

# Observatorio Económico

Estados Unidos

Houston, 25 de marzo de 2014

Análisis Económico

Michael Soni  
michael.soni@bbvacompass.com

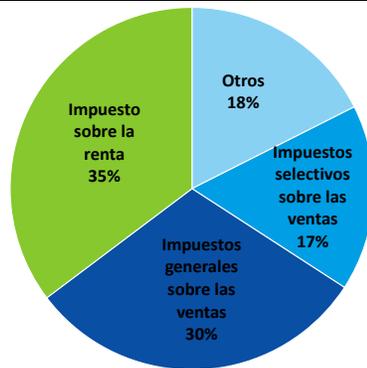
## ¿Son los impuestos al comercio electrónico la solución para los ingresos estatales?

- Las estimaciones indican que los estados pierden más de 11 mil millones de dólares al año
- Se prevé que las ventas en línea aumentarán su porcentaje en el total de ventas
- La Ley de Equidad del mercado ayudaría a los estados a recaudar los ingresos fiscales que pierden
- El volumen de ingresos que los estados pueden ganar con los impuestos seguirá siendo insignificante como porcentaje del total de ingresos y PIB del estado

Dado que el volumen de ingresos que se pierde en las ventas en línea sigue aumentando, los estados están centrando su atención en el comercio electrónico y debatiendo si deben forzar la recaudación tributaria sobre las ventas por Internet. La Conferencia Nacional de Legislaturas Estatales (NCSL por sus siglas en inglés) calcula que en 2012, solo en las compras efectuadas por los consumidores a través de Internet, los gobiernos estatales dejaron de percibir más de 11 mil millones de dólares (mmd) en impuestos que deberían haber cobrado sobre las ventas.

Las compras en línea se han disparado en la última década con la proliferación de teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos electrónicos portátiles, y muchas empresas utilizan Internet como canal de ventas minoristas. El crecimiento y la globalización del comercio electrónico han proporcionado a los clientes una forma cómoda de realizar sus compras. Desde 2005, las ventas minoristas en línea se han triplicado en Estados Unidos, y han pasado de 72 mmd en dicho año a 262 mmd en 2013. En términos de cuota del mercado total, en 2004, las ventas a través del comercio electrónico representaban 1.9% del total de las ventas minoristas, mientras que en 2013, dichas ventas se habían incrementado a 4.2%. Muchas empresas reconocen las oportunidades que ofrece el comercio electrónico y la importancia de su presencia en Internet. Por consiguiente, el porcentaje de ventas minoristas en línea seguirá incrementándose en el futuro.

Gráfica 1  
Desglose de la recaudación de impuestos estatales en 2012 (%)



Fuente: Oficina del Censo y Haver Analytics

Gráfica 2  
Ventas minoristas y crecimiento de las ventas del comercio electrónico (% a/a)



Fuente: Oficina del Censo y Haver Analytics

Además, en un momento en que los balances de los estados andan cortos de dinero, los legisladores buscan ingresos adicionales para cubrir el déficit presupuestario. Una encuesta reciente de la NCSL realizada por los responsables fiscales llegó a la conclusión de que entre 2008 y 2013, los estados cerraron cerca de 530 mmd en déficit presupuestarios mediante la reducción de programas. Tras la recesión, los ingresos presupuestarios de los estados se han moderado debido al débil crecimiento económico; entre el 2T08 y el 2T11, los ingresos estatales cayeron de media 1.5% anual. No obstante, los ingresos de los estados han mejorado considerablemente en los dos últimos años. Del 2T11 al 2T13, el crecimiento de los ingresos anuales se incrementó en promedio 6.1%, de forma que se aliviaron las presiones presupuestarias. Aun así, la mejora fiscal no ha sido suficiente para cerrar los déficit presupuestarios y los estados siguen buscando alternativas para mejorar sus situaciones fiscales. Además, una parte importante de los ingresos de muchos gobiernos estatales depende de los impuestos generales de las ventas. En el 2T13, los impuestos sobre las ventas ascendieron a 31% de los ingresos fiscales totales. Si no se aborda el problema de recaudación de los impuestos de las ventas en línea, los estados perderán un porcentaje importante de los ingresos fiscales por ventas, ya que el comercio electrónico representa un porcentaje cada vez mayor del total de las ventas minoristas.

En la actualidad, los estados no pueden recaudar de forma eficaz los impuestos sobre las ventas en línea fuera del estado debido a la resolución *Quill v. Dakota del Norte* de 1992 que puso la carga sobre los vendedores en vez de sobre los compradores en las transacciones de comercio minorista en línea fuera del estado. Como parte de la resolución, a los vendedores solo se les requería que recaudasen los impuestos sobre las ventas si tenían una presencia física importante, como un almacén o una fábrica, dentro del estado. Sin embargo, la resolución se adoptó en una época en que el comercio electrónico no tenía mucha relevancia, de modo que en aquel momento, la recaudación fiscal de las ventas en línea no era motivo de preocupación.

En la actualidad, 45 estados administran un impuesto sobre las ventas minoristas y, como resultado de la decisión de 1992, la responsabilidad queda en manos del consumidor para que declare su compra y pague el impuesto al consumo. Sin embargo, según un estudio realizado por el Departamento de Investigación Interna de Minnesota, menos del 2% de los contribuyentes declaran el impuesto al consumo en los estados donde no es obligatorio hacerlo, lo que indica que esos estados no están percibiendo esta fuente de ingresos como deberían. Además, el Consejo Consultivo del Impuesto sobre las Ventas observó que muchos consumidores no son conscientes del requisito de declarar el impuesto al consumo y que es muy costoso recaudar una pequeña cantidad de impuestos de cada consumidor que compra fuera del estado.

