, sanciones por omisión de inscripción, intereses resarcitorios y multas, incluso cuando el contribuyente no haya tenido actividad real en ese territorio.

Lo cuál denota una especie de “trampa” - a nuestro criterio - dado que previamente el contribuyente es presumido mediante la figura de la presencia digital, lo que habilita la aplicación de retenciones y percepciones, pero si no formaliza su inscripción y no presenta las declaraciones juradas correspondientes, queda expuesto a posibles sanciones, generando una especie de contradicción entre el criterio utilizado para recaudar y el exigido para sancionar.

La Resolución General N° 5/2014 de la Comisión Arbitral establece el procedimiento para registrar altas de oficio de contribuyentes en el régimen del Convenio Multilateral, cuando una jurisdicción detecta actividades no declaradas. Esta normativa establece tres supuestos:

1. Contribuyentes no inscriptos en ningun regimen
2. Contribuyentes solo inscriptos como locales
3. Contribuyentes inscriptos en Convenio Multilateral pero sin declarar alguna jurisdicción.

En todos los casos, el alta puede gestionarse sin consentimiento del contribuyente, previa verificación por parte de una jurisdicción y autorización del Comité de Administración del Padrón Web, según lo estipulado en el artículo 2, de dicha resolución.

El artículo 3 de la Resolución General N° 5/2014, estipula que una vez finalizada el alta de oficio, la jurisdicción que la solicita debe notificar al contribuyente que ha sido incorporado al régimen del Convenio Multilateral. Esto implica la obligación de presentar el formulario de inscripción y las declaraciones juradas correspondientes.

Como mencionamos las resoluciones sólo han establecido mecanismos de inclusión de contribuyentes al régimen del Convenio Multilateral a través de altas de oficio. En cuanto a las multas y sanciones, por la no inscripción en Convenio Multilateral o realizarlo sin inscribirse en todas las jurisdicciones correspondientes, éstas no son unificadas para todas las jurisdicciones sino que son aplicadas por cada una de ellas a través de sus propios códigos fiscales, ya que tienen la autonomía

para establecer sus propias normativas y sanciones en materia tributaria.

A modo de ejemplo, tomamos una venta real a Córdoba de un contribuyente de la provincia de Mendoza. El mismo se encuentra dado de alta en Convenio Multilateral pero no así en la jurisdicción cordobesa, al realizar esta operación por Mercado Libre se le practicó a modo de sanción una “Retención Impuesto Ingresos Brutos por falta de alta en Córdoba”. De esto observamos que esta retención sufrida le producirá una pérdida del 100% del importe al contribuyente ya que, al no encontrarse inscripto en la jurisdicción de Córdoba, al realizar la Declaración Jurada mensual de Convenio Multilateral no podrá detraer del impuesto determinado esta retención.



Cobro aprobado	
[Redacted] 29 de octubre de 2024	
Desplegar listado	
Precio del producto	\$ 126.000,00 ▾
Cargo por venta total	-\$ 18.270,00 ▲
Cargo por vender (13.5%)	-\$ 18.270,00
Envíos	-\$ 20.888,98 ▲
Cargo por Mercado Envíos (a tu cargo)	-\$ 20.888,98
Descuentos y bonificaciones	\$ 0,00 ▾
Impuestos	-\$ 4.410,00 ▲
Retención Impuesto Ingresos Brutos por falta de alta Córdoba	-\$ 1.890,00
Retención Impuesto Ingresos Brutos Régimen SIRTAC	-\$ 2.520,00
Total	\$ 82.431,02

IMAGEN N°1 - FUENTE: RELEVAMIENTO PROPIO

De la encuesta realizada (Anexo I) a los sujetos que comercializan por medio de Mercado podemos mencionar que:

- De los contribuyentes solo inscriptos en la jurisdicción correspondiente a su domicilio principal, el 70% manifestó que no sufrieron multas o penalidades por no encontrarse registrado en las otras jurisdicciones donde realizan ventas digitales. Esta situación puede deberse a que, en muchos casos, no alcanzaron los umbrales de operaciones o de volumen de ventas/cobros que activan la retención automática de impuestos a través de Mercado Libre. No obstante, como se analizará más adelante (punto 5), los contribuyentes que superan estos umbrales o presentan actividad significativa en varias jurisdicciones sí pueden estar sujetos a multas y penalidades, conforme al régimen de Convenio Multilateral.
- Los contribuyentes que están bajo el régimen de Convenio Multilateral pero no

inscritos en todas las jurisdicciones donde venden, el 40% manifestó que sí sufrió multas y penalidades.

Dado el actual contexto descripto hasta aquí, podemos inferir las falencias del sistema y la necesidad de una revisión urgente para adaptarlo a las presentes formas de comercialización, dejando así de perjudicar a los contribuyentes, que se ven dañados al ser quienes soportan la falta de una adecuada reglamentación.

4- INCLUSIÓN AUTOMÁTICA Y MULTIPLICIDAD DE RÉGIMENES DE PERCEPCIÓN Y RETENCIÓN EN DIFERENTES JURISDICCIONES

Si bien el Convenio Multilateral no establece expresamente la figura de los agentes de retención o percepción, muchas provincias han adoptado esta herramienta a través de sus códigos fiscales y por su lado la Comisión Arbitral ha regulado esto mediante resoluciones generales que se aplican a ciertos contribuyentes.

En la práctica, los sujetos que realizan su actividad en más de una jurisdicción de Argentina, quedan alcanzados por diversos regímenes de retención y/o percepción de Ingresos Brutos de manera automática por el solo hecho de generar ingresos bajo la presunción de “presencia digital”, sin la necesidad de estén inscritos en la jurisdicción correspondiente de manera directa.

Entonces resulta pertinente diferenciar estos dos mecanismos de recaudación utilizados por las jurisdicciones: los regímenes de retención y los regímenes de percepción.

- Regímenes de retención: son aquellos a través de los cuales se dispone que un deudor, en el momento de efectuar un pago, deducir un importe del mismo con el objeto de ingresarlo al fisco por cuenta del sujeto al que le efectúa dicho pago. A su vez, este último computará en su declaración jurada, y como pago a cuenta el importe retenido (Fenochietto, 2006).
- Regímenes de percepción: el locador, vendedor o prestador de servicios, adiciona un monto al importe original de venta para luego ingresarlo al Fisco. Según Dino Jarach, en su libro “El hecho imponible: Teoría General de Derecho Tributario Sustantivo” nos define que el agente de retención se diferencia del agente de percepción afirmando que el primero es normalmente deudor del contribuyente y cuando le paga descuenta la suma que debe retener en beneficio del fisco, mientras que el segundo no es originariamente deudor sino acreedor del contribuyente y al cobrar su deuda cobra además el impuesto cuya percepción ha sido puesta a su cargo.

Para fines prácticos podemos resumir que la retención significa que el contribuyente recibe un importe menor al cobrado, mientras que la percepción implica que el comprador paga un importe

mayor debido al impuesto agregado por el agente recaudador.

Como mencionamos anteriormente, el Convenio Multilateral en sí no establece expresamente los regímenes de retención, percepción o recaudación bancaria, pero lo que estipula es el marco de aplicación del impuesto entre jurisdicciones, dejando a las provincias la facultad de crear mecanismos de recaudación y designar agentes de retención y/o percepción.

