ANALISIS DE LOS CAMBIOS TRIBUTARIOS QUE PLANTEA EL COMERCIO ELECTRONICO EN COLOMBIA



LAURA LICETH DUQUE GUTIÈRREZ FRANCY ENITH DIAZ BONILLA

ASESORES

JOHN JAIRO BONILLA ALDANA SANDRA YANINNA LOPEZ DUQUE



UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA PROGRAMA CONTADURIA PÙBLICA CALI - VALLE AÑO 2021-1

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN5			
ABSTRACT6			
INTRODUCCIÓN7			
1.	DESCIPCIÓN DEL PROBLEMA	8	
2.	OBJETIVOS	11	
2.1 Objetivo General			
2.2 Objetivos Específicos			
3.	JUSTIFICACIÓN	12	
4.	MARCOS DE REFERENCIA	15	
4.1 M	Aarco Contextual	15	
4.2 M	Marco Conceptual	15	
4.2.1	Conceptos del Comercio Electrónico	15	
4.2.2	Antecedentes de la investigación del Comercio Electrónico	17	
4.2.3	Evolución de la Tecnología en las empresas frente al comercio electrónico	20	
4.2.4	Antecedentes de las teorías del consumo electrónico	22	
4.3 M	Aarco Jurídico	24	
4.3.1	Ley Modelo de la CNUDMI de 1996	24	
4.3.2	Ley 527 de 1999	24	
4.3.4	Decreto 1747 de 2000	27	
4.3.5	Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo	30	
4.3.5.	.1 Disposiciones varias Capítulo VI	31	
4.3.5.	.2 Reglamentación & Vigencia, Parte IV	32	
AS	PECTOS METODOLOGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	33	
5.1 M	létodo de la investigación	33	
5 2 T	ino do estudio	3/	

5.

5.3 Fuentes de información	35		
5.4 Técnicas para la recolección de información	36		
5.5 Tratamiento de la información37			
5.6 Plan de actividades por objetivos específicos38			
6. LIMITACIÒNES ENCONTRADAS	40		
6.1 Existencia de barreras para el uso de servicios en la nube por parte del estado	41		
6.2 Existencia de excesivas retenciones a los denominados "micro pagos"	41		
6.3 Insuficiencia de carreras en labores relacionadas con tecnología	41		
6.4 Tratamiento desigual para el C.E en regulaciones, políticas públicas	42		
6.5 Falta de normas que faciliten la financiación de emprendimientos digitales	42		
6.6 Dificultades en la aplicación práctica del derecho de retracto en la ley 1480/11	43		
6.7 Barreras impuestas por regulación de factura electrónica	43		
6.8 Los desafíos principales del comercio electrónico en materia tributaria	44		
7. RESULTADOS OBTENIDOS DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS	46		
7.1 Objetivo Especifico No 1 "Identificar"	50		
7.2 Objetivo Especifico No 2 "Revisión"	51		
7.3 Objetivo Especifico No 3 "Explicar"	53		
7.4 Objetivo Especifico No 4 "Fomentar"	54		
8. CONCLUSIÒNES	55		
9. RECOMENDACIÒNES	57		
10. BIBLIOGRAFIA	59		
11. GLOSARIO DE PALABRAS CLAVES	61		
12. ANEXOS	62		

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Plan de actividades por objetivos específicos.
 39

Tabla 2: Matriz Recolección de datos en Excel, sobre la información relevante del objeto de
estudio. (Fuentes secundarias)
Tabla 3: Cuadro Comparativo en Excel, sobre el resultado del Objetivo específico No 1 50
Tabla 4: Cuadro Comparativo en Excel, sobre el resultado del Objetivo específico No 3 53
LISTA DE ILUSTRACIÒNES
LISTA DE ILIUSTRACIONES
Ilustración 1: Infografía diseñada en plataforma canvas sobre el resultado del Objetivo
específico N.° 2
Ilustración 2: Video infográfico diseñado en canvas para fomentar el resultado del Objetivo
específico No 3

RESUMEN

En el presente trabajo se tiene como objetivo analizar los cambios tributarios desde la llegada del comercio electrónico en Colombia y su impacto en la reformulación del concepto de tributación en el entorno virtual.

Ya que el comercio electrónico ha cambiado el concepto tradicional y ha planteado exigencias al desarrollo de los negocios, en el concepto de participación en las finanzas y la fiscalidad y, por tanto, en términos de competitividad y globalización. La implicación de la Contaduría pública en el entorno económico no debe ser ajena y menos si los conceptos a reconsiderar forman parte del campo laboral.

Por lo general el comercio electrónico es una gran herramienta que puede garantizar la continuidad y el crecimiento de un ente económico. Sin embargo, la solución para mantenerse a la vanguardia con los cambios tributarios y tecnológicos que permitan el surgimiento de los efectos positivos sobre la contabilidad y el replanteamiento de los impuestos; Se debe exigir que para su desarrollo seamos profesionales idóneos para actuar como garantes frente a la sociedad de las relaciones comerciales y de las sociedades.

Finalmente, se concluirá con los resultados obtenidos en el desarrollo de la actual investigación con el fin de realizar las respetivas recomendaciones a los puntos NAF de la DIAN que apuntan a comprender y analizar los lineamientos de un sistema tributario eficiente en el tratamiento del comercio electrónico en Colombia para evitar las evasiones fiscales.

PALABRAS CLAVES

• Comercio electrónico, desarrollo tecnológico, TIC, CNUDMI, automatización, estándares universales, globalización, establecimientos permanentes, evasión fiscal.

ABSTRACT

This work aims to analyze tax changes since the advent of e-commerce in Colombia and their impact on the reformulation of the concept of taxation in the virtual environment.

Since (United Nations Commission, 2007) e-commerce has changed the traditional concept and raised demands on business development, on the concept of participation in finance and taxation and, therefore, in terms of competitiveness and globalization. The involvement of the Public Accounting in the economic environment should not be alien, let alone if the concepts to be reconsidered are part of the field of work.

E-commerce is usually a great tool that can ensure the continuity and growth of an economic industry. However, the solution to stay ahead of the curve with tax and technological changes that allow the emergence of positive effects on accounting and tax rethinking; It must be required that for its development we are professionals suitable to act as guarantors in the face of the society of commercial relations and societies.

Finally, the results obtained in the development of the current research will be concluded in order to make the repetitive recommendations to the NAF points of the DIAN that aim to understand and analyze the guidelines of an efficient tax system in the treatment of e-commerce in Colombia to avoid tax evasions.

KEYWORDS

• Electronic commerce, technological development, TIC, CNUDMI, automation, universal standards, globalization, permanent establishments, tax evasion.

INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico no es solo un tema en furor, sino que también se ha convertido en una necesidad para el desarrollo económico del país en todos los sectores. Su funcionalidad incluye aspectos administrativos, Contables, comerciales, regulación, responsabilidad social y temas tributarios que merecen ser estudiados para el análisis de los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en Colombia.

El comercio electrónico ha ganado importancia en el momento en que la modernización requirió cambios forzados del uso de las tecnologías como, por ejemplo, el teléfono, fax, cajero automático, tarjetas de crédito y la televisión, medios que comenzaron a reformar la perspectiva economía empresarial.

Por otra parte, el aumento significativo de usuarios en **INTERNET** y las **TIC** han creado un mercado potencial y una oferta oportuna de crecimiento para las empresas que se incursionan en este campo.

Para un país como Colombia, esto aún puede significar cambios en la cultura y los hábitos de consumo, lo que hace consciente a la población del lento crecimiento, pero no se puede argumentar ante la urgente necesidad de mejorar la eficiencia de los recursos y la importancia de mejorar la eficacia de la economía del país.

Involucrar empresas en el comercio electrónico hace que se rompan las barreras 'permitiendo que se expanda la distribución de los bienes y/o servicios en cualquier lugar del mundo sin necesidad de estar físicamente captando Usuarios finales en Colombia. Si no que a través de las herramientas tecnológicas se aprovechen los lapsos de comercio internacional.

Esto logra un buen desarrollo del comercio electrónico de acuerdo a la preparación y conocimiento de nuevos medios tecnológicos, para el análisis de las condiciones necesarias y su aplicación dentro del que destaca la participación del estado; es muy importante ya que es un hecho que requiere el desarrollo de pautas y directrices eficientes para lograr el control mediante la regulación.

Por consiguiente la DIAN como garante de la seguridad fiscal del estado Colombiano ha proporcionado herramientas y talento humano con ayuda de las universidades del país y funcionarios de las mismas ofreciendo servicios de acompañamiento y orientación al ciudadano en temas tributarios, cambiarios y aduaneros, fomentando a la cultura de la contribución en los ciudadanos, por medio de estrategias como lo son los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal siendo una iniciativa de responsabilidad social universitaria para crear eficiencia y coordinación de los mismos.

1. DESCIPCIÓN DEL PROBLEMA

El tema que se seleccionó y fundamento, tiene que ver con el ANÁLISIS DE LOS CAMBIOS TRIBUTARIOS QUE PLANTEA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA. Como estudiantes uno de las áreas que rige el conocimiento científico de la Contaduría pública es la tributación, por ende el tema seleccionado se basara en una síntesis documental que es de gran aporte al área debido a que se habla sobre los cambios tributarios y a su vez sobre el impacto que plantea el comercio electrónico en Colombia, esta es una herramienta que ha venido en constantes cambios y es utilizada en diferentes profesiones en este caso se alineo en contexto a la Contaduría pública en el ámbito de la tributación, este tema es bastante interesante, porque el comercio electrónico ha permitido a lo largo de su evolución traer múltiples beneficios en materia tributaria algo bastantemente importante para los contadores dado a que el rápido desarrollo de las nuevas tecnologías cambian constantemente, la ley no puede separarse de estas realidades como por ejemplo, el internet es una herramienta que permite comerciar con cualquier persona en tiempo real en un mercado sin fronteras, a través del cual se pueden comerciar bienes y servicios en cualquier lugar del mundo.

Por tanto, esto libera muchas formalidades que suelen acompañar a hacer negocios de forma tradicional; Y toda la información que se requiera se puede encontrar en diferentes fuentes de investigación o proyectos que aportan a que los resultados de la investigación sean satisfactorios y de gran valor agregado en ámbitos como las declaraciones de impuestos, firmas digitales, facturación electrónica, contabilidades en nube, entre otros, igualmente permite afianzar los conocimientos sobre la normatividad en la tributación por medio del e-commerce y los mecanismos empleados en los procedimientos contables para dicho reconocimiento algo que le facilita a la Unidad administrativa especial de tributación evitar las evasiones de los impuestos por parte de los contribuyentes.

Es evidente que hay una gran cantidad de fundamentos legales y costumbres comerciales para satisfacer las nuevas necesidades de la realización de negocios. Como equipo de trabajo se reconoció el impacto que proporciono la llegada del comercio electrónico al país, puesto que rompió con las barreras existentes y abrió brechas a las transacciones de compra y venta de servicios o productos, generando rapidez y seguridad encontrando todo en un mismo lugar. Cabe resaltar que por medio de la adopción de las condiciones del comercio electrónico se instauro el mecanismo de las firmas digitales como garantía para la autenticidad e integridad de los documentos, lo cual fue un aporte significativo al sistema contable en el país según; Decreto 2364 del 2012 modificando la ley 527/99.

Planteamiento del problema:

Los avances tecnológicos y comunicativos son constantes en el mundo, estos cuentan con la participación de personas en internet relaciones restauradas y nutridas que se perdieron, y esto a la fuerza ha superado el mundo empresarial donde es importante que las disciplinas como el derecho tributario ocupen un lugar destacado en la lista de investigación sobre las necesidades de la reformulación del concepto tributario tradicional.

Aunque este es uno de los mayores obstáculos, cuando se piensa en transacciones electrónicas, definitivamente entrara en conflicto con la cultura tradicional, que ha sido su "garantía "durante mucho tiempo.

El comercio electrónico es un tema que siempre cuenta con más validez y que obliga a ser parte de ella y se convierte en un desafío para empresarios y profesionales que deben ser parte activa de las reformulaciones necesarias para avanzar y poder brindar asistencia en la toma de decisiones en las organizaciones.

El comercio electrónico muestra estos enfoques como ejemplo, los impuestos que las administraciones han recaudado durante muchos años no se adaptan a los requisitos de los nuevos conceptos de negociación en el siglo XXI y, de ser así, No hay reevaluación conceptual con aportes multidisciplinares. Puesto a que las organizaciones cierran sus puertas a la globalización económica actual.

Formulación del problema:

Dado el impacto evidente del comercio electrónico en este proyecto se tiene en cuenta su cometido en empresas y organizaciones. Fundamentalmente para el análisis de la reformulación del concepto de establecimiento permanente y describir ¿Cuáles son los efectos desde la llegada del comercio electrónico para la contabilidad tributaria en Colombia?