En mayo de 2013, el Senado aprobó la Ley de Equidad del mercado (MFA por sus siglas en inglés). La ley propuesta obliga a los comerciantes minoristas de fuera del estado con ingresos iguales o superiores a 1 millón de dólares y que tienen presencia física en su estado a recaudar impuestos sobre las ventas en compras realizadas fuera del estado. Los estados solo tendrían autoridad para obligar a la recaudación si han simplificado su legislación fiscal, bien mediante la aceptación del Acuerdo Racionalizado de Impuestos a las Ventas y al Uso (SSUTA por sus siglas en inglés), o ateniéndose a los requisitos específicos de simplificación descritos en la ley. El proyecto de ley se ha aprobado en el Senado, pero actualmente está retenido en el Congreso. Los que se oponen a la ley consideran que la imposición del impuesto sobre las ventas en línea es un impuesto adicional; sin embargo, teniendo en cuenta que ya se supone que los compradores paguen un impuesto al consumo, el argumento es difícil de defender. Otras críticas se derivan de la carga extra sobre los comerciantes minoristas al tener que coordinar varias tasas impositivas entre los distintos estados. La MFA trata de solucionar el asunto obligando a todos los estados a aceptar el SSUTA, pero la eficacia del mandato todavía está por ver.

En general, la MFA ayudaría a los estados a recaudar los impuestos de las ventas por Internet y contribuiría a cerrar los déficit presupuestarios estatales. Al dar a los gobiernos estatales derechos para hacer cumplir la fiscalidad vigente sobre las ventas y el consumo, los estados podrían conseguir ingresos que en gran parte no se declaran. Otro sistema que se ha sugerido para recaudar los impuestos sobre las ventas en línea es hacer la recaudación en la base donde se origina; mediante ese sistema el comerciante debe cumplir la legislación fiscal del estado en el que se encuentra. Sin embargo, esto haría que las empresas se ubicaran en estados con bajos impuestos sobre las ventas o sin impuesto alguno sobre ellas, por lo que el problema de la recaudación de impuestos seguiría sin resolver.

Según nuestras estimaciones, las ventas a través del comercio electrónico se duplicarán con creces de aquí a 2018, de 262 mmd a aproximadamente 551 mmd. En términos de porcentaje sobre el total de las ventas minoristas, las ventas a través del comercio electrónico constituirán más del 9% en 2018, lo que supone un aumento con respecto al 4.2% en 2012. Si la legislación no cambia, estimamos que la pérdida de impuestos de los estados llegaría a aproximadamente 27 mmd en 2018. Incluso partiendo de estos supuestos, las pérdidas estimadas de ingresos fiscales por las ventas en Internet solo representarían poco más del 1.1% del total de los ingresos de los estados en 2018 y solo 0.1% del PIB de Estados Unidos en el mismo año. Por tanto, la cantidad de ingresos que los estados perderían es relativamente pequeña con respecto a los ingresos totales y al PIB, y el esfuerzo que se requeriría para hacer cumplir las leyes sobre recaudación de los impuestos en línea reduciría los beneficios. En otras palabras, sería más conveniente para los estados que buscaran otras fuentes de ingresos, como recortar los gastos, aumentar la recaudación de impuestos o mejorar la eficacia del gasto, como forma de equilibrar sus presupuestos y sacar más provecho de su dinero. En última instancia, el porcentaje relativamente pequeño de las pérdidas de ingresos estimadas en relación con las ventas en línea no parece que represente un gran riesgo para las finanzas de los estados, su solvencia ni la estabilidad fiscal del país a largo plazo.

### Conclusión

Gracias a la rápida evolución de la tecnología y las innovaciones, el crecimiento del comercio electrónico seguirá constituyendo un porcentaje cada vez mayor del pastel de las ventas minoristas. Por ello, los estados se están centrando en las ventas en línea como medio de recaudar los ingresos fiscales por ventas que ya deberían haber percibido. Al adoptar la Ley de Equidad del Mercado, debería ser más fácil para los estados recaudar los impuestos sobre las compras en línea efectuadas fuera del estado. Sin embargo, los ingresos que se ganarían con las recaudaciones tributarias de las compras en línea fuera del estado representan un pequeño porcentaje del total de los ingresos estatales y no supondrán una ganancia significativa para los presupuestos estatales en el futuro. A fin de cuentas, aunque fracasen los intentos por recaudar los impuestos sobre las ventas de las compras realizadas por Internet, las finanzas estatales y el crecimiento económico general no se verán afectados por ello.

#### AVISO LEGAL

Este documento ha sido preparado por BBVA Research, el Servicio de Estudios Económicos del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) en su propio nombre y en nombre de sus filiales (cada una de ellas una compañía del Grupo BBVA), y se facilita exclusivamente a efectos informativos. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento hacen referencia a su fecha específica y están sujetos a cambios que pueden producirse sin previo aviso en función de las fluctuaciones del mercado.

La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento han sido recopiladas u obtenidas de fuentes públicas que la Compañía estima exactas, completas y/o correctas. Este documento no constituye una oferta de venta ni una incitación a adquirir o disponer de interés alguno en valores.