Por esto el artículo 174 de la Resolución General N° 17/2024 de la Comisión Arbitral, indica que “Los regímenes de recaudación (retención, percepción y/o recaudación bancaria) del Impuesto sobre los Ingresos Brutos que establezcan las jurisdicciones adheridas al Convenio Multilateral del 18/8/1977, respecto de los contribuyentes comprendidos en esta norma legal, deberán observar las pautas que se indican a continuación:

- a) Con relación a regímenes de retención:
 - 1. Podrán designar como agentes de retención a cualquier persona física, jurídica o sujeto pasible del gravamen, aun cuando se encuentren exentos o no alcanzados por el Impuesto sobre los Ingresos Brutos;
 - 2. Podrán resultar sujetos pasibles de retención aquellos contribuyentes que realicen actividades con sustento territorial en la jurisdicción que establezca el régimen respectivo.
 - 3. Respecto de contribuyentes comprendidos en el Régimen General del Convenio Multilateral, la jurisdicción de la que proviene el ingreso podrá obligar a tomar como base de cálculo para la retención sólo hasta el 50% del mismo o, alternatively, podrá aplicar una alícuota de retención que equivalga hasta el 50% de la que corresponda a la actividad gravada;
 - 4. Respecto de contribuyentes comprendidos en Regímenes Especiales del Convenio Multilateral, la jurisdicción de la que proviene el ingreso podrá obligar a tomar como base de cálculo para la retención la proporción de base imponible que de acuerdo con los mismos, le corresponda;
 - 5. La alícuota de la retención no podrá exceder a la que, de acuerdo con la legislación vigente en cada jurisdicción, corresponda aplicar a la actividad del sujeto retenido según la naturaleza de los ingresos brutos sometidos a la misma.
- b) Con relación a regímenes de percepción:
 - 1. Podrán designar como agentes de percepción a cualquier persona física, jurídica o sujeto pasible del gravamen, aun cuando se encuentren exentos o no alcanzados por el Impuesto sobre los Ingresos Brutos;
 - 2. Podrán resultar sujetos pasibles de percepción aquellos contribuyentes que cumplan con alguna de las siguientes situaciones:

- a. Contribuyentes inscriptos en el régimen del Convenio Multilateral e incorporado a la jurisdicción respectiva;
- b. Contribuyentes inscriptos en el régimen del Convenio Multilateral, que sin estar inscripto en la jurisdicción respectiva, evidencien su calidad de tal por las declaraciones juradas presentadas;
- c. Demás contribuyentes no mencionados en los casos anteriores, excepto que se trate de:
 - i. Contribuyente local inscripto exclusivamente en una jurisdicción distinta a la que pretende aplicar el régimen de percepción;
 - ii. Contribuyente de Convenio Multilateral que no tenga incorporada la jurisdicción por la cual se pretende aplicar el régimen de percepción.
- c) En el caso de los regímenes de recaudación bancaria, no podrá incluirse como pasibles de los mismos a aquellos sujetos cuyo sustento territorial y/o carácter de sujeto pasible, en relación a la jurisdicción que establezca el régimen, se funde en presunciones”.

Este artículo mencionado anteriormente es importante ya que establece las reglas que deben cumplir las provincias al aplicar retenciones, percepciones o recaudaciones bancarias sobre los contribuyentes inscriptos en Convenio Multilateral debido a que muchas veces los fiscos provinciales aplican estos regímenes de manera automática o sin respetar los límites previstos.

En la primera parte del artículo nos indica que se permite que las provincias designen como agentes de retención o percepción a cualquier persona, aunque no estén alcanzados por el impuesto. En cambio, como hemos visto anteriormente, para que un contribuyente sufra la retención, debe tener una actividad con sustento territorial en la jurisdicción a aplicarla, concepto fundamental en Convenio Multilateral. Es decir que la provincia no puede retener simplemente porque el contribuyente aparece en la base de datos, sino que debe haber una vinculación correcta.

En cuanto a los porcentajes de retención nos indica que ésta no puede superar el 50% del ingreso o, en su defecto, podrá aplicar una alícuota de retención que equivalga hasta el 50% de la que corresponda a la actividad gravada. Esta limitación busca evitar que una misma operación sufra retenciones en exceso por varias provincias.

Por otro lado, en el caso de las percepciones, se incluyen como sujetos pasibles a los inscriptos en la jurisdicción o a quienes, aunque no estén formalmente inscriptos en ella hayan declarado actividad allí. Además no se puede aplicar percepciones si el contribuyente está inscripto únicamente en otra provincia, o si no tiene agregada esta jurisdicción en el Convenio Multilateral.

En su último inciso, el Artículo nos aclara que no se pueden aplicar regímenes de recaudación bancaria sobre la base de presunciones, esto nos quiere decir que el contribuyente no puede ser pasible

del mismo solo por el hecho de presumir que tiene sustento territorial y/o es sujeto pasible aun cuando no está claro si se tiene actividad en esa jurisdicción.

Estas pautas buscan compatibilizar el ejercicio de la potestad tributaria de cada provincia con los principios mencionados en capítulos anteriores de territorialidad, legalidad y no confiscatoriedad que constituyen pilares del sistema impositivo federal argentino.

A pesar de lo mencionado anteriormente, en Argentina existe la problemática de la multiplicidad de regímenes, es decir que un sujeto va a sufrir retenciones y/o percepciones de múltiples maneras y diferentes fuentes por una misma operación, debido a que en cada jurisdicción se presenta una infinidad de normativas respecto a esto. Podemos mencionar entre otras:

- Retenciones/Percepciones Comerciales de Ingresos Brutos a través de proveedores o clientes.
- Retenciones realizadas a través de los cobros con tarjetas de crédito (Sistemas de Retención en Tarjetas de Crédito y Compra - SIRTAC).
- Retenciones sobre acreditaciones bancarias (Sistema de Recaudación y Control de Acreditaciones Bancarias - SIRCREB).
- Retenciones sobre acreditaciones de pago en billeteras virtuales (Sistema Informático de Recaudación y Control de Acreditaciones en Cuentas de Pago - SIRCUPA)

A continuación, explicaremos más en detalle cada uno de ellos:

4.A - RETENCIONES/PERCEPCIONES COMERCIALES DE INGRESOS BRUTOS:

Las retenciones y percepciones son instrumentos con los que cuentan los fiscos provinciales para adelantar el cobro de tributos. Para realizar esta acción cuentan con sujetos denominados Agentes de Retención y Percepción que son obligados a actuar como tal de acuerdo a las normativas de cada jurisdicción.

Según Mario Enrique Althabe, en su libro “El Impuesto sobre los Ingresos Brutos” define como Agentes de Retención a aquellos que por sus funciones públicas o por razón de su actividad, oficio o profesión, intervienen en actos u operaciones en las cuáles pueden efectuarse la retención del tributo.

Los Agentes de Percepción, son todos aquellos sujetos que por su profesión, oficio, actividad o función se encuentran en una situación que les permite recibir del contribuyente una suma que opera como anticipo del impuesto que, en definitiva le corresponderá pagar, al momento de percibir en concepto de retribución, por la prestación de un servicio o la transferencia de un bien. (Villegas, H, 2009, p. 339).

Las alícuotas que deberán aplicar los Agentes de Retención y Percepción son definidas por cada Fisco provincial en sus Leyes Impositivas Anuales en función de la actividad económica realizada y su inscripción o no en el Régimen General o Convenio Multilateral.

4.B - RETENCIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE COBROS CON TARJETA DE CRÉDITO

El Sistema de Recaudación sobre Tarjetas de Crédito y Compra (SIRTAC) es un sistema que simplifica y unifica las retenciones del Impuesto sobre los Ingresos Brutos sobre operaciones de comercio electrónico abonadas con medios de pagos digitales.

Según la Comisión Arbitral, las jurisdicciones adheridas a SIRTAC son:

- Buenos Aires
- Catamarca
- Chaco
- Chubut
- Córdoba
- Entre Ríos
- Formosa
- Jujuy
- La Rioja
- Mendoza
- Misiones
- Neuquén
- Río Negro
- Salta
- San Juan
- San Luis
- Santa Cruz
- Santiago del Estero
- Tierra del Fuego

En el caso de Mercado Libre y de su sitio oficial, si el contribuyente está inscripto en alguna jurisdicción, la alícuota que le corresponde es la establecida por el padrón de la Comisión Arbitral del Convenio Multilateral (COMARB) y puede variar hasta un 5%. Por el contrario, si no está inscripto en ninguna jurisdicción o el vendedor realiza operaciones en alguna de las jurisdicciones mencionadas anteriormente y en un mes realiza 10 o más ventas por una facturación mayor a \$200.000, se le aplicará una retención de 3%, hasta que se inscriba.