Sistematización del problema

- ¿Cuándo se dieron los inicios de la tentativa de implementar en Colombia el proyecto de la Ley Modelo del Comercio Electrónico?
- ¿Cuáles es la legislación o Normatividad que contiene las disposiciones generales y materias específicas sobre el comercio electrónico?
- ¿Qué entes gubernamentales participaron en la presentación de este proyecto de ley?
- ¿cómo se logró darle importancia y cuál es la finalidad de regir las nuevas tendencias para realizar dichas transacciones comerciales en Colombia?
- ¿Qué beneficios y cambios se han generado en las contabilidades de empresas que manejan el comercio electrónico?
- ¿Qué relación hay entre el E-commerce y la contabilidad en línea o en nube?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

 Analizar los cambios tributarios desde la llegada del comercio electrónico en Colombia y su impacto en la reformulación del concepto de tributación en el entorno virtual.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar la normatividad vigente en las áreas del Comercio electrónico en Colombia.
- Revisar el desarrollo de la tecnología analítica y su contribución en los procedimientos contables en rol de los contadores públicos frente al comercio electrónico.
- Explicar las diferencias que existen en los conceptos del Comercio electrónico VS
 El comercio tradicional.
- Fomentar a la cultura de la contribución por medio de diferentes estrategias.

.

3. JUSTIFICACIÓN

La interacción que ofrece el comercio electrónico entre las empresas y sus clientes son muy importantes y requieren conocimientos especializados debido a las necesidades de globalización de las diferentes áreas corporativas.

Pero como todo desarrollo y según el estudio 150 (Aladi, 2003) "este fenómeno causa varios problemas en tributación que han sido elaborados bajo los principios, criterios y directrices vigentes para transacciones en comercio tradicional" (P.5).

Un tema bastante candente y una de las barreras más significativas cuando se piensa en transacciones electrónicas, en definitiva, porque lo busca es traer mejoras en otros ámbitos que apuntan a la virtualidad y que en compañía de las tecnologías de la información (TIC) se rompe con el esquema de los conceptos de la cultura tradicional, que ha sido la "garantía "durante mucho tiempo.

Por otra parte, los avances tecnológicos han dado paso al comercio electrónico el cual se convertirá en uno de los pilares de la economía más importantes del mundo en el siglo XXI, por ejemplo, la **OCDE** (Organización y cooperación para el desarrollo económico), ya ha expresado su apoyo a la expansión de este tema sobre una base sólida, información digna de las cuestiones fiscales en el temario tributario que son parte fundamental en la contabilidad.

Por tanto, múltiples administraciones en todos los continentes y entidades como **ONU** (Organización de naciones unidad), **IFA** (Asociación fiscal internacional) y la **DIAN** (Dirección de impuestos y aduanas nacionales), han puesto su atención a las exigencias del actual mundo contemporáneo donde se encuentra como primera primicia el comercio electrónico y el progreso de la tecnología para contribuir con las competencias ciudadanas que aportan a que los países sean más honestos en los asuntos tributarios.

De acuerdo con (Santos Ibarra, 2017) el comercio electrónico es un tema que se ha venido desarrollando con el fin de traer crecimiento económico exponencial, sostenimiento y mejoramiento de los aspectos comerciales para usuarios y comerciantes que ayudan a disminuir las evasiones fiscales.

A nivel académico y personal esto permite ser partícipes del ámbito comercial e identificar el tratamiento fiscal que se les aplica a las operaciones comerciales de los canales alternativos que se generan por necesidad para la comunidad académica y profesional como parte de la formación, el cual hace impredecible este argumento, ya que es un valor agregado que mide las habilidades, capacidades, y destrezas de los futuros profesionales en el programa de Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia.

Y que como futuros profesionales en esta rama todos estos mecanismos aportan a los objetivos misionales que tiene la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN en Colombia.

Por último, este trabajo se justifica desde el punto de vista documental donde se basa en el contenido de la información relevante en cuanto a la teoría de tributación en el comercio electrónico, sus sistemáticas prácticas, así como los compendios descritos desde la llegada

del E-commerce y sus efectos. En este sentido se debe conocer la identificación de la normatividad como lo es la ley modelo 527/99, resolución 26930 del año 2000 y el decreto 2364 del 2012 modificando dicha ley, entre otras. En el campo del comercio electrónico, la teoría no puede quedarse atrás, porque las necesidades humanas han cambiado de tal manera que se puede garantizar un consumo sin fin, lo que se manifiesta en algo muy importante para el comercio y las empresas, ya que como punto de partida podrán abrir el paso a estas nuevas tecnologías y estar a la vanguardia de lo que plantea el e-commerce en los temas tributarios. Cabe señalar que la teoría del consumo la "utilidad y auto eficiencia" del comercio electrónico son herramientas claves para definir los factores motivacionales que llevan a las personas y empresas a participar en este proceso.

También es transcendental resaltar el desarrollo de la tecnología analítica y su contribución en los procedimientos contables en el rol de los contadores públicos frente al comercio electrónico, así como la explicación de las diferencias que existen en los conceptos del comercio electrónico vs el comercio tradicional y las estrategias planteadas para la cultura de la contribución, donde se muestra la obligatoriedad del temario tributario en Colombia como lo son los impuestos y lo que se genera en el entorno del comercio electrónico, como ejemplo tenemos la facturación, firma electrónica, información exógena, servicios en línea, entre otras cosas que apuntan a los avances tecnológicos de la época que se detallaran en los marcos de referencia del presente trabajo en relación con el funcionamiento y aplicación en la práctica de las NAF (núcleos de apoyo contable y fiscal) de la DIAN en convenio con la Universidad Cooperativa de Colombia.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 Marco Contextual

El presente documento se basa en información que proviene por diferentes fuentes que hablan sobre la trayectoria del E-commerce, representado de esta manera el análisis del objetivo general de los cambios tributarios desde la llegada del comercio electrónico en Colombia y su impacto en la reformulación del concepto de tributación en el entorno virtual.

4.2 Marco Conceptual

4.2.1 Conceptos del Comercio Electrónico

Según la (OMC, 1998) organización mundial del comercio este puede entenderse como "cualquier forma de transacción comercial en donde las partes involucradas interactúan de forma electrónica en lugar de hacerlo tradicionalmente, por medio de la distribución, mercadeo, venta o entrega de bienes y/o servicios electrónicos".

Por otra parte, existen diversos conceptos establecidos por organismos internacionales relacionados con el comercio electrónico.

De acuerdo con la comisión de regulación en comunicación (CRC, 2017) y la Comisión de la Unión Europea (EUR - LEX, 2017), se definió el comercio electrónico como:

"Cualquier actividad que involucre a empresas que interactúan y hacen negocios por medios electrónicos, bien sea con clientes, entre ellas o con la administración".

En este contexto se incluye el pedido y pago electrónico de manera online de bienes que se envían por correo u otro servicio de mensajería, así como el envío online de servicios como publicaciones, software e información. Así mismo, se incluyen actividades como diseño e ingeniería cooperativa, marketing, comercio compartido, (subastas y servicios post–venta).

En efecto la (OCDE, 2020) define "el comercio electrónico como un mecanismo que tiene lugar a través de diversas relaciones comerciales, que implican cualquier posible combinación de consumidores (C), empresas (B) o gobiernos (G). Entre ellas se incluyen las clásicas transacciones B2B, que siguen representando la mayor parte del volumen de negocios derivado del comercio electrónico del sector privado, así como las transacciones de empresa a gobierno (B2G) (por ejemplo, la adquisición de bienes y servicios por parte de dependencias y organismos de la administración pública). Las transacciones de comercio electrónico involucran cada vez más a los consumidores de forma directa, sobre todo las transacciones de empresa a consumidor (B2C). Además, los modelos de negocio emergentes implican relaciones de consumidor a empresa (C2B) y relaciones entre pares, las cuales tienen lugar entre dos o más personas. En este informe el comercio electrónico se define como la venta o compra de bienes o servicios que se realiza a través de redes informáticas con métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos.

Finalmente, conforme a las definiciones planteadas se puede decir que el volumen de transacciones realizadas electrónicamente ha crecido de forma imparable debido a la popularidad de internet. De esta forma, se llevan a cabo diversas actividades comerciales, lo que estimula la creación y uso de innovaciones como la transferencia electrónica. Gestión de fondos, gestión de la cadena de suministro, marketing en internet, procesamiento de transacciones en línea, intercambio electrónico de datos, sistema de gestión de inventario y sistema de recopilación automática de datos en la nube.

En el siglo XXI el internet es el medio o herramienta más potente que desencadena el desarrollo del comercio electrónico, su función es muy crítica y existe una demanda para su uso, por lo que las barreras físicas del tiempo y la distancia pasan a segundo plano. Puesto que crean una sensación de igualdad y usabilidad entre los usuarios.

De hecho, el comercio tradicional ha sido reemplazado cada vez más por el comercio electrónico, en general porque la garantía de la supervivencia del primero depende del avance del segundo.

4.2.2 Antecedentes de la investigación del Comercio Electrónico

El comercio electrónico ha traído innumerables problemas desde el año 99 con la aparición de la carta modelo; varias suposiciones en la mayoría de los casos giran en torno a funciones existentes con temas más profesionales. Dado a que en el futuro se pueden dar cambios por completo para garantizar la transparencia de esta operación.

Esta problemática se da básicamente porque el usuario (particular, empresa y país) no está preparado frente al cambio que traen las herramientas tecnológicas en el actual mundo contemporáneo entre estos mecanismos se encuentra el comercio electrónico una de las grandes exigencias de los avances tecnológicos en un futuro.

En Colombia, el comercio electrónico forma parte de diferentes leyes y decretos que se detallaran en el marco jurídico del presente informe cabe resaltar que su ámbito de aplicación cubre todo tipo de información generada, enviada, recibida y almacenada para comunicarse a través de varios medios electrónicos, el cual contiene todas las operaciones comerciales del comercio tradicional la primera diferencia se da en que el comercio electrónico a punta más a estar a la vanguardia en la tecnología, ya que por ejemplo este tiene estándares universales que permiten negociar en un mercado sin frontera, es decir, sin necesidad de estar físicamente en un punto fijo debido a las herramientas tecnológicas y a las (TIC, 2009) Tecnologías de la información y comunicación se pueden hacer de manera virtual por medio de la navegación en la nube entre otros hallazgos positivos que tiene el E-commerce, el ministerio de las TIC las define como " el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes.

Dentro de los cambios solicitados, lo que se espera a un futuro es romper con los esquemas con las ideas tradicionales, por medio de estas se tendrá la obligación repensar y construir conceptos que sean igualmente importantes y permanentes, lo que facilita la percepción de las empresas físicas y virtuales.

Desde el marco conceptual el comercio electrónico va de la mano con el progreso de los países a un futuro con la era digital debido al avance tecnológico por eso en Colombia se creó el Ministerio de las TIC que compone todos los recursos necesarios que ayudan a la eficiencia del país en contexto con un mundo globalizado, puesto que tiene mucha relación con los estándares universales que aportan a hablar un mismo lenguaje como paso en el caso de las (NIFF) en el 2009, donde se adoptaron las normas internacionales de la información financiera que busco en primera instancia estándares internacionales que permitieran el desarrollo de las actividades contables para que todo aquel que interprete un estado financiero hable el mismo idioma, esto se logra con ayuda de la tecnología y el comercio electrónico, el cual trae aportes de valor agregado, ya que estos programas son encargados de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, por eso su lema en estos momentos es "El futuro digital es de Todos" que implica al comercio electrónico.

Por otra parte, el comercio electrónico se ha vuelto una ficha importante en los temarios tributarios, por ejemplo en Colombia actualmente se han realizado varios ajustes al comercio tradicional, porque la entrada del comercio electrónico en dicho país ha permitido que entidades de vigilancia y revisión tengan mayor control en la parte de evasiones fiscales por tal motivo ha traído grandes utilidades en la eficiencia, dado a que anteriormente las declaraciones de impuestos se hacían manualmente hoy por hoy se hacen electrónicamente.

En definitiva lo que proponen estas entidades es que a un mañana todo sea digital, por ende la DIAN con su lema pretende que "Colombia sea más honestad" para esto ha organizado varias estrategias que minimizan los procesos en tiempos y recursos que ayudan a evitar sucesos fraudulentos, por eso han creado los repostes de información exógena, facturas, firmas electrónica, servicios en línea, nomina electrónica, entre cosas como los acompañamientos que ofrecen los Núcleos de apoyo contable y Fiscal NAF que contribuyen con los objetivos misionales que aportan al ciudadano a tener orientación en temas como declaraciones de tributos, por ejemplo en las personas naturales existen programas como la ayuda renta que en otras palabras brinda asistencia al ciudadano cliente a que minimice el riesgo de pagar sanciones, porque ya tienen una asesoría donde se encuentran videos, blocs, entre otras herramientas tecnológicas, con las que se cuentan hoy en día, entre estas tenemos

el calendario tributario que le permite tener una planificación en el pago de los impuestos, también hay asesorías virtuales en quioscos de diferentes ciudades, donde se brindan espacios por medio de aplicaciones remotas para tener mayor acercamiento para la formalización de los negocios o empresas, incluso se pueden hacer trámites como sacar el RUT (Registro único tributario) virtual por primera vez, actualizarlo o hacer su respectiva cancelación.

Cabe resaltar que antes era necesario ir físicamente a puntos de contacto de la DIAN, hoy en día las personas lo pueden hacer sin ningún costo y de manera virtual algo interesante porque, minimiza tiempo y a su vez esto genera una cultura a la contribución que favorece a las competencias ciudadanas y que de algún otro modo permite a los usuarios o contribuyentes, tener mayor conocimiento en la globalización.

Ahora, basado en lo anterior, esto juega un papel importante para los futuros profesionales de la contabilidad, ya que debemos trabajar activamente por estos reajustes que trae el comercio electrónico y la era digital en los avances tecnológicos.

Además de estos métodos, el tema de un establecimiento permanente, con varios autores profundizar en el tema desde las siguientes perspectivas:

Según la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2013) enfatizó la nueva importancia de la existencia de la tecnología el cual obliga a repensar las ideas tradicionales en el consenso por alcanzar los estándares universales. Un contexto que enfrenta el cambio paradigmático en el siglo XXI. Puesto que el desarrollo que han alcanzado las TICS (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en los últimos años demanda al sistema tradicional una actualización de prácticas y contenidos que sean acordes a la nueva sociedad en materia de la información.

Esto involucra el manejo del comercio electrónico ya que esta actualización implica en primer lugar un desafío pedagógico y tecnológico, para incorporar las TIC al aula y en los programas escolares y universitarios para la adecuación de la formación inicial y en servicio de los docentes, y políticas públicas que aseguren la implementación sistémica de reformas que impacten en los sistemas educativos de manera integral, lo que incluye asegurar la cobertura y calidad de la infraestructura tecnológica (hardware, software y acceso a servicios

de información y comunicación). Junto con esto, las TIC también presentan potenciales beneficios para mejorar la gestión en las nuevas tecnologías.

Por consiguiente, se detalla la aparición del concepto de establecimiento permanente, que puede reducir la carga en la tributación o gravamen de la entidad que realiza actividades.

Esta entidad es tan importante como el convenio emitido por la OCDE para evitar la doble imposición, donde perderá efectividad y relevancia en el entorno virtual.

Así es como el comercio electrónico gana atención a través de la animación visual con el componente de analizar innumerables autores y sacar conclusiones frente a las nuevas exigencias de la globalización, donde la economía se visualiza en el panorama general y estimula el interés en el promotor del conocimiento.

4.2.3 Evolución de la Tecnología en las empresas frente al comercio electrónico

La contabilidad siempre ha sido una disciplina en la historia de la información financiera y económica; Su desarrollo se ha vinculado a las necesidades de los usuarios que han necesitado de ella para la toma de decisiones, pero este desarrollo no ha sido relevante ya que dicha evolución no ido de la mano con la aparición de nuevas ideas de negocio, motivos de diversas entidades y autores que centran el interés en seguir dando uso al concepto tradicional, incluso en esta nueva era.

Actualmente, las necesidades de información han cambiado, los usuarios necesitan obtener información de forma rápida, precisa y en tiempo real, una de las razones ha sido gracias al el desarrollo del comercio electrónico y la tecnología.

(Florez Castañeda, 2006)

Aclaró las siguientes etapas, entre las cuales se ha introducido la tecnología de la información y comunicación en las empresas:

El período de 1900 a 1960. Se dio por la necesidad de gestionar la información para coordinar las economías, logísticas y actividades productivas derivadas del desarrollo empresarial como consecuencia del desarrollo de las tecnologías en la producción.

La etapa de 1960 a 1990. La tecnología de la información proporciona automatización y coordinación en los procesos.

Después de la década de 1990, la economía digital comenzó a transformarse, la integración de la informática y las telecomunicaciones ha acelerado este proceso de transformación, dado que la empresa se enfrenta al uso de información para promover la innovación y adaptarse al cambio continuo.

(Cardenas, 2009), señaló en su libro que, en la década de 1990, las empresas globales de internet se destacaban por la nueva forma de comunicación entre clientes y proveedores, creando un acceso más fácil a la información y procesos de innovación de los cuales se utilizaron para la gestión empresarial, donde se recalca el comercio electrónico.

Actualmente, es casi imposible no unirse a este nuevo programa en la era de la tecnología digital en el siglo XXI, puesto que las empresas tendrán que ser partícipes del mundo globalizado además se verán obligados a ser parte de estos cambios de evolución que también integra a los colaboradores de las empresas, estos son los profesionales de la contabilidad, el cual deberán responder con las habilidades y el conocimiento para satisfacer las necesidades de la organización.

La influencia del comercio electrónico en el poder contable revisa las prácticas y principios contables actuales en el rol de los contadores públicos, con el fin de ser más eficientes en el área y también para tener un manejo correcto de la información virtual que brindarán a la compañía. Los profesionales contables están obligados a participar en todo esto y se verán involucrados en la necesidad de estos cambios que traen las herramientas tecnológicas y el comercio electrónico.

4.2.4 Antecedentes de las teorías del consumo electrónico:

En el artículo, percepción de la utilidad del consumo electrónico (Cruz Garcia, 2012) presenta la descripción de varias teorías que han dado paso al consumo del comercio electrónico a través de la demanda del consumo humano, donde las tecnologías contribuyen a la participación de este factor, por medio de las 5 aproximaciones de los antecedentes de la teoría del consumo electrónico dentro de las cuales diversas fuentes han hecho su aporte al análisis de estas teorías.

En dicho artículo se enuncian las siguientes teorías:

Teoría de la motivación humana (Koufaris y Hampton, 2002). Sostiene que las necesidades, al estar jerarquizadas, fundamentan las razones para llevar a cabo una acción, esto es, activan procesos deliberados que llevan a las personas a sistematizar sus objetivos.

Teoría universal de valores (Jutla, Feindel y Bodorik, 2003). Analiza las necesidades personales y establece una jerarquía de principios y prioridades derivadas de un grupo de referencia.

Teoría de la acción razonada (Mailier, Jollife y Stephenson, 2006). Señala el efecto indirecto de las creencias generales sobre el comportamiento delimitado que es transmitido por actitudes, percepciones, normas e intenciones. Estas trayectorias, al ser deliberadas y sistemáticas, implican un cambio del individuo más que del grupo.

Teoría de la conducta planificada (Iriberri, Leroy y Garrett, 2006). Análogamente, las creencias determinan de un modo indirecto un comportamiento delimitado, deliberado, planificado y, consecuentemente, sistemático a través de actitudes, percepciones, normas e intenciones en el individuo.

Teoría de la aceptación de la tecnología (Lee, Park y Ahn, 2000). Define las percepciones específicas en torno a la utilidad y la facilidad de uso de alguna tecnología, las que predicen directamente las intenciones de llevar a cabo comportamientos auxiliados por dicha tecnología.

Las teorías de valores y motivacionales explicaron las necesidades que llevan a los consumidores a adquirir determinados productos; después, la teoría de la acción razonada explicó el consumo en los centros comerciales; luego, la teoría de la conducta planificada dio cuenta del consumo en tiendas de autoservicio, y finalmente la teoría de la aceptación de la tecnología explicó el consumo de computadoras personales y telefonía móvil (Zhang, Benbasat, Carey y cols., 2002).

En cada aproximación se han desarrollado modelos en los que se incluyen variables latentes. Precisamente, la percepción de utilidad es la variable latente exógena fundamental en la siguiente aproximación.

De acuerdo con la investigación de (Cruz Garcia, 2012). La teoría del **consumo electrónico** ha sido utilizada para explicar los costos y beneficios del consumo en internet.

Esencialmente, el modelo de adopción del comercio electrónico ha establecido la verosimilitud entre las relaciones causales de variables latentes tales como la percepción de riesgos y la percepción de utilidad (Ahn, Lee y Park, 2001).

Precisamente, estas dos variables latentes, al ser modeladas como exógenas, han determinado indirecta, positiva y significativamente la aceptación de comprar un producto en internet (Chircu, Davis y Kauffman, 2000).

Sin embargo, la percepción de riesgos, al ser definida como el grado de inestabilidad, in controlabilidad, impredecibilidad y consecuente inseguridad en torno a una transacción comercial, se ha planteado como una variable manifiesta de la percepción de utilidad (Davis y Comeau, 2006).

En contraste, la percepción de utilidad, al incluir variables manifiestas evaluativas, actitudinales y motivacionales, y al ser modelada como una variable latente exógena, es fundamental en la teoría del consumo electrónico (Davis y Venkatesh, 1995).

En consecuencia, la validez convergente de la percepción de utilidad permitirá establecer la verosimilitud de las relaciones causales entre las variables latentes incluidas en el modelo del

consumo electrónico (Hyland y Davis, 1999). Precisamente, dicha validez convergente será la principal aportación del presente estudio al estado del arte en el área.

Así, la teoría del consumo electrónico explica las percepciones pragmáticas, utilitarias y de riesgo que influyen directamente sobre los comportamientos de compra en internet.

4.3 Marco Jurídico

4.3.1 Ley Modelo de la CNUDMI de 1996

Inicialmente se otorga el reconocimiento de que la ley Modelo hace la apertura de la interpretación e implementación del uso del E-commerce en Colombia, puesto que la ley 527 del 1999 tiene sus bases en la (Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico 1996), esta es la ley que le concedió a Colombia el poder asumir la meta de facilitar el comercio electrónico al eliminar problemas legales y proporcionar a los legisladores un conjunto de estándares internacionales diseñados para hacer que el comercio electrónico sea más sostenible. En su artículo 3° se tocan las pautas de Interpretación. "En la interpretación de la presente ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional, la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.

Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente ley y que no estén expresamente resueltas en ella, serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira".

4.3.2 Ley 527 de 1999

En Colombia el comercio electrónico está regulado por la (Ley 527 del 1999), la misma da a conocer todas las implicaciones legales en el marco jurídico y da respuesta a todas los interrogantes de esta tendencia que es netamente virtual, brindando seguridad y confianza a quienes desean incursionar en el mismo fortaleciendo así su crecimiento.

La ley 527 fue expedida por el Congreso de la republica el 18 de agosto del año 1999 e ingresó en vigencia el día 21 de agosto del 1999, en esta ley se aprecian los conceptos, la

autorización y acceso para el uso de los mensajes de datos adicional a ello se implementa la Firma digital y se establecen las entidades aptas de certificación.

Como respuesta a lo anterior exactamente la ley expone los principales conceptos en el artículo 2° en primer Capítulo así:" Artículo 2°. Definiciones. Para los efectos de la presente ley que se entenderá por:

- a) Mensaje de datos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;
- b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera;
- c) Firma digital. Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación;
- d) Entidad de Certificación. Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y

recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales;

- e) Intercambio Electrónico de Datos (EDI). La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto;
- f) Sistema de Información. Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos."

En sus artículo 4°,5,6 y 7 expone lo relacionado con los mensajes de datos, esto comprende las modificación mediante acuerdo , la relación entre las partes que actúan en el proceso de comercio y sus disposiciones con efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a todo tipo de información en forma de mensaje de datos esto quiere decir que rotundamente es decir que puede usarse el efecto de la ley por medio de la aplicación de requisitos jurídicos ya que los mensajes tratados deben estar bajo protección y ser accesibles para alguna consulta a futuro.

También se hace referencia el manejo de la firma para contribuir a que este tipo de comercio sea un método confiable y que cuenta con aprobación para reconocer al iniciador de un mensaje de datos y que este lo aprueba en su totalidad para sus consecuencias. la ley menciona el reconocimiento, origen, formación y validez de los mensajes de datos en relación a la Comunicación de los mensajes de datos. En este mismo espacio se una subdivisión para tocar el tema del Comercio Electrónico En Materia De Transporte De Mercancías en donde se manifiestan los a Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías, es decir que, en los servicios relacionados con contratos de carga o envíos sin perjuicio de lo dispuesto en la parte I de esta Ley, este capítulo se aplicará sin rendir cuentas a los siguientes trabajos relacionados con el contrato de suministro o servicio, donde se debe incluir la información de los documentos de transporte como soporte de la emisión de las circunstancias y declaraciones en el contrato (compra).

De acuerdo con (Legiscomex, 2000) en el capítulo III, de la parte 3.1, "las firmas digitales, certificados y entidades de certificación", son elementos que nacen con el fin de poder brindar seguridad y garantía a las transacciones, comunicaciones y operaciones electrónicas; Colombia tiene dos elementos principales que sustentan el tema de la autenticación y firma

digital. Cuenta con un sistema de gestión de certificaciones denominado Certicámara como entidad y claramente la normativa que la conforman la presente Ley 527 de 1999, el decreto 1747 de septiembre del 2000 y la resolución 26930 de octubre del mismo año dándole valor jurídico a cada uno de estos elementos mencionados".