Si el contribuyente realiza ventas en alguna de las jurisdicciones no adheridas a SIRTAC, se le aplicarán las siguientes alícuotas:

Provincia	Resolución	Alícuota aplicable (no inscripto)	Habitualidad	
			Cobros	Monto total
CABA	RG 214/2024	2,5%	25 ¹	\$50.000 ¹
Corrientes	RG 202/20	2,5%	10	\$20.000
La Pampa	RG 26/15	2,5%	3	\$0
Santa Fe	RG 20/16	7% ² / 4,5% ³	3	\$3.000
Tucumán	RG 90/2022	5%	1	\$0

1. *Habitualidad mensual (se tiene en cuenta el mes calendario).*
2. *Quienes no acrediten condición ante IIBB.*
3. *Contribuyentes inscriptos en otra jurisdicción.*

IMAGEN N° 2 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

4.C- RETENCIONES SOBRE ACREDITACIONES BANCARIAS

El SIRCREB (Sistema de Recaudación y Control de Acreditaciones Bancarias) es un sistema que tiene como objetivo armonizar los regímenes de recaudación aplicable sobre las acreditaciones realizadas en cuentas bancarias en las entidades financieras, según lo establecido por los regímenes de recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos creados por las jurisdicciones adheridas. Las retenciones aplicadas a los contribuyentes son un pago a cuenta del impuesto citado. El sistema administra la recaudación, control y atribución jurisdiccional de los importes percibidos.

A través de este sistema se evita la superposición de regímenes y diversidad de criterios. Las provincias pueden adherir al sistema tanto para los contribuyentes del Convenio Multilateral como para los Locales. En el caso de los contribuyentes del Convenio Multilateral, se considera el coeficiente unificado asignado a cada jurisdicción.

Provincias adheridas

Provincias	SIRCRES - CM	SIRCRES - LOCAL	Armonizado
CABA	✓	✓	✓
Buenos Aires	✓	✗	✗
Catamarca	✓	✓	✓
Chaco	✓	✓	✓
Chubut	✓	✗	✓
Córdoba	✓	✓	✓
Corrientes	✓	✗	✗
Entre Ríos	✓	✓	✓
Formosa	✓	✓	✓
Jujuy	✓	✓	✓
La Pampa	✓	✓	✓
La Rioja	✓	✓	✓
Mendoza	✓	✓	✓
Misiones	✗	✗	✗
Neuquén	✓	✓	✓
Río Negro	✓	✓	✓
Salta	✓	✗	✗
San Juan	✓	✓	✓
San Luis	✓	✗	✗
Santa Cruz	✓	✓	✓
Santa Fé	✓	✓	✓
Sgo. Estero	✓	✗	✓
T. del Fuego	✓	✓	✓
Tucumán	✗	✗	✗

IMAGEN N°3 - FUENTE: ARGENTINA.GOB.AR

Chubut y Santiago del Estero no cuentan con sistema propio para contribuyentes locales, por lo que se las considera armonizadas a pesar de no estar adheridas al SIRCRES para ese tipo de contribuyentes.

4.D- RETENCIONES SOBRE ACREDITACIONES EN CUENTAS DE PAGO

El SIRCUPA (Sistema Informático de Recaudación y Control de Acreditaciones en Cuentas de Pago) es un sistema de recaudación aplicable sobre los importes que sean acreditados en cuentas de pago abiertas en las empresas Proveedoras de Servicios de Pago que ofrecen Cuentas de Pago, según lo establecido por los regímenes de recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos creados por las

jurisdicciones adheridas. Las retenciones aplicadas a los contribuyentes son un pago a cuenta del impuesto citado. El sistema administra la recaudación, control y atribución jurisdiccional de los importes percibidos.

En definitiva es un régimen de recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos aplicado sobre pagos con tarjeta de crédito, débito, compra y billeteras virtuales, que recauda las entidades emisoras y administradoras de tarjetas y los Proveedores de Servicios de Pagos (Mercado Pago, Ualá, etc.), que actúan como agentes de recaudación.

5- PERCEPCIONES Y RETENCIONES: MERCADO LIBRE

En línea con lo desarrollado en el capítulo anterior, en el marco del caso analizado, Mercado Libre no solo actúa como intermediario de comercio a través de su plataforma, sino que también cumple la función de agente recaudador de distintos impuestos nacionales, lo que le da un rol sumamente importante antes las arcas fiscales y los bolsillos de los contribuyentes.

En particular, respecto del impuesto sobre los Ingresos Brutos provinciales, realiza las siguientes retenciones y percepciones, conforme a la información publicada en su sitio oficial:

- Buenos Aires: Percepción IIBB – Régimen General: Disposición Normativa Serie B N.º 001/04.
- Catamarca: Percepción IIBB – Régimen General: Resolución General 62/2012.
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires
 - Percepción – Régimen General: Resolución N.º 939/AGIP/13 y sus modificaciones (Resoluciones N.º 364, 421 y 486/AGIP/2016), vigente desde el 1/10/2016.
 - Percepción – Régimen Especial de Comercio Electrónico: Resolución N.º 939/AGIP/13 (vigente desde el 1/1/2014) y Resolución 290/AGIP/2014 (modificación de alícuotas).
 - Retención – Régimen Especial de Comercio Electrónico: Resolución N.º 214/AGIP/2024, vigente desde el 1/7/2024.
- Corrientes: Percepción Rég. General Corrientes: Resolución 165/2000 y Resolución 266/2024.
- Entre Ríos: Percepción IIBB Rég. General Entre Ríos: Resolución N° 208/2024 complementada con la Resolución N° 232/2024, vigente desde el 1 de agosto de 2024.
- Jujuy: Percepción IIBB Rég. General Jujuy: Resolución General N° 1328/2013, vigente desde el 1 de mayo de 2017.
- La Pampa:

- Percepción IIBB Rég. Especial de Comercio Electrónico La Pampa: Resolución N° 26/2015 vigente desde el 1 de noviembre de 2015.
- Retención IIBB Rég. Especial de Comercio Electrónico La Pampa: Resolución General N° 26/2015, vigente desde el 1 de noviembre de 2015.
- Misiones: Percepción IIBB Rég. General Misiones: Resolución General 3/1993 vigente desde el 15 de marzo de 2016.
- Neuquén: Percepción IIBB Rég. General Neuquén: Resolución General N°35/2019, vigente desde el 1 de febrero de 2019.
- Salta: Percepción IIBB Rég. General Salta: Resolución General DGR 06/2005.
- San Juan: Percepción IIBB Rég. General San Juan: Resolución General 925/2010.
- San Luis: Percepción IIBB Rég. General San Luis: Resolución General 16/2007, vigente desde el 1 de septiembre de 2020.
- Santa Fe: Retención IIBB Rég. Especial de Comercio Electrónico Santa Fe: Resolución N° 020/2016 vigente desde el 1 de noviembre de 2016.
- Tucumán:
 - Percepción IIBB Rég. General Tucumán: Resolución General 86/2000 y Resolución General 116/2010.
 - Percepción IIBB Rég. Especial de Comercio Electrónico Tucumán: Resolución N° 174/2010, vigente desde el 1 de abril de 2011 y la respectiva modificación de alícuotas en Resolución 22/2018 vigente desde el 1 de abril de 2018.
 - Retención IIBB Rég. Especial de Comercio Electrónico Tucumán: Resolución General N° 87/2016, vigente desde el 1 de noviembre de 2016.