4.3.4 Decreto 1747 de 2000

Esta medida define las funciones y requisitos de las autoridades de documentos digitales y como organismos reguladores y de control designa a la Superintendencia de Industria y comercio, la Resolución 26930 de 2000 establece las reglas para la autorización y operación de las autoridades certificadoras. Esta norma comprende el tema en los artículos 28° al 47°. En ellos se explica inicialmente los atributos de la firma digital dada por su suscriptor para la acreditación y la relación con los contenidos emitidos para efectuar el contrato, dando a entender que la firma digital tendrá la misma fuerza y efecto como lo es la firma manuscrita debido al ser única, verificable controlada y conforme a las obligaciones o recomendaciones dadas por el gobierno; esto va de la mano con la entidades de certificación en donde se dictan todas y cada de las características que estas deben contener." Podrán ser entidades de certificación, las personas jurídicas, tanto públicas como privadas, de origen nacional o extranjero y las cámaras de comercio, que previa solicitud sean autorizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio y que cumplan con los requerimientos establecidos por el Gobierno Nacional, con base en las siguientes condiciones:

- a) Contar con la capacidad económica y financiera suficiente para prestar los servicios autorizados como entidad de certificación;
- b) Contar con la capacidad y elementos técnicos necesarios para la generación de firmas digitales, la emisión de certificados sobre la autenticidad de las mismas y la conservación de mensajes de datos en los términos establecidos en esta ley;
- c) Los representantes legales y administradores no podrán ser personas que hayan sido condenadas a pena privativa de la libertad, excepto por delitos políticos o culposos; o que hayan sido suspendidas en el ejercicio de su profesión por falta grave contra la ética o hayan

sido excluidas de aquélla. Esta inhabilidad estará vigente por el mismo período que la ley penal o administrativa señale para el efecto.

Las actividades de las entidades de certificación autorizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio para prestar sus servicios en el país, realizaran todo lo relacionado con la emisión de certificados a personas naturales y jurídicas teniendo en cuenta la verificación entre él envió y la recepción de mensajes de datos y la documentación emitida en los literales, deben crear y brindar el servicio de la creación de firmas digitales totalmente certificadas para la recepción y transmisión de datos y así mismo su conservación. El cobro o remuneración por los servicios prestados por estas entidades es totalmente libre.

Entre sus principales deberes las entidades de certificación deberán implementar sistemas de seguridad que garanticen después de la emisión de la firma su conservación, archivo de certificados y documentos para el manejo de mensajes de datos, así como garantizar la confidencialidad y trato de la información brindada por el suscriptor o adquiriente para poder atender de manera oportuna las reclamaciones y solicitudes o requerimientos de las entidades administrativas competentes o judiciales. Los certificados deben contener:

- 1. Nombre, dirección y domicilio del suscriptor.
- 2. Identificación del suscriptor nombrado en el certificado.
- 3. El nombre, la dirección y el lugar donde realiza actividades la entidad de certificación.
- 4. La clave pública del usuario.
- 5. La metodología para verificar la firma digital del suscriptor impuesta en el mensaje de datos.
 - 6. El número de serie del certificado.
 - 7. Fecha de emisión y expiración del certificado.

Esto conlleva al poder asumir la aceptación del certificado ya que contiene todos los elementos para ser emitido y archivado por el tiempo ordenado en la ley o con la entidad

reguladora, será revocado un certificado siempre y cuando este se dé por las causales expresadas en el artículo 37º "Artículo 37. Revocación de certificados. El suscriptor de una firma digital certificada, podrá solicitar a la entidad de certificación que expidió un certificado, la revocación del mismo. En todo caso, estará obligado a solicitar la revocación en los siguientes eventos:

- 1. Por pérdida de la clave privada.
- 2. La clave privada ha sido expuesta o corre peligro de que se le dé un uso indebido.

Si el suscriptor no solicita la revocación del certificado en el evento de presentarse las anteriores situaciones, será responsable por las pérdidas o perjuicios en los cuales incurran terceros de buena fe exenta de culpa que confiaron en el contenido del certificado.

Una entidad de certificación revocará un certificado emitido por las siguientes razones:

- 1. A petición del suscriptor o un tercero en su nombre y representación.
- 2. Por muerte del suscriptor.
- 3. Por liquidación del suscriptor en el caso de las personas jurídicas.
- 4. Por la confirmación de que alguna información o hecho contenido en el certificado es falso.
- 5. La clave privada de la entidad de certificación o su sistema de seguridad ha sido comprometido de manera material que afecte la confiabilidad del certificado.
 - 6. Por el cese de actividades de la entidad de certificación, y
 - 7. Por orden judicial o de entidad administrativa competente."

Al obtener una firma digital y su certificado como suscriptor de la misma el decreto menciona unos deberes que se deben tener en cuenta, como es recibir la firma por medio de métodos autorizados, entregar información a la entidad con respecto a esa firma y su debida certificación, adicional a ello mantener el control de la firma o si en algún momento requiere

de revocación realizar la solicitud de manera oportuna. Legalmente también a los suscriptores se le asignaran responsabilidades ligadas a los deberes puesto que serán susceptibles de toda falsedad error u omisión en la información que sea entregada hacia la entidad misma al no ser cumplidas estos deberes y responsabilidades se tomaran acciones legales por la Superintendencia de industria y comercio ya que es el ente que ejercerá las facultades legalmente asignadas.

4.3.5 Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo

La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las facultades que legalmente le han sido asignadas respecto de las entidades de certificación, y adicionalmente tendrá las siguientes funciones:

- 1. Autorizar la actividad de las entidades de certificación en el territorio nacional.
- 2. Velar por el funcionamiento y la eficiente prestación del servicio por parte de las entidades de certificación.
 - 3. Realizar visitas de auditoría a las entidades de certificación.
 - 4. Revocar o suspender la autorización para operar como entidad de certificación.
 - 5. Solicitar la información pertinente para el ejercicio de sus funciones.
- 6. Imponer sanciones a las entidades de certificación en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.
- 7. Ordenar la revocación de certificados cuando la entidad de certificación los emita sin el cumplimiento de las formalidades legales.
 - 8. Designar los repositorios y entidades de certificación en los eventos previstos en la ley.
 - 9. Emitir certificados en relación con las firmas digitales de las entidades de certificación.

- 10. Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor, en los mercados atendidos por las entidades de certificación.
- 11. Impartir instrucciones sobre el adecuado cumplimiento de las normas a las cuales deben sujetarse las entidades de certificación.

Artículo 42. Sanciones. Derogado por el art. 176, Decreto Nacional 019 de 2012. La Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con el debido proceso y el derecho de defensa, podrá imponer según la naturaleza y la gravedad de la falta, las siguientes sanciones a las entidades de certificación:

1. Amonestación.

- 2. Multas institucionales hasta por el equivalente a dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y personales a los administradores y representantes legales de las entidades de certificación, hasta por trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes, cuando se les compruebe que han autorizado, ejecutado o tolerado conductas violatorias de la ley.
 - 3. Suspender de inmediato todas o algunas de las actividades de la entidad infractora.
- 4. Prohibir a la entidad de certificación infractora prestar directa o indirectamente los servicios de entidad de certificación hasta por el término de cinco (5) años.
 - 5. Revocar definitivamente la autorización para operar como entidad de certificación.

4.3.5.1 Disposiciones varias Capítulo VI

Artículo 43. Certificaciones recíprocas. Los certificados de firmas digitales emitidos por entidades de certificación extranjeras, podrán ser reconocidos en los mismos términos y condiciones exigidos en la ley para la emisión de certificados por parte de las entidades de certificación nacionales, siempre y cuando tales certificados sean reconocidos por una entidad de certificación autorizada que garantice en la misma forma que lo hace con sus propios certificados, la regularidad de los detalles del certificado, así como su validez y vigencia.

Artículo 44. Incorporación por remisión. Salvo acuerdo en contrario entre las partes, cuando en un mensaje de datos se haga remisión total o parcial a directrices, normas, estándares, acuerdos, cláusulas, condiciones o términos fácilmente accesibles con la intención de incorporarlos como parte del contenido o hacerlos vinculantes jurídicamente, se presume que esos términos están incorporados por remisión a ese mensaje de datos. Entre las partes y conforme a la ley, esos términos serán jurídicamente válidos como si hubieran sido incorporados en su totalidad en el mensaje de datos.

4.3.5.2 Reglamentación & Vigencia, Parte IV

Artículo 45. La Superintendencia de Industria y Comercio contará con un término adicional de doce (12) meses, contados a partir de la publicación de la presente ley, para organizar y asignar a una de sus dependencias la función de inspección, control y vigilancia de las actividades realizadas por las entidades de certificación, sin perjuicio de que el Gobierno Nacional cree una unidad especializada dentro de ella para tal efecto.

Artículo 46. Prevalencia de las leyes de protección al consumidor. La presente ley se aplicará sin perjuicio de las normas vigentes en materia de protección al consumidor.

Artículo 47. Vigencia y derogatoria. La presente ley rige desde la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Finalmente, como resultado del marco jurídico en la actualidad el comercio electrónico y de acuerdo con (Gelves, 2020) "es una respuesta al desarrollo tecnológico, económico y social originado por la libertad de comercio, el confinamiento y la pandemia han hecho del negocio online una alternativa para que los emprendedores sigan en marcha con su negocio, ofreciendo una variedad de productos y servicios que los consumidores pueden adquirir desde la comodidad de su hogar y esta es solo una de las muchas ventajas de esta herramienta, el adquirir bienes y servicios desde la perspectiva de contrato como lo llama la normativa y con

los requisitos mínimos de los contratos de venta a distancia el uso de estas plataformas revolucionará el mundo digital , la sociedad y las operaciones mercantiles y contables".

5. ASPECTOS METODOLOGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Método de la investigación

El presente trabajo de investigación tiene como método el análisis documental, ya que se respalda por medio de la identificación en la documentación jurídica y comercial que aporta a los elementos esenciales para comprender el tema de los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico, en este caso se identifica y analiza la parte normativa a través de las leyes modelos, información teórica y conceptual en cada uno de los temas abordados.

Por consiguiente, este método se selecciona porque de acuerdo con (Vasquez Idalgo, 2020) el método de investigación de análisis y síntesis consisten en aquellos procesos que permiten al investigador conocer la realidad.

El análisis es un proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, el cual en este estudio el primer objetivo específico se da por medio de la identificación de la normatividad, lo que quiere decir es que con este método se puede establecer la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.

Debido a que la síntesis considera todos los objetos en la interrelación de los elementos que identifican el objetivo general.

5.2 Tipo de estudio

El nivel de profundidad en la presente investigación es explicativo, porque de acuerdo con el autor (Sabino, 2020), el concepto explicativo se ajusta en "Aquellos trabajos donde se muestra preocupación por determinar los orígenes o causas de un determinado conjunto de fenómenos. Su objetivo, por lo tanto, es conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o, al menos, las condiciones en que se producen".

Partiendo desde este punto de vista se puede apreciar, que el autor sustenta el concepto explicativo como los hechos que ocurren a partir de una problemática, el cual busca entablar el porqué de los fenómenos, es decir, como estos suceden o se originan.

Esta investigación tiene como objetivo general, analizar los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en Colombia, de este objetivo misional, se desprenden cuatro objetivos específicos de los cuales se pretende, identificar la normatividad vigente en las áreas del comercio electrónico en Colombia, revisar el desarrollo de la tecnología analítica y su contribución en los procedimientos contables en rol de los contadores públicos frente al comercio electrónico, explicar las diferencias que existen en los conceptos del comercio electrónico VS el comercio tradicional y fomentar una cultura a la contribución por medio de diferentes estrategias.

De acuerdo con los objetivos específicos y a la problemática identificada en esta investigación, este tipo de estudio es apropiado para el tema, porque posee muchas características que permiten enfocarnos en esta metodología, entre estas tenemos:

- La comprensión sobre un tema específico por medio de las teorías o conceptos.
- Recolección de datos donde se utilizan las fuentes secundarias como origen de información, como la literatura o artículos publicados, entre otros que se eligen cuidadosamente para tener una comprensión amplia y equilibrada del tema.
- Permite que el investigador tenga una amplia comprensión del tema y pueda perfeccionar las preguntas de investigación posteriores para aumentar las conclusiones del estudio.
- Los investigadores pueden distinguir las causas por las que surgen los fenómenos durante el proceso de investigación, y anticiparse a los cambios que se generen en futuro.
- La investigación explicativa permite que puedan replicar los estudios para darles mayor profundidad y obtener nuevos puntos de vistas sobre el fenómeno.

5.3 Fuentes de información

Las fuentes utilizadas para esta investigación son secundarias dado a que consiste en una revisión de análisis documental que permite tener bases teóricas que soporten el tema seleccionado. Entre las cuales se tienen: documentos de sitios web, artículos, informes, libros digitales, repositorios, videos, normatividad vigente nacional e internacional, que se relaciona con el tema de comercio electrónico y el marco tributario en Colombia. Todas estas fuentes secundarias se evidenciarán, por medio de las referencias bibliográficas en relación con el tema de investigación.

5.4 Técnicas para la recolección de información

De acuerdo con (Bastis, 2020), "las técnicas para la recolección de información son los procedimientos y actividades que le dan acceso al investigador para obtener la información necesaria y dar cumplimiento al objetivo de investigación".

Partiendo de esta definición las técnicas utilizadas para la recolección de datos en este estudio, se basaron en 2 parámetros importantes:

- 1. Observación: Este radica en captar la información de forma documental a través de la vista del fenómeno, él cual estudia los aspectos más significativos de los objetos, hechos, situaciones sociales o personas en el contexto donde se desarrollan normalmente; permitiendo la comprensión de la verdadera realidad del fenómeno. Según Bunge (2000), la observación se caracteriza por ser:
- **Interpretativa:** que consiste en explicar aquello que se observa y que al final ofrece algún tipo de explicación acerca del fenómeno, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos.
- Por otra parte, en relación con el tema de investigación se escoge esta técnica, porque el objetivo principal es analizar los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en Colombia, lo que da lugar a realizar una observación para identificar, revisar y explicar la relación que hay entre estos temas del fenómeno de la tributación y el comercio electrónico en la actualidad, para ser comparado con en el rol de los contadores públicos. Para ello es necesario acudir a los conceptos, teorías, antecedentes, evolución histórica, conceptos de comercio, conocimientos jurídicos, contables y tributarios para comprender a magnitud el problema planteado.
- 2. Recopilación documental: Este consiste en la recuperación, análisis, crítica e interpretación de los datos investigados que radican en "detectar, obtener y consultar bibliográficamente, todas las informaciones necesarias para recoger los datos de investigación, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio". Esta modalidad de recolección de información parte de las fuentes secundarias de datos; es decir,

aquellas obtenidas indirectamente a través de documentos que son testimonios de hechos pasados o históricos.

Por otra parte, los instrumentos que se utilizaron para el cumplimiento de los objetivos y técnicas de recolección, se realizaron por medio de las siguientes herramientas de Microsoft Excel y Plataforma canvas:

- 1. **Matriz para recopilación de datos en Excel:** En este se obtiene la recopilación para filtrar toda la información relevante del objeto estudio.
- 2. **Cuadros comparativos:** Para explicar a manera detallada la identificación y diferencias existentes del tema investigativo conforme a los objetivos planteados en este estudio.
- 3. **Infografías:** En este tipo se realizará diagramas visuales por medio de un video cuyo objetivo es revisar o explicar figurativamente informaciones, estrategias o textos.

5.5 Tratamiento de la información

En primera instancia se realizó por medio del análisis documental donde se organiza y clasifica la información para la identificación, revisión y comparación, el cual confirma la explicación del objetivo principal y genera una cultura, que recorre todas las etapas de la investigación del comercio electrónico en Colombia con base a los objetivos específicos planteados lo que permite mejorar la comprensión a los lectores de interés en el presente documento.

Elementos Utilizados:

- Gestión de la aprobación de la documentación
- Revisión de la información
- Identificación y distribución de la documentación externa de los diferentes autores.

5.6 Plan de actividades por objetivos específicos

	OBJETIVO GENERAL	No: 001
Núcleos de apoyo contable & fiscal "NAF"	Análisis de los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en Colombia	Duración: 120 días Semestre 2021-1

ALCANCE

- Este trabajo de investigación es el primer paso hacia ese concepto global. En este caso este estudio se centra en analizar los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en Colombia. Ya que el comercio electrónico ha cambiado el concepto tradicional y ha planteado exigencias al desarrollo de los negocios, en el concepto de participación en las finanzas y la fiscalidad y, por tanto, en términos de competitividad y globalización.
- La implicación de la Contaduría pública en el entorno económico no debe ser ajena y menos si los conceptos a reconsiderar
 forman parte del campo de laboral.

METODOLOGIA

- La metodología empleada es el análisis documental, ya que se respalda por medio de la identificación en la documentación
 jurídica y comercial que aporta a los elementos esenciales para comprender el tema de los cambios tributarios que plantea el
 comercio electrónico, en este tema se identifica y analiza la parte normativa a través de las leyes modelos, información teórica y
 conceptual en cada uno de los estudios abordados.
- En esta metodología se tiene como tipo de estudio el enfoque explicativo, con el fin de que en las técnicas y tratamientos de la
 información se preparen papeles de trabajo conforme a los objetivos específicos, para observar y recolectar toda la información
 de las fuentes secundarias, con el fin de analizar la información y plantear los resultados, conclusiones y recomendaciones.

OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	FECHA
 Identificar la normatividad vigente en las áreas del Comercio electrónico en Colombia. 	realiza el análisis de datos en Excel, donde se recopila	02 de mayo 2021

Revisar el desarrollo de la tecnología analítica y su contribución en los procedimientos contables en rol de los contadores públicos frente al comercio electrónico.	 Por medio de una infografía diseñada en la plataforma de canvas para explicar a manera detallada la identificación del objetivo No. 1 para revisar el desarrollo del objetivo No. 2 con el propósito de analizar la tecnología actual y su contribución en los procedimientos contables en el rol de los contadores públicos frente al comercio electrónico. 	2021
Explicar las diferencias que existen en los conceptos del Comercio electrónico VS El comercio tradicional.	 Por medio de un cuadro comparativo en Excel se realiza la explicación del objetivo No 3. 	✓ Del 06 al 08 de mayo 2021
4. Fomentar a la cultura de la contribución por medio de diferentes estrategias.	 Por medio de un video explicativo propio de los investigadores se enseñara una infografía diseñada en plataforma canvas, donde se dará a conocer la fomentación de la cultura sobre la contribución del objetivo específico No 4, el cual se explicará el objetivo general del trabajo investigativo para impulsar a través de este objetivo unas estrategias dirigidas por la DIAN y las Universidades para invitar a los ciudadanos o contribuyentes a conocer acerca del tema tributario en Colombia en relación con los impuestos nacionales. El cual se alineará con los cambios que plantea el comercio electrónico en relación con este tema. Este Video se cargará en el repositorio de la universidad para que sea usada como herramienta de información a quienes se interese en el tema con el fin de contribuir al fomento del cumplimiento de la tributación para finalmente obtener unas conclusiones y recomendaciones. 	mayo 2021

Tabla 1. Plan de actividades por objetivos específicos. **Fuente:** Elaboración propia de los investigadores.

6. LIMITACIÒNES ENCONTRADAS

Las limitaciones en una investigación o los problemas con los que el investigador se encontrará durante el desarrollo de su investigación. En ese sentido, desde la perspectiva de (Àvila Acosta, 2013), "una limitación consiste en dejar de estudiar un aspecto del problema por alguna razón". Con esto se quiere decir que toda limitación debe estar justificada por una buena razón.

Es preciso advertir, que no debe confundirse con las limitaciones del investigador. En temas donde no disponga de recursos financieros o tiempo, ya que esto no es una limitación de la investigación, sino del investigador y se refiere a los límites o fronteras hasta donde llegan las aspiraciones de la investigación, siempre por referencia de los objetivos. En consecuencia, las limitaciones vienen a constituirse en factores externos al equipo de investigadores que se convierten en obstáculos que eventualmente pudieran presentarse durante el desarrollo del estudio y se escapan al control del investigador mismo. Dicho de otro modo, un factor limitante en una investigación es todo aquel capaz de influir en la calidad del estudio.

Partiendo de esta perspectiva en esta investigación los factores limitantes se muestran en las barreras y retos que afronta los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en la actualidad.

De acuerdo a los artículos de la revista semana presentados por la (Comision de gobierno, 2015) los factores limitantes en materia del comercio electrónico en Colombia, traen hoy en día unas barreras legales y no legales que se afrontan en el crecimiento del comercio electrónico donde en el caso de Colombia ha sido de una forma vertiginosa, no obstante, para nadie es un mito que aún existen algunas barreras que obstaculizan un crecimiento más acelerado y permanente.

Algunas de las principales barreras que afronta el comercio electrónico en el territorio colombiano y los posibles mecanismos para superarlas son 8:

6.1 Existencia de barreras para el uso de servicios en la nube por parte del estado

En Colombia algunas entidades o funcionarios del Estado perciben la computación en la nube como una opción riesgosa o inconveniente, razón por la cual han sido renuentes en aceptarla como una opción para la contratación de servicios del Estado.

Igualmente, existen riesgos para la libre prestación de servicios en la nube cuando se establecen o imponen regulaciones que limitan el libre flujo de información en la internet o la localización forzada de datos en Colombia.

6.2 Existencia de excesivas retenciones a los denominados "micro pagos"

Actualmente, las pasarelas de pago deben hacer retenciones a gran parte de los pagos realizados por medios electrónicos, incluyendo 1.5% de retención en la fuente, 2.4% de retención por concepto de IVA y 0.414 por concepto de retención de ICA, para un total de 4.314%.

Por lo anterior, se deben tomar medidas para eliminar estas retenciones para micro pagos, con el objeto de facilitar e incentivar las actividades en línea de los nuevos empresarios.

Es importante tener presente, que, si se logra vincular a estos nuevos empresarios al comercio electrónico, esto contribuirá poco a poco a la formalización de dichas empresas y dará a las autoridades fiscales valiosa información sobre este tipo de transacciones, así como de los ingresos de muchos empresarios que hoy en día se encuentran en la informalidad.

6.3 Insuficiencia de carreras en labores relacionadas con tecnología

Colombia requiere de más técnicos y profesionales relacionados con tecnologías de la información y las comunicaciones.

Si bien sabemos que el Ministerio ha hecho un gran esfuerzo por fomentar el emprendimiento digital y la innovación tecnológica, se considera que aún hace falta incentivar un ambiente en el que puedan crecer esos futuros emprendedores. Por este motivo, se ve la necesidad de incentivar medidas para que se cree una mayor oferta de carreras tecnológicas, tanto a nivel técnico como a nivel profesional, en las universidades públicas como en las privadas.

6.4 Tratamiento desigual para el C.E en regulaciones, políticas públicas

De acuerdo a lo reconocido por la OCDE, el comercio electrónico proporciona ganancias de eficiencia en la economía al reducir costos de intermediación.

Bajo esta premisa, un bajo aprovechamiento de comercio electrónico implicaría mayores costos para la economía colombiana, lo cual configura pérdidas a nivel de competitividad. En esa medida, pueden observarse los importantes esfuerzos del gobierno nacional para fortalecer el comercio electrónico en Colombia.

Por lo anterior, el Estado a un futuro deberá articular a todas sus partes con el fin de que el fomento del comercio electrónico sea una política de Estado.

Para lograr la efectividad de esta política, se debe evitar que normas generales y particulares impongan restricciones más severas a las que aplican al comercio tradicional, ya que esto desincentiva a los empresarios, a los inversionistas, a los usuarios y consumidores a participar en el mercado electrónico, sin que haya una justificación para ello.

6.5 Falta de normas que faciliten la financiación de emprendimientos digitales

Debido a las limitaciones impuestas por las normas en materia financiera, hoy en día no es posible o por lo menos, resulta en extremo difícil que un emprendedor digital financie su proyecto mediante la denominada "financiación en masa" o crowdfunding.

Con el objeto de incentivar la consecución de recursos para los nuevos proyectos de innovación tecnológica, sugerimos tomar las medidas regulatorias que sean necesarias para que se permita el crowdfunding de emprendimientos digitales. Una legislación de esta naturaleza pondría a Colombia a la vanguardia de las legislaciones en la materia.

6.6 Dificultades en la aplicación práctica del derecho de retracto en la ley 1480/11

La naturaleza especial de algunos servicios que se transan en el comercio electrónico (como por ejemplo servicios turísticos o venta de boletas), hace que el ejercicio del retracto en esos casos cause importantes costos para los proveedores y que dificultan la fluidez del comercio electrónico.

En efecto, en estos casos, quien desarrolla el comercio electrónico tiene proveedores que se niegan a efectuar devolución del dinero en muchísimos casos por cuanto los servicios y productos han sido vendidos a precios promocionales. El consumidor acepta términos y condiciones de compra y desde el momento de su aceptación conoce que los precios corresponden a ofertas, por lo cual en muchos casos el comerciante advierte que no hay devoluciones, condición que el derecho de retracto impide y lleva a los consumidores a retractarse en forma constante aun habiendo aceptado tales términos.

6.7 Barreras impuestas por regulación de factura electrónica

La actual regulación de factura electrónica dificulta que las pequeñas y medianas empresas utilicen la factura electrónica como un título valor. Por tanto, sugieren que se apoye y promueva una nueva regulación que simplifique y facilite el uso de las facturas electrónicas como títulos valores, lo cual generaría grandes eficiencias para las PYMES y les permitiría acudir a fuentes de financiación que actualmente no tienen. Así mismo, es importante poner presente que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ha desarrollado un proyecto de actualización de las normas en materia de factura electrónica y nomina electrónica. Si bien el propósito de la actualización es importante y meritorio en todos los aspectos para evitar evasiones fiscales.