En consecuencia, Mercado Libre, como agente de retención y percepción en diversas jurisdicciones efectúa detracciones o adiciones al precio, según corresponda, por dichos conceptos al momento de realizar operaciones comerciales, conforme a la normativa vigente en cada provincia.

5.A- PERCEPCIONES

Según el sitio oficial de Mercado Libre, las percepciones son impuestos que se calculan al cierre de la facturación y se deben pagar en la factura antes de su vencimiento. Las alícuotas que se aplican son las indicadas por los fiscos según las normas vigentes. Según la condición fiscal del contribuyente en ARCA y/o el tipo de inscripción que tenga en las jurisdicciones en la que el contribuyente vende, Mercado Libre podría aplicar:

- Percepción general de IVA
- Percepción especial de IVA
- Percepción general a los IIBB

- Percepción especial a los IIBB

En este trabajo nos vamos a centrar en las percepciones correspondientes a Ingresos Brutos, que como mencionamos anteriormente pueden ser generales o especiales.

La percepción general de Ingresos Brutos es un impuesto que la plataforma aplica sobre todos los cargos que figuran al cierre de la factura y que el contribuyente deberá pagar antes de la fecha de vencimiento.

La alícuota con la que Mercado Libre calcula la percepción dependerá de la jurisdicción en la que esté inscripto el contribuyente y el domicilio del negocio:

Jurisdicción	Alícuota				Mínimos	
	Inscriptos			No inscriptos	Base imponible	Percepción
	Régimen simplificado	Régimen local	Convenio multilateral			
Buenos Aires	Según padrón	Según padrón	Según padrón	8%	\$ 3.500 (+ IVA)	-
CABA	Según padrón	Según padrón	Según padrón	6%	\$ 3.000 (+ IVA)	-
Catamarca	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	-	-
Corrientes	1,5%	1,5%	0,75%	2,25%	\$ 70.000 (+ IVA)	-
Entre Ríos	-	Según padrón	Según padrón	6%	-	-
Jujuy	-	Según padrón	Según padrón	6%	-	-
Misiones	3,31%	3,31%	3,31%	3,31%	-	\$ 10.000
Neuquén	-	2%	%	4%	\$ 8.000 (+ IVA)	-
Salta	3,6%	3,6%	3,6%	10,8%	-	-
San Juan	-	3,6%	1,2%	3,6%	-	-
San Luis	2%	2%	2%	4%	\$ 100.000 (+ IVA)	-
Tucumán	Según padrón	Según padrón	Según padrón	7%	-	\$ 200

CUADRO N°1 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

En lo referido a las percepciones especiales de Ingresos Brutos es un impuesto que Mercado Libre aplica sobre el total de ventas que el contribuyente haya tenido durante el mes de facturación en

cada jurisdicción y deberá pagar antes de la fecha de vencimiento.

Si el contribuyente está inscripto, la alícuota con la que se calcula la percepción dependerá del domicilio del comprador del contribuyente y la inscripción de Ingresos Brutos que tenga registrada en la cuenta de Mercado Libre.

Jurisdicción	Alícuota	
	Régimen local	Convenio multilateral
CABA	3%	Padrón de alícuotas diferenciales o 3%
La Pampa	2,5%	1,5%
Tucumán	5%	2,5%

CUADRO N°2 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

Por el contrario, si el contribuyente no se encuentra inscripto, Mercado Libre aplicará la percepción si en un mes de facturación supera las condiciones establecidas por cada jurisdicción para pagar el impuesto:

Jurisdicción	Condiciones establecidas por el fisco		Alícuota
	Cobros	Monto total	
CABA	10	\$ 10.000	4%
La Pampa	3	No aplica	3,5%
Tucumán	10	\$ 10.000	6%

CUADRO N°3 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

Para este último tipo de percepciones, Mercado Libre, a los contribuyentes les da una herramienta que permite ver que tan cerca está de sufrirlas, lo que le otorgaría al contribuyente una ayuda muy importante para no sufrir cargos adicionales y poder regularizar la situación en el menor tiempo posible.

A modo de ejemplo, el mismo contribuyente que mencionamos en el punto 3 del presente capítulo, recibió vía correo electrónico - que se adjunta a continuación - una “advertencia” de Mercado Libre sobre este tipo de percepciones que podría sufrir en un futuro si supera los parámetros establecidos por el fisco. El mismo se debe a que no se encuentra dado de alta en la jurisdicción de La

Pampa y realizó una venta allí. De esto observamos que no todos los fiscos de todas las jurisdicciones de la República Argentina establecen parámetros para comenzar a aplicar percepciones en caso de no encontrarse inscriptos en ella en Convenio Multilateral.



IMAGEN N°4 - FUENTE: RELEVAMIENTO PROPIO

5.B- RETENCIONES

Por el lado de las retenciones que aplica la plataforma, son pagos por adelantado de un impuesto que se descuentan al momento de cobrar una venta que se realice en Mercado Libre. Estas retenciones se calculan sobre el monto total de cada cobro por venta, con la alícuota que le corresponda según los fiscos provinciales. Dependiendo de la condición fiscal en ARCA y/o el tipo de inscripción que tenga el contribuyente en las jurisdicciones donde realiza las ventas se le puede aplicar:

- Retención a los Ingresos Brutos
- Impuesto a los créditos y débitos

Nosotros nos interesamos en la retención a los Ingresos Brutos. Dentro de esta sección podemos encontrar:

- Retención de los Ingresos Brutos a través del SIRTAC, como lo mencionamos en el punto 4 del presente capítulo.

- **Retención a los Ingresos Brutos CABA:** en este caso si el contribuyente está inscripto en esta jurisdicción, dependiendo si está inscripto en Régimen General o Convenio Multilateral, será la alícuota que se le aplica, a continuación colocamos un cuadro que resume lo mencionado:

Inscripción en IIBB	Alícuota
Régimen local	Padrón de alícuotas diferenciales o 2,5%
Convenio multilateral con alta o sede en CABA	Padrón de alícuotas diferenciales o 2,5%

CUADRO N°4 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

Por el contrario, si el vendedor no se encuentra inscripto en CABA, si en un mes tiene 25 o más ventas que sumen \$50.000 o más, se le aplicará una retención de 2,5% en cada cobro que reciba de compradores en CABA. En este último caso, Mercado Libre también da la herramienta, de revisar qué tan cerca o lejos está de este límite, lo que permitirá al contribuyente corregir la situación fiscal y no sufrir cargos adicionales.

- **Retención a los IIBB Corrientes, La Pampa, Santa Fe y Tucumán:** estas retenciones son impuestos que le descuentan al contribuyente al momento de realizar un cobro con Mercado Pago y se aplican teniendo en cuenta las siguientes condiciones:
 - Si realiza cobros con Point y QR se le aplican retenciones si la dirección en la que está registrado el sujeto es en alguna de estas provincias.
 - Si realiza cobros en línea se le aplican retenciones si la dirección de su comprador es en alguna de estas provincias.

También va a depender si el contribuyente se encuentra o no inscripto en estas jurisdicciones y realiza ventas en las mencionadas.

Si el contribuyente está inscripto:

Jurisdicción	Alícuota	
	Régimen local	Convenio multilateral
Corrientes	2%	2%
La Pampa	2,5%	2,5%
Santa Fe	2%	1,5%
Tucumán	Según padrón	Según padrón ¹

¹ Sobre el 10% de la base imponible.

CUADRO N°5 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

Por el contrario, si no se encuentra inscripto, Mercado Libre aplicará la retención si en un mes de facturación supera las condiciones establecidas por cada jurisdicción para pagar el impuesto.