6.8 Los desafíos principales del comercio electrónico en materia tributaria

En la actualidad los sujetos pasivos de derecho tributario y en especial las multinacionales se han visto altamente beneficiados por la posibilidad de proveer bienes y servicios a un espectro más amplio de clientes por medio de la web. Sin embargo, muchas veces estas actividades comerciales digitales se realizan en países donde los sujetos pasivos no cuentan con presencia física o legal.

De esta manera se dificulta la determinación de la base gravable y el posterior recaudo respectivo del cual son titulares los distintos Estados, como sujetos activos de la obligación tributaria (Hadzhieva, 2016). Dicha obligación tributaria entendida como "aquella por la cual un sujeto (pasivo) se encuentra obligado mediante la ley a dar determinada cantidad de dinero (prestación) a un ente público (sujeto activo) a título de impuesto una vez verificado determinando presupuesto factico (hecho generador)" Briceño, T., & Vergara, R. (1999).

Debido a lo anterior, la OCDE (2014) dentro de su Plan de Acción Contra la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios (BEPS), se vio en la necesidad de identificar y agrupar en cuatro grandes categorías los retos que representa este tipo de modelos económicos para la base imponible. Estas cuatro grandes categorías de retos versan sobre el "Nexo, Data, Caracterización y el IVA cibernético" de las operaciones realizadas en modelos de negocios propios de la economía digital (OCDE, 2014). El primer reto llamado Nexo versa sobre la posibilidad de conducir un negocio sin la presencia fiscal o legal gracias a los avances tecnológicos de la actualidad. Luego está el reto Data, compuesto por la dificultad de atribuir valor a la información generada por el uso personal de los usuarios que hacen parte del negocio, como lo son las bases de datos.

Seguido está el desafío de Caracterización que versa sobre:

La concepción de nuevos productos o medios digitales de prestación de servicios que genera incertidumbre en lo que respecta a la adecuada calificación de los pagos efectuados en el contexto de los nuevos modelos de negocio, en particular en lo referente a la computación en la nube (cloud computing). (OCDE, 2014, p. 23).

Finalmente, el último reto versa sobre el IVA que se pierde en el ciberespacio, disminuyendo la base gravable debido a la excesiva carga administrativa que representa el registro de cada una de las compras que se haga por la web (Jiyan, 2014). Todas estas situaciones que disminuyen el monto del recaudo sustancialmente o, dicho de otra forma, el valor del recaudo es inverosímil con respecto al enorme crecimiento económico que se vive en la actualidad. Adicionalmente, ante la problemática de la economía digital, la OCDE se vio en la necesidad de crear al Grupo de Expertos sobre la Fiscalidad de la Economía Digital (GEFED) órgano auxiliar del Comité de Asuntos Fiscales de la OCDE encargado de la identificación de problemas y las propuestas de soluciones para tratar la tributación de la economía digital (Ibañez, 2015). De cualquier manera, estos retos que la OCDE (2014), identifica en su proyecto de la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios (BEPS), como los problemas y soluciones planeados por la GEFED que son el foco de análisis y estructura de desarrollo de este documento. A partir de su estudio se logran identificar los subproblemas que conforman a cada uno y por último su presencia en el ordenamiento colombiano (Ibáñez, 2015)

7. RESULTADOS OBTENIDOS DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

Item	Autor	Titulo o Nombre del sitio Web	Fecha	Url	Tipo de Fuente Bibliografica
1	Briceño, T., & Vergara, R.	Diccionario tecnico tributario Pag 345 Bogota D.C	1999		Secciòn de libro
2	Cardenas, Manuel Jose	¿Cuál es la situación del comercio electrónico en Colombia? Análisis y recomendaciones para mejorar la competitividad empresarial Pag.282 Edit. U. Sergio Arboleda Bogota D.C	2009		Secciòn de libro
3	Jiyan, L.	United Nations, Nueva York Protecting the Tax Base in the Digital Economy	2014		Secciòn de libro
4	Ibañez, M.	BEPS y los desafíos de la inminente digitalización de las economías - Anuario de derecho tributario pag. (7), 17-38	2015		Secciòn de libro
5	Hadzhieva, Maya	Bruselas european parliament - Tax challenges in the digital economy Pag. 34	2016		Secciòn de libro

6	Comision, de las naciones unidas para el derecho mercantil internacional	Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico 1996 - Con su nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998	12/06/1996	https://uncitral.un.org/es/texts/ecommerce/model law/electronic_commerce	Sitio Web
7	OMC, Organizaciòn mundial del comercio	El comercio electronico - Programa de trabajo	25/09/1998	https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/w kprog_s.htm	Sitio Web
8	Congreso, de la republica de Colombia	Ley 527 del 1999 - Alcaldia Mayor de Bogota D.C	18/08/1999	https://www.habitatbogota.gov.co/transparencia/normatividad/normatividad/ley-527-1999	Sitio Web
9	Legiscomex	Los pasos de Colombia en Certificación Digital	17/09/2000	https://www.legiscomex.com/Documentos/certificaciondigitalColombia	Sitio Web
10	Aladi, Asociaciòn Latinoamericana de Integraciòn	Estudio sobre la situación tributaria del comercio electronico - SEC/Estudio 150/Rev.2	25/07/2003	https://biblio.aladi.org/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=40186	Sitio Web
11	Florez Castañeda, Mario Alejandro	Era digital la nueva realidad del Contador Pùblico	15/01/2006	https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/ar ticle/view/11299/10332	Sitio Web
12	Ley 1314 2009	NIFF, Normas internacionales de la informacion financiera	13/07/2009	http://suin.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/ 1677255	Sitio Web
13	TIC, Tecnologia de la informacion y comunicación	Ministerio de las TIC-El futuro digital es de todos	30/07/2009	https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/5755:Tec nolog-as-de-la-Informaci-n-y-las-Comunicaciones- TIC#:~:text=Las%20Tecnolog%C3%ADas%20de%20l a%20Informaci%C3%B3n,%2C%20video%20e%20im	Sitio Web
14	Cruz Garcia, Lirios	La percepciòn de utlidad del comercio electronico	07/05/2012	https://www.redalyc.org/pdf/292/29212214.pdf	Sitio Web
15	Organizaciòn de las Naciones Unidas para la Educaciòn, la ciencia y la cultura	Enfoques estrategicos de las TICS en educacion de america en America latina y el caribe	04/01/2013	http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIME DIA/FIELD/Santiago/images/ticsesp.pdf	Sitio Web

16	Àvila Acosta, Roberto	Metodologia de la investigaciòn (Elaboraciòn estructura y presentaciòn) - Blogspost	07/08/2013	https://tesis-investigacion- cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del- problema- de.html#:~:text=LIMITACIONES%20EN%20UNA%20	Sitio Web
17	Comision de gobierno, & camara de comercio electronico	Revista semana- 7 barreras del comercio electronico en colombia	01/01/2015	https://www.semana.com/pais/articulo/barreras- del-comercio-electronico/204530/	Sitio Web
18	Superintendencia, de industria y comercio	Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo - Gestor normativo EVA, funcion pùblica	26/05/2015	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornor mativo/norma.php?i=76608	Sitio Web
19	EUR - LEX, Comision de la Uniòn Europea	Comercio electronico en el mercado interior	01/04/2017	https://eur-lex.europa.eu/legal- content/EN/TXT/?uri=celex:32000L0031	Sitio Web
20	CRC, Comite de regulación en comunicaciónes	El comercio electronico en Colombia - Analisis integral y perspectiva regulatoria	03/04/2017	https://www.crcom.gov.co/recursos_user/2017/Co mElecPtd_0.pdf	Sitio Web
21	Santos Ibarra, Jose Mario	Legislación vigente en materia tributaria del comercio electrónico (e-commerce) en Colombia y la necesidad de un	15/05/2017	https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/academi a/article/view/4332/3679	Sitio Web
22	GEFED, Grupo de Expertos sobre Fiscalidad de la Economía Digital	Problema del concepto actual de establecimiento permanente	30/06/2018	https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchdt/v7n1/0719-2584- rchdt-7-01-00155.pdf	Sitio Web
23	OCDE, Organización para la cooperación y el desarrollo economico	Panorama del comercio electronico - Politicas, tendencias y modelos de negocioPoliticas, tendencias y modelos de negocio	05/01/2020	https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio- electro%CC%81nico.pdf	Sitio Web
24	Bastis, Consultores	Online - tesis Tecnicas de recoleccion de datos para realizar un trabajo de investigaciòn	02/03/2020	https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigacion/	Sitio Web
25	Vasquez Idalgo, Isabel	Gestion Polis - Metodo de insvestigacion analisis-sintesis	08/04/2020	https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio- metodos-investigacion/	Sitio Web

Tabla 2: Matriz Recolección de datos en Excel, sobre la información relevante del objeto de estudio. (Fuentes secundarias). **Fuente:** Elaboración propia de los investigadores.

7.1 Objetivo Especifico No 1 "Identificar"

"La normatividad vigente en las áreas del Comercio electrónico en Colombia"

Tabla 3: Cuadro Comparativo en Excel, sobre el resultado del Objetivo específico No 1.

NORMATIVIDAD VIGENTE Y ENTES REGULADORES DEL E-COMMERCE		
NORMA	ALCANCE	
Ley Modelo de Comercio Electrónico de 1996 y la Ley Modelo de Firmas Electrónicas de 2001 Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Comercial Internacional (CNUDMI).	La Ley Modelo sobre Comercio Electrónico tuvo por propósito posibilitar y entregar al comercio instrumentos electrónicos ofreciendo a los legisladores la mayoría de reglas universalmente aceptables encaminadas a evitar los obstáculos jurídicos y a dar una mayor previsibilidad al comercio electrónico. En particular, la Ley Modelo tuvo la idea de triunfar contra los obstáculos que plantean las disposiciones legislativas y que no pueden modificarse mediante contrato equiparando el trato transmitido a la información sobre papel al trato transmitido a la información electrónica. Esa homogeneidad de tratamiento es fundamental para hacer medios en las comunicaciones sin soporte de papel y para respaldar así la validez en el comercio internacional.	
Ley 527 del 18 de agosto de 1999	Esta ley asentó las bases para el desarrollo de un amplio marco regulatorio y la forma en la que se deben llevar a cabo las operaciones comerciales a través de medios electrónicos, el uso y acceso de mensajes de datos, firmas digitales y el sector del comercio electrónico, adicional a esto acoge derechos y obligaciones de los empresarios, emprendedor y consumidores.	
Ley 1480 de 2011 del Estatuto del Consumidor	Esta ley que regula todo aquello que tenga que ver con la protección del consumidor frente a posibles riesgos de salud y seguridad, el acceso de los consumidores a una información adecuada, la educación y la protección especial a los niños, niñas y adolescentes debido al manejo de información a distancia permitiendo de manera asertiva todo lo relacionado con los pagos y los productos.	
Ley 1581 de 2012 Ley de Protección de Datos	El propósito de la ley es desarrollar el derecho constitucional que todos deben comprender, actualizar y corregir Información sobre ellos recopilada en bases de datos o archivos, prohíbe la transferencia de datos personales de cualquier tipo a países que no cuenten con los niveles adecuados de protección de datos, que las transferencias legalmente sean exigidas para la salvaguardia del interés público, o para el reconocimiento, ejercicio o defensa de un derecho en un proceso judicial.	
Decreto 1747 de 2000	por el cual se reglamenta parcialmente la ley 527 de 1999, en lo relacionado con las entidades de certificación, los certificados y las firmas digitales.	
Decreto1074 de 26 de mayo de 2015	Por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, planteado en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.	
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico – CCCE	Esta entidad de carácter privado sin ánimo, tiene como propósito promover y fortalecer la industria e-Commerce en Colombia a través del entendimiento y centralización de las cifras que determinan el comportamiento del comercio electrónico en el país, la incidencia en políticas públicas y la promoción del conocimiento y confianza en el sector.	

Fuente: Elaboración propia de los investigadores.

7.2 Objetivo Especifico No 2 "Revisión"

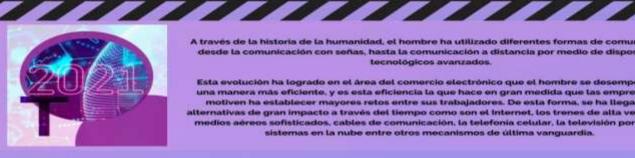
Ilustración 1: Infografía diseñada en plataforma canvas sobre el resultado del Objetivo específico N.º 2

Laura L. Duque G. & Francy E. Diaz B.

Presenta

DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA ANALÍTICA Y SU CONTRIBUCIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS CONTABLES EN EL ROL DE LOS CONTADORES PÚBLICOS FRENTE AL COMERCIO ELECTRÓNICO.

UCC CALI 2021-1



A través de la historia de la humanidad, el hombre ha utilizado diferentes formas de comuni-desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de disposit tecnológicos avanzados.

Esta evolución ha logrado en el área del comercio electrónico que el hombre se desempeñe de una manera más eficiente, y es esta eficiencia la que hace en gran medida que las empresas se motiven ha establecer mayores retos entre sus trabajadores. De esta forma, se ha llegado a liternativas de gran impacto a través del tiempo como son el Internet, los trenes de alta velocidad medios aéreos sofisticados, cables de comunicación, la telefonía celular, la televisión por cable, sistemas en la nube entre otros mecanismos de última vanguardia.

Al comenzar el tercer milenio, la humanidad está creando una red global de transmisión instantánea de información, de ideas y de juicios de valor en la ciencia, el comercio, la ducación, el entretenimiento, la política, el arte, la religión, y en todos los demás campos En esta red ya se puede ver en tiempo real el sentir de la humanidad, pero al mismo

tiempo también es posible tergiversar, manipular o frivolizar este sentir, es decir, paradójicamente, los medios de comunicación también pueden usarse para separar y aistar. Así, el mundo de la información es, tal vez, uno de los ámbitos que ha sufrido cambios más veloces en el mundo actual y por supuesto en el rol de los contadore





Dentro de una conceptualización de la contabilidad como ciencia social aplicada o como tecnologia social, con la tecnologia de la información y las comunicaciones cuyo impacto en los últimos años parece estar derribando el paradigma tradicional de manejo y comunicación de la información contable en el entorno del comercio electrónico, al tiempo que replantea la forma de interrelación de los individuos dentro de las organizaciones sociales y entre ellas se convierte no solo en una nueva herramienta elemental para garantizar comunicaciones eficientes, sino también en objeto de estudio en si para nuestra disciplina.

La disciplina contable pretende medir y comunicar información relevante sobre actividades socioeconómicas pasadas y presentes, estructurar sistemas contables concretos, construir modelos que permitan evaluar el desempeño de las organizaciones y efectuar proyecciones futuras de manera que sirvan de soporte a los decididores para la toma de decisiones, donde habrá que tomar en consideración aspectos técnicos y cuestiones inculadas con la conducta de los individuos que participan en el proceso de generación, administración y comunicación de información y en las alternativas que existen para ello.





Los propósitos de la investigación contable, son temas cruciales que proporcionan conocimiento acerca de los distintos estamentos involucrados en la administración, producción de información y el análisis de nuevos modelos para exteriorizar información relevante, el desarrollo de la tecnología de la información constituye sin lugar a dudas un tema central por las interesantes oportunidades que brinda el comercio electrónico.

Entendemos por tecnología de la información y de las comunicaciones al conjunto de desarrollos tecnológicos relacionados con la captación, almacenamiento, manipulación, presentación y transmisión de datos que, basados en la utilización de procesamiento electrónico y de redes de difusión, se aplica a las actividades de cálculo, procesamiento, control, producción y comunicación de información.

Por otra parte los impactos en la contribución de los procedimientos contables en el rol de los contadores públicos se dan en los avances tecnológicos que han de incorporarse a los sistemas concretos de las organizaciones ofreciendo extraordinarias posibilidades para manejar gran cantidad de datos. Por medio de la nube en tiempo real en cualquier parte del mundo.



Los procesos contables, operativos y administrativos han dejado de ser manuales, y han adquirido gran importancia en las Tecnologias de Información y Comunicación (TIC) en las herramientas del comercio electrónico, por lo tanto, las instituciones educativas en las que se imparte la carrera de Contador Público tienen la responsabilidad de estar a la vanguardia de los avances en los sistemas tecnológicos actualizando sus programas académicos para formar profesionales dentro de estos entornos.

Tradicionalmente, los contadores todo lo hacian manualmente donde los centro de datos contables eran el lugar para recoger los datos y distribuir a todas las partes de la organización. Para muchos, el modelo parecia un reloj de arena, con los datos en la parte de arriba filtrándose a la de abajo a través de un estrecho pasaje. En el pasado, tuvo una función crítica: los contadores se aseguraban de que los datos brutos fueran correctos y que se distribuyeran a un selecto grupo de decididores. Sin embargo, a medida que las necesidades de información se volvieron más complejas en la recolección y distribución de datos en tiempo real se hizo posible, los gerentes necesitaron tanta información tan rápido que el estrecho pasaje se convirtió en un obstáculo para el proceso de toma de decisiones y con el paso del tiempo se fueron adaptando a los cambios tecnológicos.



Logrando así:

Proporcionar información que sirva de apoyo al proceso de toma de decisiones
 Lograr ventajas competitivas por medio de su implantación y uso.

A través de estos suelen lograrse ahorros significativos de mano de obra, debido a que automatizan tareas operativas de la organización, se obtiene mayor eficiencia en los sistemas de apoyo a las decisiones

Apoyan la toma de decisiones, por su misma naturaleza, son repetitivos y soportan decisiones no estructuradas que no suelen repetirse.

este upo de sistemas puede incluir la programación de la producción, compra de materiales, Rujo de fondos, proyecciones financieras, modelos de simulación de negocios, modelos de inventarios, etcétera.





En los últimos años la ciencia contable he reflejado una gran evolución, lo cual obliga a que los contadores públicos cada día busquen nuevas herramientas tecnológicas que les permitan el fortalecimiento de sus prácticas y una mirada más holística del contexto.

Una de las herramientas tecnológicas que plantea el comercio electrónico es la contabilidad computarizada o en la nube que consiste en la aplicación de los procedimientos tecnológicos le la computación y los diferentes paquetes contables, para realizar las actividades contables, lesde el punto de vista del registro de una forma sistemática y autorizada de las operaciones y demás her has contables que se sureden dentro de la grandación.

Así mismo, la informática auxilia al contador para poder ofrecer servicios con mayor rapidez y precisión. La información oportuna que recibe el empresario le permite toma: de recibe de la entre actual a la encesa turbulente actual.





En el desarrollo de la tecnologia analítica los contadores públicos deben afrontar mayores retos a la hora de adaptarse a entornos cambiantes, es decir aprender a hacer un mejor y mayor uso de las tecnologias de la información y las comunicaciones (TIC), las cuales facilitan el acceso, emisión y tratamiento de la información; hoy por hoy, eje fundamental de toda actividad humana: transacciones electrónicas, redes sociales, geo localización, video llamadas, e-commerce, música en línea, entre otros.

Como preparadores y aseguradores de la información, estos están llamados a sacar el mayor provecho al avance de los desarrollos de la tecnologia analítica en sistemas que apuntan a una serie de tendencias tecnológicas que transformaran los negocios e industrias y marcaran el rumbo de estas durante los próximos 10 años.

En estos cambios la formación del Contador Público debe estar basada en valores y en la Ética profesional. ¿Porqué? El Contador Público debe ser una persona integra que genere confianza a la sociedad, las empresas, usuarios y al Estado. Como primera premisa se debe adoptar, adaptar y aceptar los cambios.





El Contador Público del siglo XXI debe tener una formación que lo transforme en un ejecutivo de alto nivel y no simplemente en registrador de hechos pasados sino que debe trascender y proporcionar al empresario, administradores y Estado ideas para proyectar negocios y buenos rendimientos. Debe ser un profesional con valores éticos y humanos que posea un compromiso social y pueda colaborar para lograr crecimiento económico para las empresas y el país.

¿Cómo se logra esto? Con la adaptación y actualización de los cambios en la tecnológica y por supuesto que en el comercio electrónico, ya que en la actualidad del mundo contemporáneo se vienen exigencias de los avances tecnológicos que van a cambiar los conceptos tradicionales de comercio a las cuales debemos estar preparados.

En conclusión el contador público y las demás profesiones deben estar a la vanguardía con los cambios que se presenten, ya que el uso de la tecnología y el comercio electrónico en la nueva era digital permite tener facilidad de acceso a las fuentes de interés en relación con la materia contable, tributaria y financiera, entre otros temas.





Estas herramientas tecnológicas permiten el uso de las TIC a través de mecanismos como creatividad e innovación, debido a que con estas herramientas se pueden hacer uso del social media, para realizar conferencias virtuales como web vinares en línea, videos, fotos, asesorias, ventas, postear comentarios, que permiten vincularse con otros colegas, compartir conocimientos, entre otros elementos que se pueden hacer ya que proporcionan diferentes plantillas tecnológicas donde se puede lograr posicionar la marca que se tenie ante la sociedad en el rol de contadores públicos.

Fuente: Elaboración propia de los investigadores.

7.3 Objetivo Específico No 3 "Explicar"

"Las diferencias que existen en los conceptos del Comercio electrónico VS El comercio tradicional"

Tabla 4: Cuadro Comparativo en Excel, sobre el resultado del Objetivo específico No 3.



VENTAJAS8DESVENTAJAS

COMERCIOELECTRONICO

- 1. medioempleadopara realizar el intercambio: Internet.
- 2. no se requiere interacción debido a que se practica en línea y nopersonalmente
- 3. este servicio permite llegar a cualquier parte del mundoes decir que transciende fronteras.
- 4. el futuro Buyer o comprador no tiene necesidad de desplazarse para realizar la compra.
- 5. no es necesario la intervención de intermediarios, permitiendo la reducción en gastos de operación.
- 6. como comprador se debe contar con la obligación de confiar en los productos que se van adquirir, uno de l pocas herramientas que proporcionan la confianza s rivews de otros compradores que hayan experiencia con el mismo producto en el cua interesado.
- 7. el buyer se ve en la situación de asesoría personalizada ya que no h lleva al desconocimientode las ne
- 8. en temas de empleabil personal de perfil mult área sino varias y la fin de ser un medio

9.no respon momento solo s pub

Fuente: Elaboración propia de los investigadores.

COMERCIOTRADIC

1.medio empleadopara realizar el interc físico.

2. se debe tener interacción fís (vendedor/comprador).

3. generalimitaciónal

4. necesidadde del buyer of

5.a

7.4 Objetivo Específico No 4 "Fomentar"

"Cultura de la contribución por medio de diferentes estrategias"

Ilustración 2: Video infográfico diseñado en canvas para fomentar el resultado del Objetivo específico No 3.



Video infografico (Declaración de renta P.N año gravable 2020)

Infografía Cultura a la contribución.

Fuente: Elaboración propia de los investigadores.

8. CONCLUSIÒNES

El comercio electrónico es un tema que requiere la participación de múltiples disciplinas para estudiar y resolver las variables requeridas para su ejecución. Vale la pena prestar especial atención para que las empresas y los profesionales no minimicen las oportunidades que depara los avances tecnológicos en un futuro del actual mundo contemporáneo.

Por otra parte, el sistema tributario ha demostrado el atraso que se tiene en el desarrollo de los conceptos que solucionan los fenómenos que ya están experimentando las organizaciones. Por lo tanto, debido a las transiciones existentes, es necesario cambiar los principios de las técnicas contables y fiscales, pues ante la evidente realidad y necesidad de participar en el comercio electrónico se analiza la manera de las grandes posibilidades de mercado y en los ingresos que se brindan en este ámbito para que no se vean segadas, ya que se puede considerar por una escasa normatividad que no contempla ampliamente las directrices que garantizan el uso perfecto y corrección de la tributación de las rentas que se logren generar.

Además de la importancia que tienen las reformulaciones del concepto de establecimientos permanentes en el entorno virtual, el principal problema que se puede ver en el futuro frente al gobierno, puede ser la evasión. Aunque el camino de la actividad económica en desarrollo no debería afectar la fiscalidad de los Países y/o regiones, los ingresos altos pueden despertar mecanismos que busquen reducir o eliminar los impuestos directos sobre ellos, erosionado el desarrollo económico.

No obstante, para los organismos internacionales, este contexto del crecimiento del comercio electrónico, ha estimulado el interés y la necesidad de readaptar diferentes percepciones sobre este tema, aunque no hay aún formulaciones que compensen el golpe que se está presentando a nivel tributario, de manera que sean eficaces y prácticas para aplicar en la realidad.

Finalmente, el fenómeno de la economía digital se materializa en los avances de las tecnologías de la comunicación e información (TIC), que han modernizado aceleradamente las maneras de intercambiar bienes y servicios afectando el control fiscal de los Estados. Dicha dificultad emana

la posibilidad ilimitada de realizar actuaciones comerciales a nivel mundial a través de herramientas virtuales, debido a que no están restringidas de ninguna manera por la noción clásica de fronteras territoriales.

Teniendo en cuenta que hay una gran dificultad para ubicar el concepto tradicional de establecimiento permanente dentro de los nuevos modelos de negocio en la economía digital, se puede decir con esto que una de las soluciones más viables es la creación de un concepto denominado establecimiento permanente virtual. El establecimiento permanente virtual es aquel dónde se determina que debe primar la presencia virtual sobre la física para la determinación de la imposición sobre el impuesto a la renta, eliminando el concepto tradicional del lugar fijo de negocios.