Jurisdicción	Condiciones establecidas por el fisco		Alícuota
	Cobros	Monto total	
Corrientes	10	\$ 20.000	2,5%
La Pampa	3	No aplica	2,5%
Santa Fe	3	\$ 3.000	7% ¹ - 4,5% ²
Tucumán	1	No aplica	5%

¹ No acrediten condición ante IBB.

² Contribuyentes inscriptos en otra jurisdicción.

CUADRO N° 6 - FUENTE: [MERCADO LIBRE](#)

- Retención a los IIBB régimen SIRCUPA: son retenciones en las transferencias de terceros e ingresos de dinero que reciba el vendedor en Mercado Pago si es que se encuentra en el padrón del Sistema Informático de Recaudación y Control de Acreditaciones en Cuentas de Pago (SIRCUPA). En operaciones entre cuentas de la misma titularidad, no se aplicará esta retención. La alícuota que le corresponde es la establecida por el padrón de la Comisión Arbitral del Convenio Multilateral (COMARB) y puede variar entre 0,01% y 5%.

A partir de la encuesta realizada (Anexo 1), obtuvimos algunas estimaciones sobre el impacto de las retenciones y percepciones del Impuesto sobre los Ingresos Brutos a través de Mercado Libre y, en particular, la estimación de los porcentajes descontados de los ingresos por cada operación de venta. Para presentar los resultados distinguimos a los contribuyentes encuestados en tres categorías diferentes:

- Los contribuyentes en régimen Local manifestaron en su mayoría (42,9%) haber sufrido tanto percepciones como retenciones del Impuesto sobre Ingresos Brutos por parte de Mercado Libre. Y el 57,1% de los encuestados, expresó que sobre el valor de sus ventas, se les descontaron entre un 5% y un 10% en concepto de retenciones y/o percepciones.

- En el grupo de contribuyentes en Convenio Multilateral inscripto en algunas jurisdicciones, pero no en todas las jurisdicciones donde venden, señalaron descuentos que se ubican en un rango del 3%-10% por operación. Y lo relevante es que gran parte de los encuestados (80%) respondieron que sufrieron ambos sistemas de recaudación anticipada, es decir retenciones y percepciones.

- El 100% de los contribuyentes en Convenio Multilateral inscripto en todas las

jurisdicciones donde comercializan, sufren retenciones y/o percepciones. Aquí el 57,1% de los encuestados, expresó que sobre el valor de sus ventas, se les descuenta entre un 3% y un 5% en concepto de retenciones y/o percepciones.

Respecto al total de encuestados, que están inscriptos como contribuyente en impuesto sobre los Ingresos Brutos, la mayoría (63,6%) afirma que sufre retenciones bancarias por la acreditación de sus ventas, el 18,2% no sufre retenciones, el otro 18,2% no sabe si le aplican las mismas.

Como vemos, con todo lo expuesto anteriormente, el contribuyente puede sufrir más de una retención y/o percepción en sus compras y/o ventas, también en las liquidaciones con tarjetas de crédito (si es que opera con este medio de pago) o al efectivizarse sus acreditaciones bancarias o por medio de cuentas de pago; esto crea la acumulación de numerosos saldos a favor, hoy en día difíciles de compensar o recuperar, problema que se detalla a continuación.

6 - SALDOS A FAVOR ACUMULADOS Y FALTA DE COMPENSACIÓN EFECTIVA

La aplicación de la presunción de presencia digital como criterio para atribuir ingresos a determinadas jurisdicciones ha provocado que muchos contribuyentes sean incluidos de manera automática en padrones de percepción y/o retención de distintas provincias, esto genera una acumulación significativa de saldos a favor que, en la práctica, resultan muy difíciles de compensar y, en la mayoría de los casos, directamente imposibles de recuperar.

Esta problemática impacta negativamente en la situación fiscal y financiera de los vendedores, debido a que:

- Las retenciones y percepciones en exceso, a veces superan el impuesto efectivamente determinado.
- Existen casos de doble o incluso múltiple imposición, una misma operación es gravada por más de una jurisdicción.
- Los mecanismos de compensación y devolución resultan ineficaces, burocráticos o inexistentes por parte de algunas administraciones tributarias.
- La imposibilidad de recuperar los saldos acumulados cuando el contribuyente no se encuentra formalmente inscripto en la jurisdicción que realizó la percepción o retención.

De la encuesta realizada (Anexo I) a contribuyentes que comercializan a través de Mercado Libre surgieron los siguientes datos:

- La mayoría no sabe si tiene saldos a favor (42,9%) o nunca ha intentado compensarlos o recuperarlos (42,9%). Por lo que podemos inferir, que probablemente estén dados de alta de oficio en otras jurisdicciones diferentes a su sede principal y hayan acumulado saldos a favor, los cuales desconocen.

- El 80% de los contribuyentes que están inscriptos bajo el régimen de Convenio Multilateral y dados de alta en algunas jurisdicciones donde comercializan, manifiestan que tienen saldos a favor acumulados en otras provincias diferente a su domicilio fiscal principal. Además el 60% no pudo recuperar dichos saldos, mientras que el 20% ni siquiera lo intentó; dado que la mayoría (60%) desconoce si existen mecanismo de compensación o devolución de dichos saldos.

- El grupo de encuestados que se definen como contribuyentes bajo el régimen de Convenio Multilateral e inscriptos en todas las jurisdicciones donde opera, en su totalidad están bajo el conocimiento de que tienen saldos a favor en otras jurisdicciones de los cuales 71,4% no pudo recuperarlos, ni compensarlos; porque a pesar de conocer los mecanismos no los utilizaron (57,1% los dieron por perdidos) y la otra parte ignora dicho procedimientos.

Esta situación no sólo genera distorsiones en la tributación, sino que también vulnera principios básicos del sistema fiscal como la capacidad contributiva, la razonabilidad, la neutralidad y el principio constitucional de no confiscatoriedad.

7 - COSTO OPERATIVO Y FINANCIERO PARA LOS CONTRIBUYENTES

Tal como hemos mencionado en apartados anteriores, la inclusión automática en padrones de percepciones y retenciones por parte de múltiples jurisdicciones - especialmente sobre los contribuyentes que comercializan por medio digitales sin presencia física - genera una serie de efectos negativos a nivel operativo y financiero.

7.A - COSTOS FINANCIEROS

El hecho de acumular saldos a favor por percepciones y retenciones que exceden el impuesto real impacta negativamente en la liquidez y rentabilidad del contribuyente. Esto ocurre especialmente cuando el contribuyente opera en múltiples jurisdicciones que aplican sistemas independientes que no permiten compensación interjurisdiccional.

Por ejemplo, a un vendedor radicado en Mendoza puede realizarse retenciones sobre sus ventas en CABA, Córdoba o Santa Fe, sin estar efectivamente inscripto en esas provincias. Esa acumulación se agrava aún más cuando entidades bancarias o billeteras digitales aplican retenciones automáticas en la cuenta bancaria o virtual del vendedor (CBU o CVU), por estar registrado como sujeto presunto en regímenes como SIRCREB o SIRCUPA.

Esto ocurre dentro de un marco de recaudación anticipada organizado por sistemas como SIRCUREB, SIRTAC y SIRCUPA como mencionamos anteriormente en el punto 4 del presente capítulo.

Además, plataformas como Mercado Libre actúan como agentes de recaudación, reteniendo ingresos brutos en función del domicilio del comprador, incluso cuando el vendedor no tiene presencia fiscal en esa jurisdicción.

La superposición de estos sistemas, sin un mecanismo eficiente de coordinación o compensación interjurisdiccional, representa un costo financiero significativo que se traduce en pérdida de liquidez, sobrecarga administrativa y riesgo de sanciones por incumplimientos involuntarios. Esto obstaculiza la capacidad del contribuyente digital para operar con normalidad y competitividad en el mercado.

7. B - COSTOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS

Esta situación obliga a muchos contribuyentes a inscribirse en varias provincias como sujetos del impuesto sobre los Ingresos Brutos, incluso cuando no tengan una presencia física real en esas jurisdicciones. Pero inscribirse no es lo único: implica también cumplir con una serie de obligaciones formales, como tramitar el alta en el impuesto, presentar declaraciones juradas mensuales, realizar los pagos correspondientes, gestionar exenciones o exclusiones de regímenes de retención, entre otros trámites que se multiplican según la cantidad de jurisdicciones involucradas.

Todo esto genera una carga administrativa importante, que demanda tiempo, conocimientos específicos y, en muchos casos, la contratación de profesionales o personal para llevar adelante estas tareas. De esta forma, el cumplimiento fiscal deja de ser una obligación puntual para convertirse en una tarea continua que, en muchas ocasiones, resulta excesivamente costosa.

En definitiva, la complejidad del sistema termina afectando al contribuyente no solo desde lo tributario, sino también en lo operativo y económico, dificultando el desarrollo formal de su actividad.

8 - PROBLEMÁTICA DESDE EL LADO DEL COMPRADOR

Desde el punto de vista del comprador, también existen costos relacionados con el Convenio Multilateral. Muchas plataformas de comercio electrónico, como por ejemplo Mercado Libre, actúan como agente de percepción y/o retención, aplicando cargos según la condición fiscal del usuario.

Los compradores que se encuentren inscriptos en el impuesto, pueden ser alcanzados por percepciones de Ingresos Brutos que incrementan el precio del producto adquirido y que luego deberán intentar imputar como pago a cuenta de sus obligaciones fiscales.

Para el caso de los compradores que son consumidores finales —es decir, no inscriptos—, si bien hasta el momento no hay registros de que la plataforma aplique de forma expresa percepciones directamente sobre ellos, distintos informes y análisis coinciden en que la carga impositiva que soporta el vendedor suele trasladarse al precio final, generando un impacto indirecto sobre el consumidor. Esto los afecta de manera particular, porque al no estar inscriptos ni obligados a presentar declaraciones juradas, no pueden imputar esas percepciones como pago a cuenta. En la práctica, ese importe “oculto” en el precio termina convirtiéndose en un sobrecosto real, dado por la naturaleza del impuesto sobre los Ingresos Brutos que grava cada etapa de producción y comercialización, sin descontar lo pagado en etapas anteriores.

En consecuencia, esta situación no sólo encarece el precio, sino que desalienta las transacciones digitales, ya que genera confusión e incertidumbre respecto la legitimidad de la percepción, sobre quién debe recaer la responsabilidad del impuesto (vendedor o comprador) y si existe la posibilidad efectiva de solicitar su devolución y/o compensación.

De todo lo expuesto en este capítulo observamos que el actual régimen del impuesto sobre los Ingresos Brutos, en el marco del Convenio Multilateral, presenta falencias estructurales y normativas. La figura de la “presencia digital” como criterio de sustento territorial, a pesar de responder a una necesidad real frente a las nuevas formas de comercialización, como el comercio electrónico, aún no posee base normativa dentro del texto del Convenio; generando incertidumbre jurídica y conflictos de interpretación entre las jurisdicciones. Esta situación a su vez, acentúa los problemas de doble o múltiple imposición y pone en tensión los principios de territorialidad y seguridad jurídica que deberían regir el sistema. Esta disparidad normativa impacta directamente en los contribuyentes, quienes se ven expuestos a inscripciones múltiples, retenciones y percepciones automáticas, así como a la posibilidad de sufrir altas de oficio y sanciones dispares según la jurisdicción involucrada.

En la práctica, la aplicación simultánea de regímenes de retención y percepción, ha derivado en una carga tributaria excesiva y en la acumulación de saldos a favor de difícil o nula compensación. Ello evidencia un desfasaje entre la normativa vigente y la dinámica actual del comercio digital, que termina trasladando al contribuyente costos fiscales y financieros que no guardan proporcionalidad con su capacidad contributiva.

CONCLUSIÓN

En el presente trabajo se desarrolló el impacto del impuesto sobre los Ingresos Brutos provinciales en el marco de las operaciones de comercio electrónico realizadas particularmente a través de la plataforma Mercado Libre. Para ello se presentó un marco teórico para comprender el sistema tributario argentino, destacando la importancia de los principios constitucionales, conceptos tributarios y la normativa del Convenio Multilateral como instrumento esencial para evaluar cómo opera este tributo cuando los contribuyentes obtienen ingresos por ventas provenientes de consumidores radicados en distintas jurisdicciones del país, evitando así conflictos entre las mismas.

Como planteamos en el capítulo dos, el crecimiento de nuevas formas de comercialización digital, implican un enorme desafío en materia de normativa tributaria, tanto a nivel local como interjurisdiccional. Esto se debe a que el comercio electrónico ha crecido a un ritmo acelerado en los últimos años, dejando desactualizadas las normas que rigen el sistema tributario. Las resoluciones dictadas hace años en relación con este tema, son intentos, incompletos, por parte de los legisladores y organismos recaudadores, de adecuarse a la realidad del comercio electrónico, donde aún persisten desafíos para alcanzar un esquema verdaderamente integral.

La presencia digital como sustento territorial para la imputación de ingresos generado por ventas entre ausentes, constituye un paso significativo, pero se requiere una actualización normativa más amplia y coordinada entre todas las jurisdicciones, que otorgue mayor seguridad jurídica y evite distorsiones en la distribución de la base imponible entre éstas.

La correcta comprensión del Convenio Multilateral resulta crucial para evitar multas y sanciones derivadas de la falta de inscripción, la omisión de declaraciones juradas o los errores en la liquidación del tributo. Sin embargo, la mayoría de los contribuyentes desconoce la obligación de inscribirse en todas las jurisdicciones donde operan, e incluso muchos ignoran que son incluidos automáticamente en padrones de retenciones y percepciones. En otros casos, algunos contribuyentes eluden deliberadamente la inscripción para evitar los costos operativos y económicos que implica cumplir con las obligaciones fiscales en cada jurisdicción. El cumplimiento de estos deberes se convierte en una verdadera odisea, tanto económica como administrativa, al punto de requerir la asistencia de personal y profesionales idóneos y especializados.

Los sujetos terminan atrapados en una suerte de “trampa”, donde, además de ser considerados presuntos contribuyentes y sufrir detracciones de sus ingresos, se exponen a sanciones por incumplimientos formales.

En la práctica, el impuesto se transforma en un gasto adicional, ya que los contribuyentes quedan sujetos a múltiples regímenes de recaudación anticipada —como SIRCREB, SIRTAC y

SIRCUPA—, así como a retenciones efectuadas por agentes designados, las cuales generan excesivos saldos a favor. La ausencia de mecanismos de compensación efectivos, sumada a la complejidad de los requisitos para tramitar devoluciones o acreditaciones, agrava aún más la situación. Estas recaudaciones anticipadas, que en muchos casos superan ampliamente la obligación fiscal real, vulneran principios básicos del sistema tributario, como la no confiscatoriedad y la igualdad.

Esta situación se refleja claramente en la realidad de los sujetos, constatada a través del relevamiento de información mediante una encuesta, cuyos resultados, si bien no sorprenden, alertan sobre la enorme carga tributaria que soportan, así como sobre los elevados costos operativos y financieros que deben afrontar.

Los compradores, por su parte, son “víctimas” de este sistema planteado por el impuesto a los Ingresos Brutos provinciales, debido a su “efecto cascada”, que se produce al aplicarse el tributo en cada etapa de producción y comercialización sin descontar lo pagado en etapas anteriores, lo que hace imposible determinar con precisión su incidencia en el precio final de un producto.