Por consiguiente, se ha afirmado que un sitio web, no constituye por sí mismo un lugar de negocios, puesto que no se trata de un bien tangible. En cambio, se ha señalado que el servidor que almacena la página web, y mediante el cual se accede ella, es parte de un equipo con ubicación física y, por tanto, tal localización puede constituir un lugar fijo de negocios de la empresa que explota el servidor, en tanto en cuanto se cumplan los demás requisitos previstos para que concurra un lugar fijo de negocios. (Vaquer, 2016, p. 9).

9. RECOMENDACIÒNES

Respecto al análisis de los cambios tributarios que plantea el comercio electrónico en Colombia recomendamos a las empresas, profesionales, estudiantes y a quienes se interesen en el tema a que estén a la vanguardia con los avances tecnológicos, que estén actualizados constantemente a medida que avanza la tecnología para que tengan la capacidad y habilidad de adoptar, adaptar y aceptar los cambios que se presenten en un futuro y más en lo que plantea el comercio electrónico, ya que este es un generador de nuevas formas de mercado que trae grandes beneficios en todos los aspectos.

El MinTIC, el CNCEE y el Centro Nacional de Consultoría CNC, presentaron el 28 de marzo del 2019, el primer Estudio de consumo del comercio electrónico en Colombia y las tendencias de compra de los usuarios en Internet, en el que se registraron diversos puntos que tienen en cuenta los consumidores colombianos a la hora de adquirir bienes y servicios en línea, así como los niveles de confianza y apropiación del comercio electrónico.

El estudio fue realizado entre mujeres y hombres con edades entre los 15 y 75 años, quienes realizan transacciones por internet para la adquisición de bienes y servicios, o ejecutan operaciones de recaudo. En total, 2.103 personas fueron encuestadas, de las cuales 1.851 son usuarias de internet y realizan actividades de comercio electrónico. La investigación da a conocer que en Colombia el 80 % de los internautas consultan o compran en línea las características y precios de los productos que desean adquirir. Igualmente, un 19 % compra y paga directamente en línea, mientras que el 17 % de las ocasiones los compradores prefieren hacer el pedido de su producto en los portales en línea y pagar una vez reciben el producto en su casa u oficina. Con estas percepciones se genera el nivel de satisfacción relacionado con la experiencia de compra, el 87 % de los compradores la definen como altamente satisfactoria; los consumidores evalúan positivamente la facilidad en el proceso y la conveniencia o comodidad que representa.

Pues así lo afirma la presidenta ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), (Quiñonez, 2019), en el informe de (ACTUALICE, 2019), donde argumentan qué tan posicionada esta la cultura del comercio en línea en Colombia, el cual destacó una imagen detallada del e-commerce en el país identificando así sus fortalezas y los factores que lo determinan, a la vez permitió entender en qué puntos se presentan las falencias y en dónde hay que dedicar mayor esfuerzo para promover el comercio electrónico en Colombia.

(Constaín, 2019) ministra TIC, manifestó a los medios de comunicación que: "Estamos viviendo la Cuarta Revolución Industrial, que ha traído grandes cambios en todos los sectores, pero también grandes oportunidades para ser líderes desde nuestros roles".

Además, agregó que: "El comercio electrónico es una gran herramienta para el crecimiento de las empresas, para generar nuevas formas de mercado, aumentar los ingresos y mejorar la productividad del tejido empresarial y contribuir con la reactivación de la economía nacional en Colombia, ya que desde el Gobierno se trabaja para definir políticas públicas que faciliten la masificación del comercio electrónico en el país".

10. BIBLIOGRAFIA

- ACTUALICE. (04 de 04 de 2019). ¿Qué tan posicionada está la cultura del comercio en línea en Colombia? Obtenido de https://actualicese.com/que-tan-posicionada-esta-la-cultura-del comercio-en-linea-en-colombia/
- Aladi, A. L. (25 de 07 de 2003). Estudio sobre la situación tributaria del comercio electronico. Obtenido de SEC/Estudio 150/Rev.2: https://biblio.aladi.org/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=40186
- Àvila Acosta, R. (07 de 08 de 2013). Metodologia de la investigación (Elaboración estructura y presentación). Obtenido de Blogspost: https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html#:~:text=LIMITACIONES%20EN%20UNA%20INVESTIGACI%C3%93N,problema%20debido%20por%20al guna%20raz%C3%B3n.
- Bastis, C. (02 de 03 de 2020). Online tesis. Obtenido de Tecnicas de recoleccion de datos para realizar un trabajo de investigación: https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigacion/
- Briceño, T. &. (1999). Diccionario tecnico tributario. En &. V. Briceño T.. Bogota D.C. Obtenido de Centro interamericano juridico financiero.
- Cardenas, M. J. (02 de 03 de 2009). ¿Cuál es la situación del comercio electrónico en Colombia? Análisis y recomendaciones para mejorar la competitividad empresarial. Bogota D.C: U. Sergio Arboleda. Obtenido de https://www.libreriadelau.com/cual-es-la-situacion-del-comercio-electronico-en-colombia-analisis-y-recomendaciones-para-mejorar-la-competitividad-empresarial-u-sergio-arboleda-9789588350257-gestion-empresarial-y-gerencial/p
- Comision de gobierno, &. c. (01 de 01 de 2015). Revista semana. Obtenido de 7 barreras del comercio electronico en colombia: https://www.semana.com/pais/articulo/barreras-del-comercio-electronico/204530/
- Comision, d. l. (12 de 06 de 1996). Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico 1996. Obtenido de Con su nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998: https://uncitral.un.org/es/texts/ecommerce/modellaw/electronic_commerce
- Congreso, d. l. (18 de 08 de 1999). Ley 527 del 1999. Obtenido de Alcaldia Mayor de Bogota D.C: https://www.habitatbogota.gov.co/transparencia/normatividad/normatividad/ley-527-1999
- Constaín, S. (04 de 04 de 2019). Actualicese. Obtenido de ¿Qué tan posicionada está la cultura del comercio en línea en Colombia?: https://actualicese.com/que-tan-posicionada-esta-la-cultura-del-comercio-en-linea-en-colombia/
- CRC, C. d. (03 de 04 de 2017). El comercio electronico en Colombia. Obtenido de Analisis integral y perspectiva regulatoria: https://www.crcom.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf
- Cruz Garcia, L. (07 de 05 de 2012). La percepción de utlidad del comercio electronico. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/292/29212214.pdf
- DIAN, D. d. (01 de 04 de 2021). Portal Web Atenciòn al Ciudadano NAF. Obtenido de https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/Naf/Paginas/default.aspx
- EUR LEX, C. d. (01 de 04 de 2017). Comercio electronico en el mercado interior. Obtenido de https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32000L0031
- Florez Castañeda, M. A. (15 de 01 de 2006). Era digital la nueva realidad del Contador Pùblico. Obtenido de El comercio electronico: https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/11299/10332
- GEFED, G. d. (30 de 06 de 2018). Problema del concepto actual de establecimiento permanente. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchdt/v7n1/0719-2584-rchdt-7-01-00155.pdf

- Gelves, M. A. (25 de 06 de 2020). E-commerce o comercio electrónico, una tendencia en 2020. Obtenido de Asuntos Legales: https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/e-commerce-o-comercio-electronico-una-tendencia-en-2020-3022489#:~:text=El%20marco%20legal%20del%20comercio,2011)%2C%20el%20cual%20establece%20en
- Hadzhieva, M. (2016). Bruselas european parliament. Obtenido de Tax challenges in the digital economy.
- Ibañez, M. (2015). BEPS y los desafíos de la inminente digitalización de las economías. En Anuario de derecho tributario (págs. (7), 17-38).
- Jiyan, L. (2014). United Nations, Nueva York. Obtenido de Protecting the Tax Base in the Digital Economy.
- Legiscomex. (17 de 09 de 2000). Los pasos de Colombia en Certificación Digital. Obtenido de https://www.legiscomex.com/Documentos/certificaciondigitalColombia
- NIFF, N. i. (13 de 07 de 2009). Ley 1314 2009. Obtenido de http://suin.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1677255
- OCDE, O. p. (05 de 01 de 2020). Panorama del comercio electronico. Obtenido de Politicas, tendencias y modelos de negocio: https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf
- OMC, O. m. (25 de 09 de 1998). El comercio electronico . Obtenido de Programa de trabajo: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/wkprog_s.htm
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, l. c. (04 de 01 de 2013). Enfoques estrategicos de las TICS en educación de america en America latina y el caribe. Obtenido de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/images/ticsesp.pdf
- Quiñonez, M. F. (04 de 04 de 2019). Actualicese.com. Obtenido de ¿Qué tan posicionada está la cultura del comercio en línea en Colombia?: https://actualicese.com/que-tan-posicionada-esta-la-cultura-del-comercio-en-linea-en-colombia/
- Sabino, C. (23 de 06 de 2020). Concepto de investigación explicativa. Obtenido de Tesis Plus:

 https://tesisplus.com/investigacion-explicativa/investigacion-explicativa-segunautores/#:~:text=Concepto%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Explicativa%20seg%C3%BAn%20Carlos%20Sabino
 &text=%E2%80%9CSon%20aquellos%20trabajos%20donde%20nuestra,un%20determinado%20c
- Santos Ibarra, J. M. (15 de 05 de 2017). Legislación vigente en materia tributaria del comercio electrónico (e-commerce) en Colombia y la necesidad de un pronunciamiento por parte del legislador. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/academia/article/view/4332/3679
- Superintendencia, d. i. (26 de 05 de 2015). Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de Gestor normativo EVA, funcion pública: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76608
- TIC, T. d. (30 de 07 de 2009). Ministerio de las TIC. Obtenido de El futuro digital es de todos:

 https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/5755:Tecnolog-as-de-la-Informaci-n-y-lasComunicacionesTIC#:~:text=Las%20Tecnolog%C3%ADas%20de%20la%20Informaci%C3%B3n,%2C%20video%20
 e%20im%C3%A1genes%20(Art.
- United Nations Commission, o. i. (25 de 06 de 2007). Possible future work on electronic commerce. Obtenido de https://documents-dds.ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/V07/828/27/PDF/V0782827.pdf?OpenElement
- Vasquez Idalgo, I. (08 de 04 de 2020). Gestion Polis. Obtenido de Metodo de insvestigacion analisis-sintesis: https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/
- WIKIPEDIA. (15 de 11 de 20). Enciclopedia Libre. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada

11. GLOSARIO DE PALABRAS CLAVES

Los siguientes conceptos se redactaron conforme a los datos arrojados en los reportes de la enciclopedia libre (WIKIPEDIA).

- Comercio electrónico: Es todo proceso de compra o contratación de bienes y/o servicios a través de la red utilizando medios de pago como tarjetas de crédito o similares.
- Desarrollo tecnológico: Uso sistemático del conocimiento y la investigación dirigidos hacia la producción de materiales, dispositivos, sistemas o métodos incluyendo el diseño, desarrollo, mejora de prototipos, procesos, productos, servicios o modelos organizativos.
- **TIC:** Tecnologías de la Información y la Comunicación son los recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: ordenadores, teléfonos, televisores, etc.
- **CNUDMI:** Hace referencia a la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, el cual fue establecida por la Asamblea General en 1966 (Resolución 2205 (XXI), de 17 de diciembre de 1966).
- **Automatización:** El significado de automatización hace referencia a los trabajos realizados por un operario humano y que en la Industria 4.0 pasan a ser automatizados y sustituidos por una máquina automática, un software informático o por un robot.
- Estándares universales: Es un conjunto de normas y directrices adoptadas para un uso común y reiterado con un objetivo concreto previamente definido. Debe de establecer una base sólida y equitativa para el intercambio mundial de bienes y servicios, incorporando todos los elementos clave que demanden las fuerzas sociales y de mercado.
- Globalización: es un proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala mundial que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, uniendo sus mercados sociales a través de una serie de transformaciones sociales y políticas que les brindan un carácter global.
- Establecimientos permanentes: Un establecimiento permanente es una figura del Derecho fiscal internacional al que la ley de un país le atribuye personalidad fiscal y somete a tributación en ese país.
- Evasión Fiscal: Es la omisión ilícita por parte de un contribuyente con sus derechos tributarios. Este concepto hace referencia a la violación de la normatividad que un contribuyente hace aun así ya conociendo su obligación fiscal. Este, hace caso omiso y no realiza el pago de la obligación.

12. ANEXOS

- **12.1** Lev Modelo 527/99
- 12.2 Establecimiento Permanente en un contexto virtual
- 12.3 Matriz recopilación de datos & cuadros comparativos de los O.E.
- 12.4 Infografía canvas del O.E N.º 2
- 12.5 <u>Infografía canvas del O.E- N.º 4</u>
- 12.6 Video del resultado O.E fomento a la cultura de la contribución.