Esto solo refuerza la idea de que el impuesto sobre los Ingresos Brutos genera presión fiscal, afectando la competitividad de los contribuyentes. La ausencia de una regulación clara y uniforme sobre la presencia digital y la superposición de múltiples mecanismos de retención y/o percepción del citado impuesto, representa una carga tributaria excesiva para los contribuyentes. Esto pone de manifiesto la urgencia de una revisión integral del Convenio Multilateral, orientada a garantizar equidad, simplicidad y respeto por los principios constitucionales que deben guiar la tributación en un contexto económico digitalizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Alaniz, J. A. (2012). *Convenio Multilateral. La asignación de ingresos de la mano del sustento territorial*. Errepar
- Althabe, M. E. (2003). *El Impuesto Sobre los Ingresos Brutos*. Buenos Aires: La Ley.
- Amaro Gómez, R. L. (2022). *Convenio Multilateral. Comercio electrónico: Atribución del ingreso. Régimen general. Una consulta frecuente*. Información de Interés Profesional. Errepar.
- Ámbito Financiero. (2025, 10 de junio). “Presencia digital” extranjera y asignación de gastos en el Convenio Multilateral. Ámbito.
<https://www.ambito.com/novedades-fiscales/presencia-digital-extranjera-y-asignacion-gastos-el-convenio-multilateral-n6154589?>
- Arosteguy, J. H., & Chicolino, R. M. (2021). *Consultorio tributario provincial – Convenio Multilateral - Abril 2021: Comercio Electrónico, sustento territorial y presencia digital*. Errepar.
- Arosteguy, J. H., & Chicolino, R. M. (2022). *Consultorio tributario provincial – Octubre 2022: Convenio Multilateral: Ventas por internet. Presencia digital. Atribución de ingresos y más*. Errepar.
- Chicolino, R. M., & Arosteguy, J. H. (2022). *Presencia digital como sustento territorial en el Convenio Multilateral*. Recuperado de https://mrconsultores.com.ar/wp-content/uploads/2022/10/16-Convenio-Multilateral_-_Presencia-Digital.pdf
- Cámara Argentina de Comercio Electrónico. (2024). *Estudio anual de comercio electrónico 2024*. Recuperado de <https://cace.org.ar/prensa/estudioanual-2024/>(<https://cace.org.ar/prensa/estudioanual-2024/>)
- Código Civil y Comercial de la Nación. (2015). Buenos Aires: Honorable Cámara de Diputados de la Nación.
- Código Fiscal de Mendoza. (2025). Mendoza, Argentina.
- Comisión Arbitral del Convenio Multilateral. (2004). *Resolución General N.º 6/2004*. Buenos Aires, Argentina.
- Comisión Arbitral del Convenio Multilateral. (2014). *Resolución General N.º 5/2014*. Buenos Aires, Argentina
- Comisión Arbitral del Convenio Multilateral. (2017). *Resolución General N.º 14/2017*. Buenos Aires, Argentina

Comisión Arbitral del Convenio Multilateral. (2019). *Resolución General N.º 2/2019*. Buenos Aires, Argentina.

Comisión Arbitral del Convenio Multilateral. (2021). *Resolución General N.º 5/2021*. Buenos Aires, Argentina.

Comisión Arbitral del Convenio Multilateral. (2021). *Resolución General N.º 9/2021*. Buenos Aires, Argentina.

Constitución de la Nación Argentina. (1994). Buenos Aires, Argentina.

Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta. (s.f.). *Convenio Multilateral: las retenciones y el sustento territorial*. Recuperado de <https://www.consejosalta.org.ar/wp-content/uploads/Info.-Gral.-Convewnio.pdf>

Fenochietto R. (2006). *Economía del Sector Público*. Buenos Aires: La Ley.

Jarach, D. (1982). *El hecho imponible: Teoría General de Derecho Tributario Sustantivo*: Buenos Aires, Ed. Abeledo Perrot.

Jarach, D. (2013). *Finanzas públicas y derecho tributario*. Buenos Aires: Abeledo Perrot.

Ministerio de Economía de la Nación Argentina. (s.f.). *Sistema de Recaudación y Control de Acreditaciones Bancarias (SIRCRES)*. Argentina.gob.ar. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/economia/politicatributaria/armonizacion/retencionesbancarias>

Villegas, H. (2009). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario*. Buenos Aires: Astrea.

Administración Tributaria Mendoza. (2024, mayo). Mendoza designó a Mercado Pago como agente de retención de Ingresos Brutos. *Diario Los Andes*. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/mendoza-nomino-como-agente-de-retencion-a-mercado-libre/>

MELZI, Flavia Irene. (2005). *Régimen Tributario*. Buenos Aires: La Ley.

Ministerio de Economía de Argentina. (s.f.). *Inclusión financiera – Medios de pago digitales*. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/economia/inclusion-financiera/medios-de-pago-digitales>

LinkedIn. (s.f.). *Perfil de la empresa Mercado Libre*. Recuperado de <https://ar.linkedin.com/company/mercadolibre>](<https://ar.linkedin.com/company/mercadolibre>

Real Academia Española. (2025). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://www.rae.es/>](<https://www.rae.es/>

ANEXO I

ENCUESTA

COMERCIO ELECTRÓNICO E INGRESOS BRUTOS

¡Hola! Somos estudiantes de la carrera de Contador Público de la Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO) y realizamos esta encuesta en el marco de nuestra tesis de grado que forma parte de la investigación académica. Si realizas ventas y/compras por Mercado Libre te invitamos a participar!

El objetivo es investigar el impacto que tienen los regímenes de percepción y retención del impuesto sobre los Ingresos Brutos en quienes venden y compran por Mercado Libre, la evolución o no de sus saldos a favor y el conocimiento de los comerciantes de esta plataforma sobre el régimen de Ingresos Brutos de Convenio Multilateral, sus normas y sanciones.

La encuesta es anónima y los datos serán utilizados exclusivamente con fines académicos.

¡Muchas gracias por tu colaboración!

INTRODUCCIÓN

¿Cuál es tu condición en relación con Mercado Libre? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Solo vendedor
- ☐ Comprador y vendedor

¿Estás inscripto como contribuyente de Ingresos Brutos en tu provincia? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No

¿En qué provincia tenés tu domicilio fiscal o tu sede principal? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Buenos Aires
- ☐ Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)
- ☐ Catamarca

- ☐ Chaco
- ☐ Chubut
- ☐ Córdoba
- ☐ Corrientes
- ☐ Entre Ríos
- ☐ Formosa
- ☐ Jujuy
- ☐ La Pampa
- ☐ La Rioja
- ☐ Mendoza
- ☐ Misiones
- ☐ Neuquén
- ☐ Río Negro
- ☐ Salta
- ☐ San Juan
- ☐ San Luis
- ☐ Santa Cruz
- ☐ Santa Fe
- ☐ Santiago del Estero
- ☐ Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
- ☐ Tucumán

¿En qué situación impositiva te encuentras actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Solo estoy inscripto en Ingresos Brutos local (provincia principal)
Salta a la pregunta 6 (Contribuyentes locales en ingresos brutos)
- ☐ Estoy inscripto en Convenio Multilateral, pero no en todas las jurisdicciones donde vendo
Salta a la pregunta 13 (Contribuyentes en Convenio Multilateral con inscripción en algunas jurisdicciones donde comercializa)
- ☐ Estoy inscripto en Convenio Multilateral y en todas las jurisdicciones donde vendo
Salta a la pregunta 21 (Contribuyentes en Convenio Multilateral con inscripción en todas las

jurisdicciones donde comercializa)

☐ No estoy inscripto en ninguno

Salta a la pregunta 28 (Finalización)

CONTRIBUYENTES LOCAL EN INGRESOS BRUTOS

¿Conocés el costo impositivo que implica vender en otras provincias sin estar inscripto en Convenio Multilateral ni en esas jurisdicciones? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

Si respondiste “SÍ” a la pregunta anterior, ¿Cuánto estimas que se descuenta de tus ingresos por cada venta como consecuencia de retenciones o percepciones de Ingresos Brutos? *

Marca solo un óvalo.

☐ Entre un 1% y 3%

☐ Entre 3% y 5%

☐ Entre 5% y 10%

☐ 10% o más

☐ No lo sé

¿Sufrís percepciones o retenciones de Ingresos Brutos en las plataformas dónde vendés? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí, percepciones

☐ Sí, retenciones

☐ Ambas

☐ No

☐ No lo sé

¿Sabes si tenes generado saldos a favor acumulados en alguna jurisdicción? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

☐ No lo sé

¿Pudiste compensar o recuperar esos saldos a favor? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

☐ No lo intenté

¿Conocés si existe algún mecanismo de compensación o devolución de saldos en jurisdicciones donde no tenés sede? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí, y lo utilicé

☐ Sí, pero no lo utilicé

☐ No lo sé

¿Sufriste multas o penalidades por no estar inscripto en alguna jurisdicción donde vendes digitalmente? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

☐ No lo sé

Salta a la pregunta 28 (Finalización)

CONTRIBUYENTE EN CONVENIO MULTILATERAL CON INSCRIPCIÓN EN ALGUNAS JURISDICCIONES DONDE COMERCIALIZA

¿En qué otras jurisdicciones o provincias estás inscripto como contribuyente de Ingresos Brutos bajo el régimen de Convenio Multilateral? *

Selecciona todos los que correspondan.

☐ Buenos Aires

☐ Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)

☐ Catamarca

☐ Chaco

- ☐ Chubut
- ☐ Córdoba
- ☐ Corrientes
- ☐ Entre Ríos
- ☐ Formosa
- ☐ Jujuy
- ☐ La Pampa
- ☐ La Rioja
- ☐ Mendoza
- ☐ Misiones
- ☐ Neuquén
- ☐ Río Negro
- ☐ Salta
- ☐ San Juan
- ☐ San Luis
- ☐ Santa Cruz
- ☐ Santa Fe
- ☐ Santiago del Estero
- ☐ Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
- ☐ Tucumán

¿Conocés el costo impositivo que implica vender en jurisdicciones donde no estás dado de alta? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No

Si respondiste “SÍ” a la pregunta anterior, ¿Cuánto estimas que se descuenta de tus ingresos por cada venta como consecuencia de retenciones o percepciones de Ingresos Brutos? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Entre un 1% y 3%

- ☐ Entre 3% y 5%
- ☐ Entre 5% y 10%
- ☐ 10% o más
- ☐ No lo sé

¿Sufrió percepciones o retenciones de Ingresos Brutos en las plataformas donde vendés? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí, percepciones
- ☐ Sí, retenciones
- ☐ Ambas
- ☐ No
- ☐ No lo sé

¿Te han generado saldos a favor acumulados en alguna jurisdicción? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo sé

¿Pudiste compensar o recuperar esos saldos a favor? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo intenté

¿Conocés si existe algún mecanismo de compensación o devolución de saldos en las diferentes jurisdicciones? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí, y lo utilicé
- ☐ Sí, pero no lo utilicé
- ☐ No lo sé

¿Sufriste multas o penalidades por no estar inscripto en alguna jurisdicción donde vendes digitalmente? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo sé

Salta a la pregunta 28 (Finalización)

CONTRIBUYENTE EN CONVENIO MULTILATERAL CON INSCRIPCIÓN EN TODAS JURISDICCIONES DONDE COMERCIALIZA

¿En qué otras jurisdicciones o provincias estás inscripto como contribuyente de Ingresos Brutos bajo el régimen de Convenio Multilateral? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Buenos Aires
- ☐ Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)
- ☐ Catamarca
- ☐ Chaco
- ☐ Chubut
- ☐ Córdoba
- ☐ Corrientes
- ☐ Entre Ríos
- ☐ Formosa
- ☐ Jujuy
- ☐ La Pampa
- ☐ La Rioja
- ☐ Mendoza
- ☐ Misiones
- ☐ Neuquén
- ☐ Río Negro
- ☐ Salta
- ☐ San Juan

- ☐ San Luis
- ☐ Santa Cruz
- ☐ Santa Fe
- ☐ Santiago del Estero
- ☐ Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
- ☐ Tucumán

¿Conocés el costo impositivo que implica vender en las distintas jurisdicciones donde estás inscripto en Convenio Multilateral? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No

Si respondiste “SÍ” a la pregunta anterior, ¿Cuánto estimas que se descuenta de tus ingresos por cada venta como consecuencia de retenciones o percepciones de Ingresos Brutos? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Entre un 1% y 3%
- ☐ Entre 3% y 5%
- ☐ Entre 5% y 10%
- ☐ 10% o más
- ☐ No lo sé

¿Sufrís percepciones o retenciones de Ingresos Brutos en las plataformas donde vendés? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí, percepciones
- ☐ Sí, retenciones
- ☐ Ambas
- ☐ No
- ☐ No lo sé

¿Te han generado saldos a favor acumulados en alguna jurisdicción? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

☐ No lo sé

¿Pudiste compensar o recuperar esos saldos a favor? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

☐ No lo intenté

¿Conocés si existe algún mecanismo de compensación o devolución de saldos en las diferentes jurisdicciones? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí, y lo utilicé

☐ Sí, pero no lo utilicé

☐ No lo sé

Salta a la pregunta 28 (Finalización)

FINALIZACIÓN

¿Sufrís percepciones o retenciones de Ingresos Brutos en tus cuentas bancarias vinculadas a la actividad comercial? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

☐ No lo sé

¿Considerás que el sistema actual de percepciones y retenciones en el comercio a través de plataformas digitales es: *

Marca solo un óvalo.

☐ Justo y razonable

☐ Excesivo y confuso

- ☐ Necesita cambios importantes
- ☐ No tengo una opinión formada

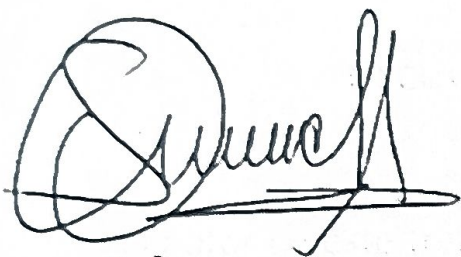
Gracias por tomarte el tiempo de responder. Tus respuestas son muy valiosas para ayudarnos a entender el impacto real del régimen de percepciones y retenciones sobre el comercio digital.

Si querés, podés dejarnos un comentario, experiencia o sugerencia sobre esta temática:

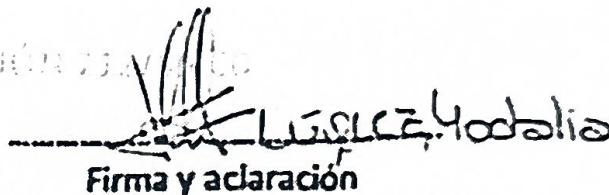
DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, Agosto 2025



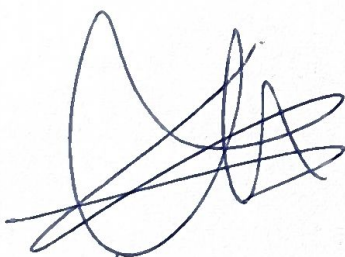
Sofia Lourdes March
Número de registro: 28676
DNI: 39.017.201



Firma y aclaración

23867
Número de registro

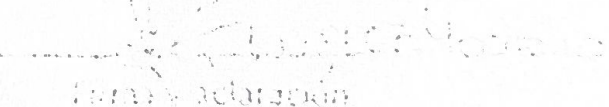
30841565
DNI



Venturimiglia Erika Yael

Número de registro = 26.415.

DNI = 34.324.438.



Firma y aclaración

Número de registro

26415
DNI